

Психология коммуникации

Канд. психол. н., доцент
ДУНАЕВА Н.И.



- 
- «Сказать – не значит быть
услышанным,
 - слышать – не значит понять,
 - понять – не
значит согласиться,
 - согласиться – не значит начать
выполнять».
- (Конрад Лоренц)



АКТИВНОСТЬ

- Человек усваивает **10%** того, что слышит
- **40-50%** - того, что слышит и видит
- **60-70%** того, что слышит, видит и имеет возможность проговаривать
- **90%** того, что слышит, видит, имеет возможность проговаривать и делать

Литература

- Айзенк Г., Айзенк М. Исследования человеческой психики: почему мы ведем себя именно так. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. – 480 с.
- Андреева Г.М. Социальная психология. - М.: Наука, 1994.
- Бодалев АА Бодалев А.А. Психология общения,- М.: Издательство «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996.-256 страниц.
- Доценко Е.Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. М., 1996.
- Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017 — 440 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03322-9
<https://biblio-online.ru/book/CC1541D5-EE7F-4C7F-A161-E16415286420>

Литература

- Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность. Практические рекомендации для открытой коммуникации. – Харьков: Гуманитарный центр, 2007.
- Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. - СПб., 2000
- Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации : Краткий курс. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. - 247, [1]с.
- Беззубцев С. А. «Слухи, которые работают на вас», СПб., 2003.
- Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., 2000.
- Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М.: «Социальные отношения», «Перспектива», 2002.



Андреева Г. М.

(1924 – 2014 гг)



1972 г. организовала и возглавила кафедру социальной психологии МГУ

Основные труды:

"Социальная психология", постоянно совершенствуемый и дополняемый автором, - вышел уже пятью изданиями в нашей стране (1980, 1988, 1994, 1996, 1998) и был также переведен на иностранные языки .

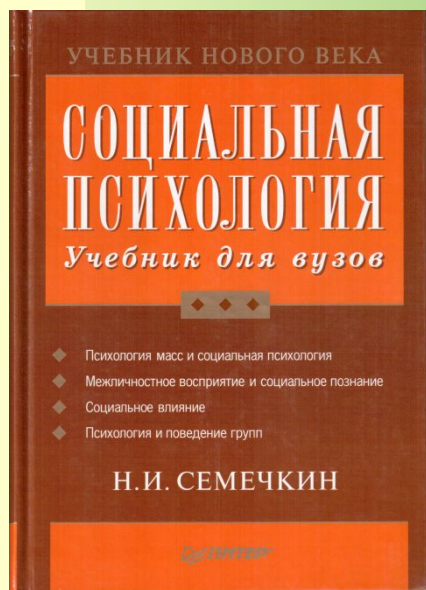
"Современная социальная психология на Западе: теоретические ориентации",

Г.М. Андреевой "Психология социального познания" (1997).



Семечкин Н. И.

проблема личности,
власти, подчинения и ответственности,
межличностной коммуникации,
социального влияния,
социальных установок,
воздействия пропаганды и СМИ,
психологические основы рекламного
дела,
конфликтологии,
анализируются механизмы мотивации,
усвоения информации и принятия
решений.



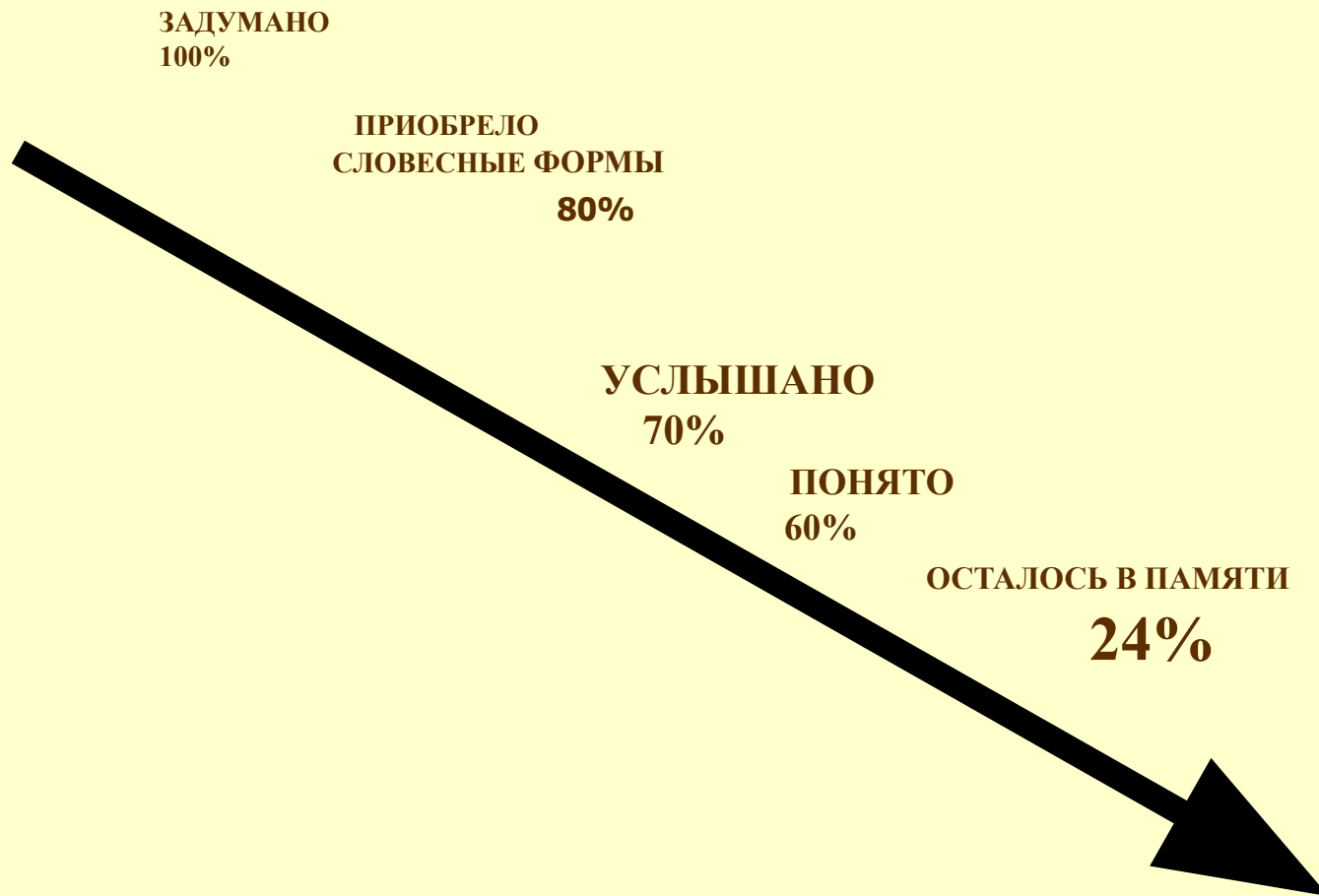
Бодалев
Алексей Александрович (1923- 2014)

