**Курсовая работа**

**Социальная психология**

**Структура и механизмы социальной перцепции**

Содержание

Введение

Основная часть

. Структура социальной перцепции

.1 Понятие социальной перцепции

.2 Структура социальной перцепции

.2.1 Наблюдатель: особенности и источники ошибок

.2.2 Наблюдаемый: важнейшие источники информации

.2.3 Перцептивные ситуации

. Механизмы социальной перцепции

.1 Схемы первого впечатления и стереотипизация

.2 Физиогномическая редукция и внутригрупповой фаворитизм

.3 Стереотип ожидания и его педагогические варианты

.4 Идентификация, "Социальная рефлексия", эмпатия

.5 Каузальная атрибуция, самоподача и проблема открытости

Заключение

Глоссарий

Список использованных источников

Приложения

# Введение

Перцептивная функция общения объясняет восприятие и понимание другого человека и самого себя, установление на этой основе взаимопонимания и взаимодействия. В акт общения включаются и работают все психические процессы. С их помощью воспринимаются и оцениваются индивидуальные особенности психики и поведения людей. Социальная перцепция предполагает не только понимание и принятие целей, мотивов, установок партнера по общению, но и рассматривает, как, каким образом он воспринимается. В процессе межличностной перцепции люди, по мнению С.Л.Рубинштейна, как бы «читают» мысли другого человека. Это с одной стороны. С другой - чем более полно раскрывается иной человек, тем более полным становится представление о самом себе. В ходе познания другого человека одновременно осуществляется несколько процессов: и его эмоциональная оценка, и попытка понять строй его поступков, и основанная на этом стратегия собственного поведения.

Результат процесса социального восприятия определяется тем, как была воспринята и интерпретирована наблюдателем ситуация, в зависимости от этого им будет применен тот или иной механизм социального познания.

Подробное изучение структуры и механизмов социальной перцепции позволяют лучше понимать закономерности, которые работают в социальной среде в процессе взаимодействия людей общения.

Цель исследования - рассмотреть структуру и механизмы социальной перцепции.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

. Ознакомиться с работами отечественных и зарубежных авторов по проблеме социальной перцепции.

. Определить структуру перцептивного процесса.

. Дать анализ механизмам социальной перцепции

Объект - социальная перцепция, как социально-психологический аспект взаимодействия.

Предмет - структура и механизмы социальной перцепции.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что подробное изучение социальной психологии и социальной перцепции, как ее аспекта позволяют лучше понимать механизмы, которые работают в социально среде.

Структура работы. Работа состоит из введения, основной части, которая подразделяется на 2 главы, заключения, глоссария, списка использованных источников и приложения.

## 1. Структура социальной перцепции

.1 Понятие социальной перцепции

Возникновение и успешное развитие межличностного общения возможно лишь в том случае, если между его участниками существует взаимопонимание. То, в какой мере люди отражают черты и чувства друг друга, воспринимают и понимают других, а через них и самих себя, во многом определяет процесс общения, отношения, складывающиеся между партнерами, и способы, с помощью которых они осуществляют совместную деятельность. Таким образом, процесс познания и понимания одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения, условно она может быть названа перцептивной стороной общения.

Термин «социальная перцепция» впервые был введен Дж.Брунером в 1947 г. в ходе разработки т.н. нового взгляда на восприятие. В начале под социальной перцепцией понималась социальная детерминация перцептивных процессов. Позже исследователи, в частности в социальной психологии, придали понятию несколько иной смысл: социальной перцепцией стали называть процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумевались другие люди, социальные группы, большие социальные общности. Именно в этом употреблении термин закрепился в социально-психологической литературе. Поэтому восприятие человека человеком относится, конечно, к области социальной перцепции, но не исчерпывает ее.

Перцепция - теоретическое понятие, характеризующее искусственно выделенный фрагмент целостного процесса познания и субъективного осмысления человеком Мира.

Социальная перцепция - сложное, многосоставное понятие, пытающееся объяснить уникальное явление познания и понимания людьми друг друга.

Понятие «социальная перцепция» включает все то, что в общепсихологическом подходе принято обозначать различными терминами и изучать отдельно, пытаясь затем из кусочков слепить целостную картину психического мира человека:

· собственный процесс восприятия наблюдаемого поведения;

· интерпретацию воспринимаемых в терминах причин поведения и ожидаемых последствий;

· эмоциональную оценку;

· построение стратегии собственного поведения.

