Социально-психологические основы межкультурной коммуникации

лекция

Восприятие

Первичное восприятие человека

часто является решающим фактором
для

последующего взаимодействия с ним.

- **Вся информация о других людях поступает через органы чувств в форме ощущений.**
- **Затем данной информации придается какое-либо значение, т.е. она интерпретируется, а не представляет собой объективную реальность**

- Наше восприятие мира и последующее суждение о нем **не являются свободными от эмоций, мотиваций или представлений.**
- На основании своего прошлого опыта человек структурирует и перерабатывает поступающие от органов чувств сигналы таким образом, что они могут служить для преодоления конкретных жизненных затруднений.

- Из огромного числа факторов выделяют **четыре главных, которые в основном определяют наше восприятие действительности в процессе коммуникации:**

- **фактор первого впечатления,**
- **фактор превосходства,**
- **фактор привлекательности,**
- **фактор отношения к нам.**

Фактор первого впечатления

- **имеет большое значение, поскольку образ партнера, который начинает формироваться сразу же при знакомстве, становится регулятором всего последующего поведения.**
- **ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ его МОДЕЛИРОВАНИЯ.**

- **Первое впечатление часто бывает обманчивым, иногда его бывает трудно изменить.** Внешний вид (опрятность, одежда) может служить информацией о социальном статусе человека, его профессии (китель, офисный костюм, роба, белый халат), событиях жизни (подвенечное платье, больничная одежда...). Одежда может привлечь внимание, создать благоприятное впечатление, помочь затеряться в толпе, все испортить (футболка и рваные джинсы – на собеседование/ вечернее платье – в магазин и т.д.).
- В невербальном общении имеют значение цвет одежды и манера ее носить.

- **Исследования показывают, что почти каждый взрослый человек, имеющий достаточный и разнообразный опыт общения, способен более или менее точно определить почти все характеристики партнера — его психологические черты, социальную принадлежность и т. п.**

Фактор превосходства

- **одежда человека, включающая** все атрибуты внешности человека, в том числе и знаки различия, очки, прическу, драгоценности и т. п.;
- **манера поведения** (как сидит, ходит, разговаривает и смотрит человек во время общения).

***Современная неофициальная знаковая
система одежды и внешних атрибутов
человека:***

цена (чем она выше, тем выше статус);

силуэт (одежда людей высокого социального положения отличается строгим, «официальным» силуэтом);

цвет (в разных странах конкретные цвета могут иметь

Демонстрация интеллектуального превосходство

- **Человек говорит непонятно для собеседника, употребляет много специальных терминов, иностранных слов, то есть не стремится к тому, чтобы его поняли.**

Фактор привлекательности

- **Знаки привлекательности
следует искать **не** в
разрезе глаз или цвете
волос, а в социальном
значении того или иного
признака, который служит
ее знаком.**

- У каждого народа существуют **свои, отличающиеся друг от друга каноны красоты** и одобряемые или не одобряемые обществом типы внешности.
- Привлекательность - степень приближения к соответствующему типу внешности, максимально одобряемой той социокультурной группой, к которой принадлежит человек.

Наиболее влиятельным признаком фактора привлекательности является телосложение человека.

Принято выделять три основных типа телосложения:

эндоморфное (пикническое) — склонные к полноте люди;

мезоморфное — стройное, сильное, мускулистое телосложение;

экторморфное (астеническое) — высокие, худые, хрупкие фигуры.

Тип телосложения связан с некоторыми психологическими **СТЕРЕОТИПНЫМИ чертами.**

- Пикники обычно более общительны, склонны к комфорту, переменчивы в настроениях, яркие экстраверты или молчаливые флегматики.
- Атлеты характеризуются высоким жизненным тонусом, любовью к приключениям, активной жизненной позицией.
- Астеники обычно более сдержанны, молчаливы, спокойны, робки.

В обыденном сознании людей эти связи зафиксированы довольно прочно.

- **Сами по себе все эти типы не имеют особого значения.**
- **Главное в них — какой тип телосложения социально одобряется, а какой не получает положительной оценки.**

- **знаком привлекательности являются усилия, затраченные на приближение к идеалу.**
- Иными словами, если от природы вам дано не самое привлекательное тело, то обществом будет оцениваться не оно само, а как вы с ним, со своим телом, обращаетесь. Чем больше усилий вкладывается в «телесную оболочку», тем больше социальное одобрение.