- С 1969 г. руководил кафедрой общей психологии факультета ЛГУ.
- В 1976 г. организовал лабораторию социальной перцепции НИИ общей и педагогической психологии АПН СССР
 - «Восприятие и понимание человека человеком»

Вопросы к экзамену

№	Вопрос	Код компетенции (согласно РПД)
1	Общение, определение понятия, основные подходы к определению. Различия с коммуникацией.	ПК-18д.
2	Структура общения.	ПК-18д.
3	Общение как процесс, этапы общения.	ОК-6
4	Стили общения.	ОК-6
5	Виды общения, основные классификации.	ОК-6
6	Потребности в общении	ОК-6
7	Функции общения.	ОК-6
8	Цели общения.	ОК-6, ПК-18д.
9	Коммуникативная сторона общения, коммуникативный процесс.	ОК-6, ПК-18д.
10	Коммуникативные барьеры.	ОК-6, ПК-18д.
11	Правила обратной связи	ОК-6.
12	Перцептивная сторона общения.	ПК-18д.
13	Эмпатия, идентификация, рефлексия как механизмы межличностного познания	ОК-6. ПК-18д.
14	Эффекты социального познания (ореола, новизны и др.)	ОК-6. ПК-18д.

ПОТЕРЯ ИНФОРМАЦИИ



15	Роль социальной установки в социальной перцепции	ОК-6, ПК-18д.
16	Социальный стереотип: классификация и функции	ОК-6, ПК-18д.
17	Интерактивная сторона общения. Трансакционный анализ Э. Берна.	ПК-18д.
18	Невербальные средства общения: оптико-кинетическая система	ОК-6, ПК-18д.
19	Невербальные средства общения: паралингвистическая и экстралингвистическая системы	ОК-6, ПК-18д.
20	Невербальные средства общения: организация пространства и времени	ОК-6, ПК-18д.
21	Конгруэнтность, виды неконгруэнтности	ПК-18д.
22	Личностные свойства, обуславливающие особенности и эффективность общения.	ПК-18д.
23	Манипуляторство как стиль общения.	ПК-18д.
24	Техники противостояния влиянию	ОК-6, ПК-18д.
25	Каузальная атрибуция, ее виды. Фундаментальная ошибка каузальной атрибуции	ПК-18д.
26	Я- и Ты-высказывания.	ОК-6, ПК-18д.
27	Виды вопросов (открытые, закрытые, альтернативные) и их роль в общении.	ПК-18д.
28	Действия слушающего. Виды эффективного слушания.	ПК-18д.

Практические задачи

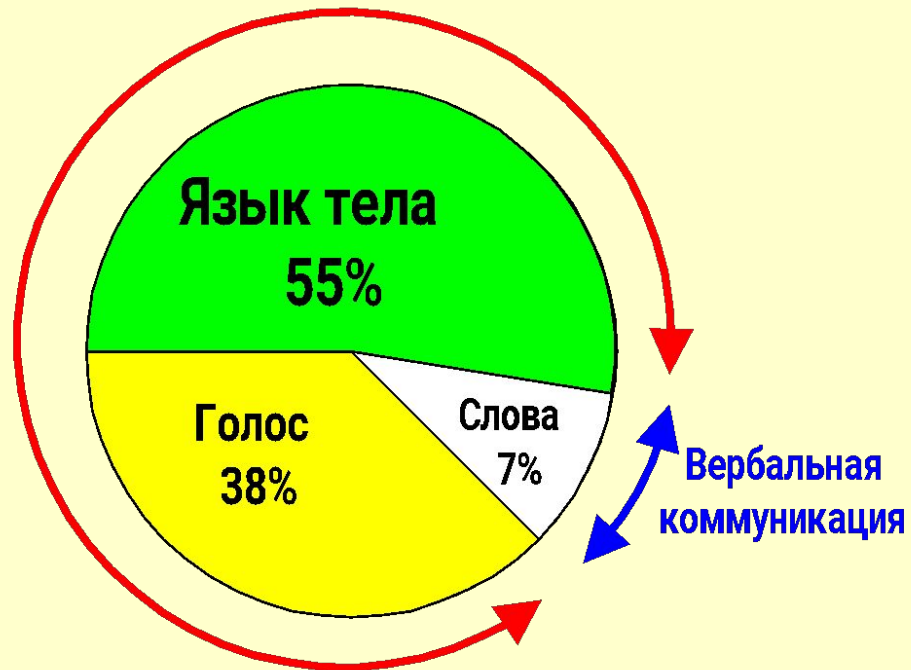
Типы заданий 1, проверяющие сформированность умений

- .Переформулировать Ты-высказывания в Я-высказывания.
- .В предложенном литературном отрывке проанализировать роли общения
- .В предложенном литературном отрывке проанализировать потребности и цели общения.
- .По фотографии определить эмоциональное состояние человека
- .Продумать и предъявить систему аргументов в защиту своей позиции по предложенной теме

Типы заданий 2, проверяющие сформированность умений

- Проанализировать особенности имиджа известного человека.
- Предложить вариант реагирования на потенциально конфликтное обращение.
- На заданное сообщение предложить варианты уточняющих вопросов.
- На заданное сообщение предложить варианты обобщенного пересказа.
- На заданное сообщение предложить варианты продолжения мысли и интерпретации.
- На заданное сообщение предложить варианты эмпатийного реагирования.
- На заданное сообщение предложить варианты открытых и закрытых вопросов.
- Проанализировать особенности невербального поведения известного ведущего.

Невербальная
коммуникация



Вербальная
коммуникация

Основные понятия

- **Коммуникация** (синоним: общение) – смысловое взаимодействие между людьми; осуществляется посредством знаков (языка) того или иного типа.
- **Межличностные коммуникации** – это процесс намеренного или случайного обмена сообщениями между двумя или несколькими партнерами.
- **Социальные коммуникации** – это взаимодействие небольшого числа коммуникаторов, которые имеют возможность видеть, слышать друг друга, легко осуществлять обратную связь.
- **Социальные коммуникации** не предполагают наличия некоего посредника – ни физического лица, ни технического устройства.
- **Массовая коммуникация (МК)** – процесс производства информации, и ее широкого распространения средствами прессы, радио и телевидения.

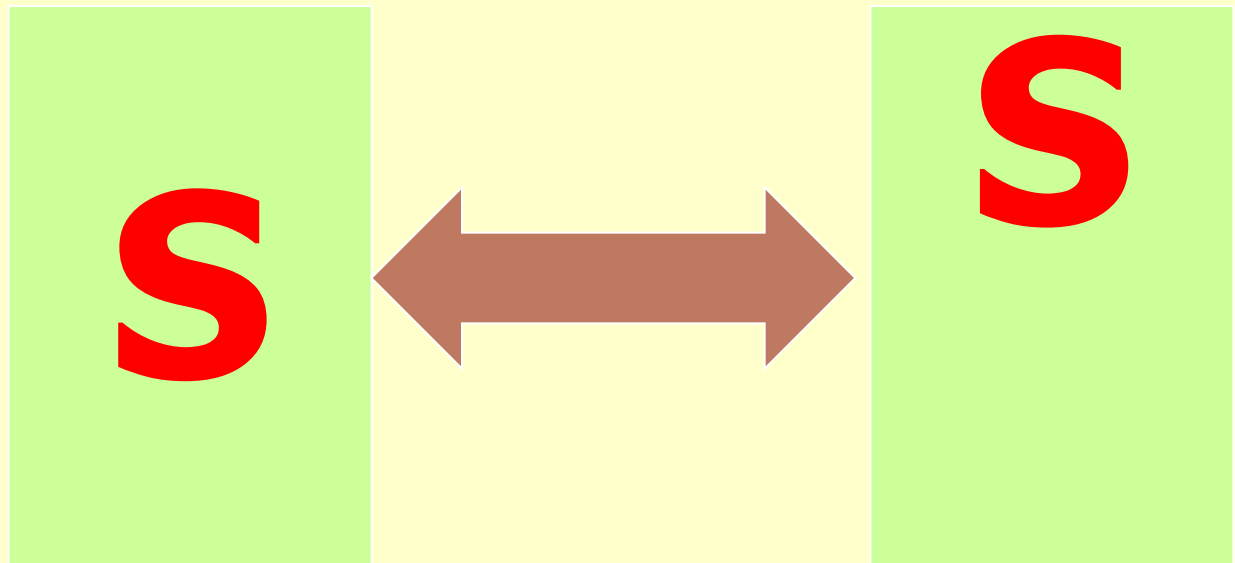
Определение общения

- **Общение** – это процесс взаимосвязи и взаимодействия общественных субъектов (классов, групп, личностей), в котором происходит обмен деятельностью, информацией, опытом, способностями, умениями и навыками, а также результатами деятельности.
- **Общение** - одно из необходимых и всеобщих условий формирования и развития общества и личности.

Структурные элементы общения

- 1.Виды и формы:
- Прямое и косвенное
- Непосредственное и опосредованное
- Межличностное и массовое
- Межперсональное и ролевое

Понятие общения



Структурные элементы общения

- Функции:
- связующая(прагматическая)
- формирующая
- подтверждающая
- организация и поддержание межличностных отношений
- внутриличностная



Виды межличностного общения

- Императивное
- Манипулятивное
- Диалогическое

Средства общения

- **Средства общения** отвечают на вопрос – с помощью чего передается информация?
- Это вербальные и невербальные средства общения, не исключая использование технических средств.

Условия общения

- **Потребности субъектов**
- **Мотивы взаимодействия**
- **Цели субъектов общения.**

Таблица 1

Основные различия между массовой коммуникацией и межличностным общением

Массовая коммуникация	Межличностное общение
1. Опосредованность общения техническими средствами	1. Непосредственный контакт в общении
2. Общение больших социальных групп	2. Общение в основном отдельных индивидов
3. Ярко выраженная социальная ориентированность общения	3. Как социальная, так и индивидуально-личностная ориентированность общения
4. Организованный, институциональный характер общения	4. Как организованный, так и в большой степени спонтанный характер общения
5. Отсутствие непосредственной обратной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения	5. Наличие непосредственной обратной связи между общающимися в процессе коммуникативного акта
6. Повышенная требовательность к соблюдению принятых норм общения	6. Более «свободное» отношение к соблюдению принятых норм общения
7. Однонаправленность информации и фиксированность коммуникативных ролей	7. Попеременная смена направленности информации и коммуникативных ролей

Массовая коммуникация	Межличностное общение
8. «Коллективный» характер коммуникатора и его «публичная индивидуальность»	8. «Индивидуальный» характер коммуникатора и его «приватная индивидуальность»
9. Массовая, стихийная, анонимная, разрозненная аудитория	9. Реципиентом выступает отдельный конкретный человек
10. Массовость, публичность, социальная актуальность и периодичность сообщений	10. Единичность, приватность, универсальность, социальная и индивидуальная актуальность, необязательная периодичность сообщений
11. Преобладание «двухступенчатого» характера восприятия сообщений	11. Преобладание «непосредственного» восприятия сообщения

Три стороны общения

Коммуникативная

- Коммуникативные барьеры
- Обратная связь
- Способы передачи информации
 - вербальная
 - невербальная
- Эффективное слушание

Перцептивная

- Первое впечатление (схема восприятия)
- Механизмы восприятия

Интерактивная

взаимодействие



Каналы коммуникации

- это различные сенсорные модальности, в которых представлено сообщение.