Фактор отношения к нам

- В практике общения существует большое количество **косвенных признаков согласия**. Это и определенное поведение — кивки, одобряющие и ободряющие, улыбки в нужных местах.

- **Важнейшим фактором, управляющим этим процессом, является **степень значимости объекта для воспринимающего.****
- **Восприятие всех явлений окружающего мира фильтруется через упорядоченную систему установок, значимости полученной информации, а также ожиданий, интересов, чувств, порт характера**

Влияние культуры на восприятие

- **Значительное количество жестов, звуков и типов поведения интерпретируется носителями различных культур не однозначно (четное и нечетное число цветов, цвета в одежде и др.)**

Атрибуция – попытка объяснить поведение человека

- **Теория Фрица Хайгера**
в поведении каждого человека можно выделить два основных компонента:
- **Старание** - сумма намерений совершить действие и усилий, прилагаемых для осуществления этих намерений.
- **Умение** - разница между способностями совершить действие и объективными трудностями, препятствующими совершению этих действий.

- **Поскольку намерения, усилия и способности принадлежат человеку, а трудности определяются внешними обстоятельствами, то «наивный наблюдатель», приписав основное значение какому-либо из этих факторов, сможет сделать вывод о том, почему человек совершил действие.**

- построение атрибуций связано с желанием упростить окружающую среду и попытаться предсказать поведение других людей.
- В этом контексте атрибуции выполняют важнейшую психическую функцию, поскольку **делают события и явления предсказуемыми, контролируруемыми и понятными.**

Теория Гарольда Келли

- Информация о каком-либо поступке оценивается по трем аспектам: **согласованности, стабильности и различению.**
- Согласованность означает степень уникальности в отношении принятых в обществе норм поведения. При этом низкая согласованность отражает уникальность данного поведения, а высокая говорит о том, что данное действие является обычным для большинства людей в данной ситуации.

- **Стабильность поведения подразумевает степень изменчивости реакций данного человека в привычных ситуациях. О высокой стабильности говорят тогда, когда человек ведет себя неизменно, а низкая свидетельствует о том, что данное действие уникально для подобных обстоятельств (оно совершается только сегодня).**

- Различие определяет степень уникальности данного действия по отношению к данному объекту. Низкое различие предполагает, что человек ведет себя так же и в других подобных ситуациях. Высокое различие предполагает уникальность

Ошибки атрибуции и их влияние на процесс межкультурной коммуникации

- **два класса причин, которые приводят к ошибочным атрибуциям:**
- **Во-первых, это различия в имеющейся информации и позиции наблюдения.**
- **Во-вторых, мотивационные различия.**

- **Люди склонны при объяснении своего собственного поведения приписывать его причины преимущественно требованиям ситуации и обстоятельствам** *(мы всегда себя оправдываем)*, **а при объяснении чужого поведения приписывать причины в основном внутренним условиям — диспозициям** *(это другой ленивый, жадный, злой, а я хороший)*

Фундаментальная ошибка атрибуции

- всем людям присуще свойство преувеличивать значение личностных факторов и недооценивать ситуативные факторы при интерпретации причин действий и поведения других людей.

Ошибка иллюзорных корреляций

- **возникает из-за использования априорной информации о причинных связях.**
- **В соответствии со своими представлениями человек склонен в любой практической ситуации выделять одни моменты и совершенно не замечать других и вместо поиска действительных причин использовать стандартные и известные объяснения.**

Ошибка ложного согласия

- **приписывание причин всегда происходит с эгоцентрической позиции: человеку кажется, что его поведение является обычным и единственно правильным.**
- **Если другие люди действуют по-иному, то их поведение считается ненормальным, а причина находится в их личностных особенностях.**

Мотивационная предубежденность

- находит свое проявление в эго-защитной субъективности. Суть этой причины заключается в том, что люди склонны воспринимать успехи как собственные достижения, а неудачи как следствие тех или иных обстоятельств.

- ***Мотивационная ошибка атрибуции*** направлена на поддержание самооценки человека, в соответствии с которой результаты действий человека не должны противоречить его представлениям о самом себе.