Коммуникация

- Передача информации (идей, образов, установок, оценок) от лица к лицу, от одной культурной единицы к другой;
- Канал, соединяющий участников обмена информацией;
- Взаимодействие, с помощью которого информация передается и принимается;
- Процесс передачи и приема информации.

ЦЕЛЬ КОММУНИКАЦИИ

достижение взаимопонимания или обеспечение взаимодействия.

Коммуникативная сторона общения

характеризуется:

- умением устанавливать психологический контакт;
- учетом особенностей коммуникативного воздействия;
- аргументированностью, логичностью и адекватностью ситуации общения;
- эффективностью использования вербальных (слова) и невербальных средств общения.

Виды коммуникации:

- **МЕЖЛИЧНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** (взаимодействие двух и более индивидов, полностью детерминированное их межличностными связями и индивидуальными характеристиками и независимое от групп принадлежности)
- **МЕЖГРУППОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ** (взаимодействие людей, полностью детерминированное их принадлежностью к различным группам и независимое от их межиндивидуальных связей и личностных характеристик)
- **МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ** (возникает на определенном этапе развития общества и определяется как процесс массового производства и массового распространения информации через технические средства – печать, радио, телевидение, звукозапись, видеозапись и пр.)

Определение массовой коммуникации

- «Массовая коммуникация - систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей»^[1];
- «Массовая коммуникация представляет собой институционализированное производство и массовое распространение символических материалов посредством передачи и накопления информации»^[2].

[1] Философский энциклопедический словарь. М. 1989.С.344.

[2] Thompson J.B. Ideology and Modern Culture. Oxford: Polity Press. 1990. P. 219.

Общение как обмен информацией

ПРИЕМ-ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ

- **7%** информации передается с помощью **слов**.
- **38 %** информации передается с помощью паралингвистических характеристик (тембр, громкость, быстрота, интонирование)
- **55%** информации передается с помощью поз и жестов

Средства передачи-приема информации:

- **Вербальные**
- **Невербальные**

Взаимосвязанные этапы процесса коммуникации



Условия общения

- **Потребности субъектов**
- **Мотивы взаимодействия**
- **Цели субъектов общения.**

Обратная связь

Термин "обратная связь" (feedback) заимствован из ракетостроения Куртом Левиным, основоположником системы интерактивного образования. Ракета, запускаемая в космос, снабжена механизмами, позволяющими отправлять сигналы назад, на Землю. На Земле аппарат управления получает сигналы, вносит корректировки, если ракета не находится в заданных координатах, исправляя её курс. Группу можно рассматривать как управляющий механизм такого типа, отправляющий такого рода сигналы в случаях, когда члены группы отходят от заданных координат.

Обратная связь

- это реакция реципиента на слова коммуникатора



Пути передачи обратной связи

- Прямая
- Косвенная

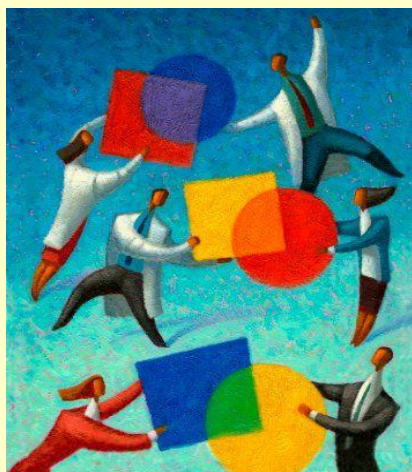
Обратная связь

*Как принимать обратную
связь:*

*Как давать обратную
связь*

- говори кратко;
- говори конкретно;
- говори, что ты при этом чувствовал.

- слушай внимательно;
- запрашивай дополнительную информацию;
- не объясняй своего поведения





Коммуникативные барьеры

Непонимания

Социально-культурных различий

Барьеры отношений



Барьеры непонимания

фонетические

семантические

жаргоны-сленг

стилистические

логические

Вербальные сигналы, располагающие к контакту

- Отчетливое приветствие
- Обращение к человеку по имени (имени-отчеству)
- Предложение сесть



Невербальный уровень

- Оптико-кинестетические
- Паралингвистические
- Экстралингвистические
- Пространственно-временные
- («хронотопы»)

Паралингвистические сигналы при вступлении в контакт

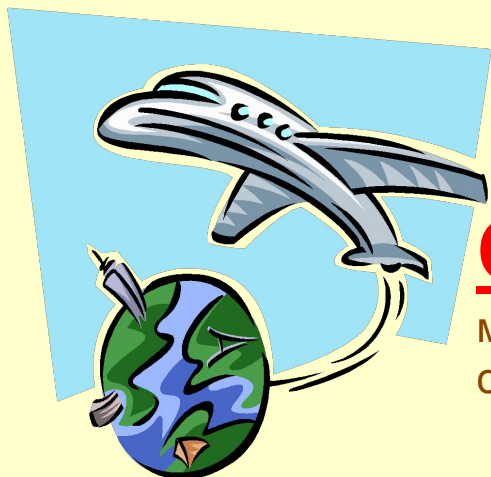
- отчетливость речи
- доброжелательная интонация
- громкость голоса – средняя
- высота тона – низкая
- быстрота речи – умеренная

ТОН ГОЛОСА

- Каждый человек - как телевизор. У него есть изображение, звук, цвет и движение. По телефону же он как радио. Все, что у Вас есть - это голос, его тональность и воображение слушателя.
- Греческий философ Сократ сказал: "Говори так, чтобы я тебя видел". Можно к этому добавить, "И мне это было приятно". Тон голоса служит основным индикатором эмоционального состояния и его тональность определяется **тремя факторами**, которыми можно в той или иной степени управлять.

Энергичность

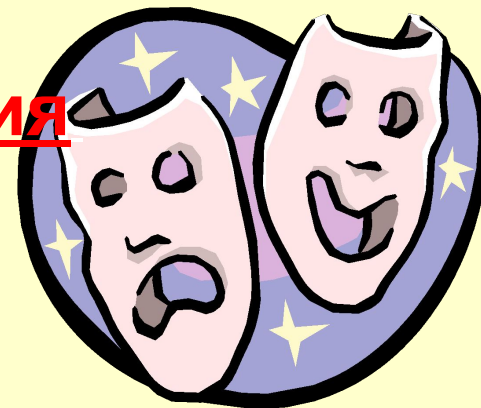
голоса отражает
Ваше отношение и энтузиазм.



Скорость речи обычно составляет 125 слов в минуту. Более быстрая речь может выглядеть скороговоркой и вызывать проблемы

Интонация и смысловые ударения

Речь может быть монотонной или же с ярко выраженными смысловыми ударениями.



Невербальные сигналы

- Жесты «помощники» и жесты «паразиты»
- Жесты влиятельности и власти





Значение жестов, связанных с прикосновением рук к различным частям лица

Кратковременное прикосновение к носу



Скука



«Поглаживание подбородка»



Потирание века

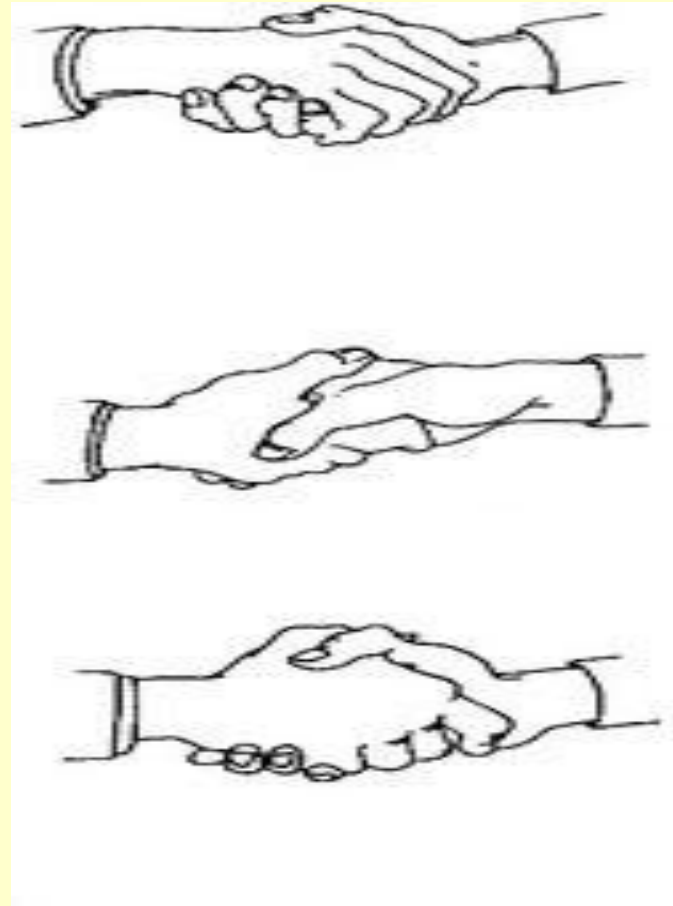


Оттягивание воротничка

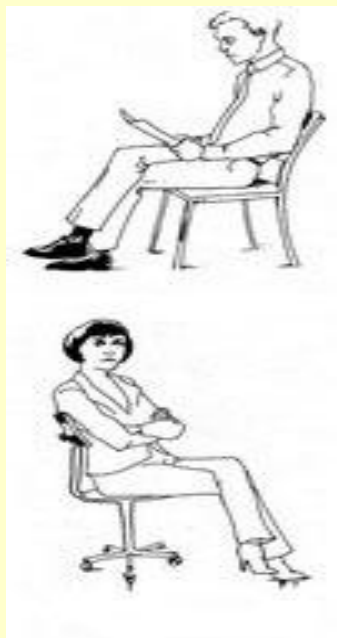


Существуют три основных командных жеста ладони:

- **Положение ладони вверх** — доверительное, подчиненное.
- **Положение ладони вниз** — доминирующее.
- **Среднее положение ладони** — равные отношения.



Ноги в качестве барьера



Руки в качестве барьера



Замаскированное скрещивание рук



- Жесты влияния и власти

Невербальные сигналы

- Судить следует не по отдельным жестам, а по их совокупности
- Жесты нельзя трактовать в отрыве от контекста их проявления.
- Следует учитывать национальные и региональные особенности невербальной коммуникации. Один и тот же жест у разных народов может иметь совершенно разные значения.
- Тракуя жесты, старайтесь не приписывать свой опыт, свое состояние другому.
- Помните о «второй натуре», т.е. о той роли, которую в данный момент и в течение длительного отрезка времени играет человек. Эта роль может быть избрана для маскировки, компенсации негативных качеств



Не допускаются:

Ритмические движения

Движения большой амплитуды

Резкие движения

Не ритуализированные прикосновения



Эффективное слушание

- Нереплексивное (внимательное молчание)
- Реплексивное слушание



ПРИЕМЫ РЕФЛЕКСИВНОГО СЛУШАНИЯ

- **Выяснение**
- **Перепаразирование**
- **Резюмирование**
- **Отражение чувств**

Невербальные сигналы, располагающие к контакту

Проксемика

- Угол поворота тела от 45 до 90 градусов (боковое положение передает сообщение «Я не имею агрессивных намерений»)
- Угол наклона тела меньше прямого («Тупой угол между собеседниками – это провал переговоров»)
- Дистанция – индивидуализированная, с учетом общих закономерностей:

Интимная	0 – 45 см
Личная	45 – 60- -120 см
Социальная	120 – 210 – 360 см
Публичная	360 – 750 -см
- Соотношение уровней в вертикальной плоскости таково, что глаза собеседников находятся на одном уровне



ПРИМЕР:

«Когда мы говорим на повышенных тонах (СОБЫТИЕ), я испытываю дискомфорт (РЕАКЦИЯ). Я хотел бы, чтобы мы продолжили разговор дальше в спокойном тоне...(ОБРАЩЕНИЕ С ПРОСЬБОЙ)



Перцептивное общение - углубленное восприятие человека человеком за счет использования им невербальных средств воздействия

- формула «80–20»,
- 80– эффект воздействия в общении людей визуальных характеристик
- 20– эффект речевого воздействия.



ТЕХНИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

- 1. Лицо человека**
- 2. Глаза человека**
- 3. Поза человека**
- 4. Психологическая дистанция**
- 5. Жестикуляция**

Визуализация облика

- • **фейсбилдинг:** гигиена лица, физиогномика, косметологическая коррекция, макияж или визаж, уход за волосами и подбор соответствующей прически
- • **кинесика:** пластика тела, элегантность поз и манер, искусство жеста, здоровый образ жизни;
- • **стиль одежды:** современные тенденции в мире мужской и женской моды, умение носить одежду, эффект аксессуаров

Восприятие внешнего облика
и поведения наблюдаемого

Оценка

Создание представлений
о психологических особенностях
и состоянии наблюдаемого

Оценка

Создание представлений о причинах
и следствиях наблюдаемого поведения

Оценка

Создание стратегии
собственного поведения

Процесс социальной перцепции



Восприятие внешнего вида и поведения наблюдаемого

ОЦЕНКА



Формирование представления о психологических качествах и состоянии наблюдаемого

ОЦЕНКА



Интерпретация и прогнозирование поступков наблюдаемого, причин и последствий его поведения

ОЦЕНКА



Обдумывание стратегии собственного поведения

«Восприятие человека человеком»

Эффективность восприятия человека человеком

с в я з а н а

с "пониманием человека"

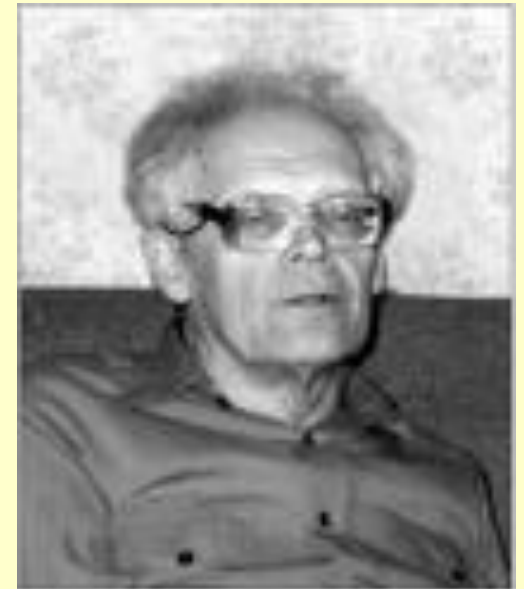
подключение к процессу восприятия человека и других познавательных процессов

с социально-психологической наблюдательностью

свойство личности, позволяющие ей улавливать в поведении человека малозаметные, но существенные для его понимания особенности

«Перцепция» или **«восприятие»** - это целостный образ другого человека, формируемый на основе оценки его внешнего вида и поведения.

В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ НАУКЕ ПРОБЛЕМУ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ ПЕРВЫМ НАЧАЛ РАЗРАБАТЫВАТЬ А.А.БОДАЛЕВ: «ВОСПРИЯТИЕ ЧЕЛОВЕКА ЧЕЛОВЕКОМ», 1965; «ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ», 1966; «О ВОСПРИЯТИИ И ПОНИМАНИИ ЧЕЛОВЕКОМ САМОГО СЕБЯ», 1968; «ФОРМИРОВАНИЕ ПОНЯТИЯ О ЧЕЛОВЕКЕ КАК О ЛИЧНОСТИ», 1970; «НОВЫЕ ДАННЫЕ К ПРОБЛЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ», 1970; «ЛИЧНОСТЬ И ОБЩЕНИЕ», 1979, 1983 И Т. Д.



Термин **«социальная перцепция»**
или **социальное восприятие**
впервые был введен американским
психологом **Джеромом**
Брунером (1947 г.)

в период разработки программы
психологических исследований
восприятия, получившей название
New Look («Новый взгляд»).

Назвав восприятие «социальным», он обратил
внимание на то, что, несмотря на все индивидуальные
различия, существуют какие-то общие,
вырабатываемые в общении, в совместной жизни
социально-психологические механизмы восприятия.



1. Понятие перцепции

Перцепция – процесс восприятия, способствующий взаимопониманию участников общения.

Человек осознает себя через другого человека посредством определенных механизмов межличностной перцепции.

3. Механизмы восприятия:

- Познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция)
- Познание самого себя в процессе общения (рефлексия)
- Прогнозирование поведения партнера по общению (атрибуция)

Механизмы перцепции

Механизм идентификации
уподобление себя партнеру по общению (на основе попытки поставить себя на его место.)

Механизм рефлексии
осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером общения.

Эмпатия

○ постижение эмоционального состояния другого человека, понимание его мыслей, чувств и переживаний.



Механизм эмпатии

стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого, способность проникнуть в его внутренний мир, принять его со всеми его мыслями и чувствами.

Механизмы процесса восприятия

- Идентификация
 - Эмпатия
 - Аттракция
 - Рефлексия
 - Атрибуция



Механизмы межличностного восприятия

Вид механизма	Характеристика механизма	Как действует
Идентификация (отождествление, уподобление себя другому человеку)	Когда человек «продумывается»	Постановка субъектом себя на место другого и взгляд на вещи с его рациональной точки зрения
Эмпатия (способность к постижению эмоционального состояния другого человека в форме сопереживания)	Когда человек «почувствуется»	Это прочувствование состояния партнера, скрытого смысла сказанного им. Стремление эмоционально откликнуться на его проблемы
Рефлексия (знание того, как партнер понимает меня. Процесс зеркального отношения друг к другу)	Как будет тот, «другой», понимать меня	Знание субъектом того, как он воспринимается партнером по общению
Стереотипизация (процесс приписывания сходных характеристик всем членам какой-либо социальной группы (общности))	Когда человеку приписывается сходная характеристика (штамп)	Восприятие, классификация и оценка социальных объектов на основе определенных представлений



Механизмы межличностного восприятия

- **Идентификация**
- **Эмпатия**
- **Аттракция**

Идентификация

- Уподобление себя другому, когда предположение о внутреннем состоянии партнера по общению строится на основе попытки поставить себя на его место

Идентификация

- *это способ понимания другого человека через осознанное или бессознательное уподобление его характеристикам самого субъекта*
- *«Я такой же как он»*
- *Рациональный, когнитивный уровень*

Эмпатия - это способность человека к переживанию тех эмоций, которые возникают у другого человека в процессе общения с ним





Эмпатия

- Способность к сопереживанию на основе эмоционально-чувственного постижения другого человека
- Эмоциональный интеллект

Феномен каузальной атрибуции

- Каждый человек склонен найти причину поведения другого человека либо во внутренних склонностях этого человека, либо в элементах той ситуации, в которой он оказался.

Типы атрибуций

- Личностная атрибуция – причины приписываются человеку совершившему поступок, его индивидуальным диспозициям;
- Объектная атрибуция- причины приписываются объекту, на который направлено действие;
- Обстоятельственная (стимульная) атрибуция- причины приписываются ситуации и обстоятельствам

Фундаментальная ошибка атрибуции

- Тенденция наблюдателей недооценивать ситуационные и переоценивать личностные влияния на поведение других
- Мы в такой степени приписываем поведение людей их внутренним чертам, что пренебрегаем ситуационным воздействием, вынуждающим человека поступить так , а не иначе, даже когда это воздействие очевидно

Характер атрибуции зависит

- От степени типичности или уникальности поступка;
- От социальной желательности или нежелательности поступка;
- От того, выступает ли субъект восприятия сам участником события или его наблюдателем

Типовые схемы формирования первого впечатления

- Фактор превосходства
- Фактор привлекательности партнера
- Фактор отношения к наблюдателю

Факторы возникновения стереотипов

- Фактор превосходства(одежда, знаки отличия, прическа, украшения, манера поведения) - склонны оценивать человека более положительно;
- Фактор привлекательности - чем привлекательнее внешне, тем лучше во всех отношениях;
- Фактор отношения к нам – люди, хорошо к нам относящиеся , оцениваются выше тех, кто относится к нам плохо

Стереотипизация

(восприятие на основе «социального стереотипа»)

- схематического, стандартного образа человека как представителя определенной социальной группы;



Следствия стереотипизации

- Упрощенный подход к другому человеку, замена его штампом
- Приводит к возникновению предубеждения

Рефлексия

- *это механизм самопознания, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению.*
- *«Я оглянулся посмотреть, не оглянулась ли она, чтоб посмотреть, не оглянулся ли я»*



Эффекты восприятия

- Эффект стереотипизации
(характерен для межгруппового общения)
- Эффект ореола
(характерен для межличностного общения)

■ **Область позитивных эмоций:**

солидарность, ослабление напряжения, согласие;

■ **Область решения проблем:** предложение, мнение, ориентация других;

■ **Область постановки проблем:** просьба дать информацию, просьба высказать мнение, просьба об указании;

■ **Область негативных эмоций:** несогласие, напряженность, демонстрация антагонизма

Рефлексия

Рефлексия - осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению

Эффект ореола

- предрасположенность преувеличивать однородность личности другого человека и переносить благоприятное или неблагоприятное впечатление об одном качестве человека на все его другие качества.
- наиболее явно проявляется тогда, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия.

Суть эффекта ореола проявляется при формировании первого впечатления о человеке. Полученная информация накладывается на тот образ, который уже был создан заранее. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль «ореола», мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия.



Интерактивная сторона общения

- **социальное взаимодействие** —это процесс, в котором люди действуют и реагируют на действия других



- Нейл Дж. **Смэлзер** (англ. Neil J. Smelser;) род.22 июля 1930 г.— выдающийся американский социолог, один из создателей экономической социологии в качестве полноценной социологической дисциплины

Виды взаимодействий (по Р. Ф.Бейлсу)



Характерные черты социального взаимодействия:

1. взаимозависимость поведения участников взаимодействия, когда поведение одного участника выступает как стимул для поведения другого, и наоборот;
2. взаимные поведенческие ожидания на основе межличностного восприятия друг друга;
3. оценка ценности, приписываемая действиям и мотивам других людей, а также удовлетворенности, которую другие могут обеспечить.

- межличностное взаимодействие представляет собой последовательность развернутых во времени реакций людей на действие друг друга
- взаимодействия имеют либо устойчивый, либо эпизодический характер, а в некоторых случаях и одномоментный (например, когда незнакомые люди оказываются в одном салоне самолета).

формальная структура взаимодействия

- определенные образцы взаимных действий, которые требуются обществом, его социальными институтами и организациями, т.е. закреплены в формальных (официальных) социальных ролях
- **Роль социальная** — это совокупность норм, определяющих поведение действующих в социальной системе лиц в зависимости от их статуса или позиции, и само поведение, реализующее эти нормы.

Неформальная структура взаимодействия

как правило, порождается индивидуальными мотивами, ценностями, особенностями восприятия, т.е. основана на межличностной привлекательности, привязанности людей друг к другу.

Можно сказать, что этот уровень обусловлен индивидуальными диспозициями.

- **Индивидуальная (личная) диспозиция** (personal disposition) - генерализованная нейропсихическая структура (специфическая для каждого индивидуума), способная отвечать на многие стимулы функционально одинаково, а также формировать последовательные (эквивалентные) формы адаптивного и стилистического поведения и руководить этим поведением» (Allport, 1961, p. 373).

Как формируется социальная роль (социальная норма)?

- **Музафер Шериф** (англ. Muzafer Sherif; 29 июля 1906 — 16 октября 1988) — Турецкий психолог, автор ряда известных экспериментов в социальной психологии.



Музафер Сери́ф Басоглу, позднее сменивший имя на Музафер Шериф, вырос в состоятельной турецкой семье в пригороде Измира. В 1919 году дом был захвачен греческими войсками, многие жители дома были убиты. По словам Шерифа, греческий солдат уже опустил свой штык, чтобы убить и его, но потом передумал и оставил тринадцатилетнего подростка в живых. Этот факт сильно повлиял на его последующую жизнь: темой исследований Шерифа стали механизмы межгруппового конфликта.

Два противоположных вида взаимодействий

- Кооперация или кооперативное взаимодействие, означает координацию единичных сил участников (упорядочивание, комбинирование, суммирование этих сил). Кооперация – необходимый элемент совместной деятельности, порожденный ее особой природой.
- Конкуренция- — соревнование людей, групп, организаций в достижении сходных целей, лучших результатов в определенных областях деятельности. При этом конкуренция характерна для различных видов деятельности, в которых происходит столкновение интересов.

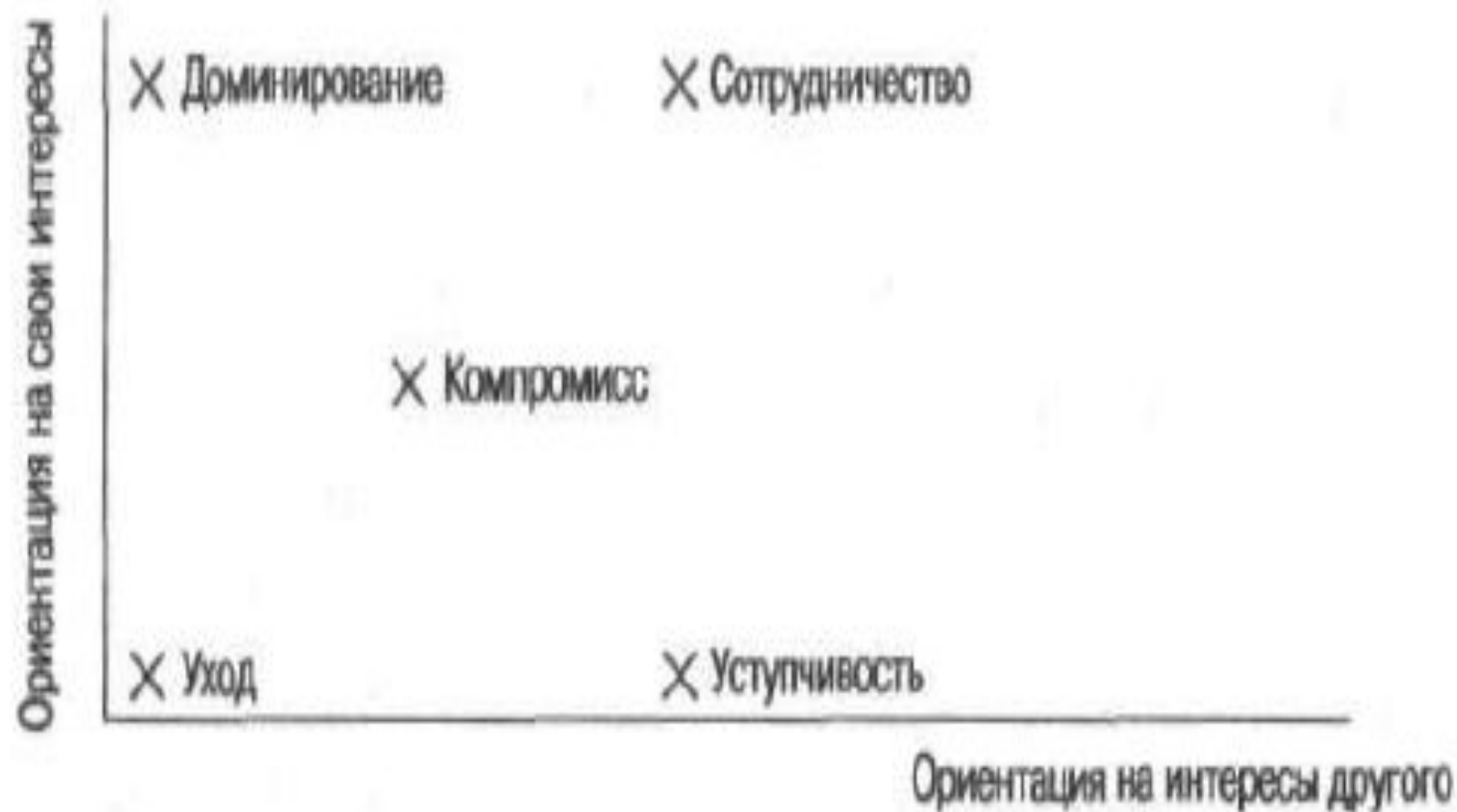


Рис. 8.2. Стратегии поведения в конфликте по К. Томасу

Взаимодействие в транзактном анализе

- Транзактный или транзакционный анализ – направление, предлагающее регулирование действий участников взаимодействия через регулирование их позиций, а также учет характера ситуаций и стиля взаимодействия .

- **Эрик Лённард Берн**
(наст. имя: Леонард Бернстайн



10 мая 1910 — 15 июля 1970)
— американский психолог и психиатр. Родился в Монреале в семье выходцев из Российской империи

Взаимодействие в транзактном анализе

- Каждый участник взаимодействия в принципе может занимать одну из трех позиций, которые условно можно обозначить как Родитель, Взрослый, Ребенок.
- Позиция Ребенка может быть определена как позиция "Хочу!", позиция Родителя как "Надо!", позиция Взрослого – объединение "Хочу" и "Надо"
- Взаимодействие эффективно тогда, когда транзакции носят "дополнительный" характер, т.е. совпадают
- Взаимодействие неэффективно тогда, когда транзакции носят «пересекающийся» характер,