Процесс социальной перцепции может быть представлен в виде схемы. (Приложение А)

Социальная перцепция - это важный психологический процесс, ответственный за осуществление человеком определенного социального поведения. Он включает восприятие внешних признаков человека, соотнесение их с его личностными характеристиками, интерпретацию и прогнозирование на этой основе его поступков. Социальная перцепция обеспечивает взаимодействие людей, во многом определяет характер человека, так как поведение, возникшее в результате процессов восприятия и интерпретации, служит началом перцептивных процессов для его партнера. Так, шаг за шагом выстраивается взаимодействие.

По сути дела, результаты субъективной оценки партнера служат основой для построения поведения по отношению к нему. Партнер в свою очередь строит поведение, анализируя поведение и внешние проявления, которые предоставил ему наблюдатель. Мы сами формируем отношение к нам других людей. Социальная психология в очередной раз выступила в роли научного обоснования расхожего знания.

1.2 Структура социальной перцепции

Традиционно принято выделять три составляющие социально перцептивного процесса: субъект, объект и ситуация восприятия - и искать факторы эффективности внутри каждого из них. Но, используя эти составляющие, социальные психологи сами себя загоняют в ловушку, так как совершенно очевидно, что любой момент человеческого общения есть процесс субъект-субъектный: ни в какой ситуации партнер по общению не может находиться в позиции объекта и в качестве наблюдаемого лица он все равно остается "лицом", то есть субъектом. Поступим проще, выделим в качестве составляющих социальной перцепции:

. партнера-наблюдателя,

. партнера-наблюдаемого и

. ситуацию (контекст).

.2.1 Наблюдатель: особенности и источники ошибок

Каждый из структурных компонентов является "узким местом" с точки зрения адекватности процесса социальной перцепции, можно даже сказать - ее эффективности. И каждый можно проанализировать именно с этой точки зрения.

Давайте обратимся к понятию замысла, которое в данном случае соотнесено с наблюдаемым. И это логично: занимая в акте социальной перцепции более пассивную, на первый взгляд, позицию, именно наблюдаемый является автором сообщения. В качестве текста выступают его внешний облик и поведение, а в качестве замысла - истинное внутреннее состояние, чувства и намерения, которые должен воспринять и понять наблюдатель. Критерием эффективности будет адекватное этому замыслу поведение наблюдателя.

Что же может помочь наблюдателю построить такое поведение? Перечислим основное.

Ш Высокий культурный уровень, позволяющий на основе собственного или присвоенного опыта интерпретировать внешние проявления людей в их соотношении с личностными особенностями: "Знаю, что за этим может стоять".

Ш Высокий рефлексивный уровень, позволяющий развести свои профессиональные, возрастные, этнические и другие предубеждения и установки и реальные основания поведения, демонстрируемого наблюдаемым: "Я знаю, что надо посмотреть на эту ситуацию шире, чем я обычно привык это делать".

Ш Высокий интеллектуальный уровень, позволяющий отойти от эгоцентрической позиции в оценке действий наблюдаемого: "За внешним сходством моего и его поведения могут стоять различные причины".

Ш Высокий уровень личностной зрелости, позволяющий развести свои собственные проблемы и процессы интерпретации поведения другого человека: "Мой партнер и мои чувства по отношению к нему - это не одно и то же".

Ш Обширный репертуар поведенческих реакций, позволяющий реализовать адекватное данной ситуации общения поведение: "Я знаю, как вести себя именно в этой ситуации".

В социальной психологии область изучения свойств наблюдателя, влияющих на адекватность восприятия, достаточно широко проработана. Исследованию подвергнуты различные качества наблюдателя: пол, возраст, профессия, личностные особенности, самооценка и т.д. Выявлены некоторые возрастные особенности развития социально перцептивных процессов. Так, у детей сначала формируется способность к распознаванию экспрессии наблюдаемого лица по мимике, затем - по жестам, а умение интерпретировать чувства через особенности построения отношений формируется лишь в подростковом возрасте. А.А. Бодалев в своей книге приводит данные о влиянии профессии на особенности восприятия. Например, педагоги, воспринимая и интерпретируя другого человека, больше всего ориентируются на его речь (даже более узко - на ее грамотность), а хореографы и спортивные тренеры - на физические данные.

Существенно влияют на результат социальной перцепции психологические особенности наблюдателя. Е. Мелибруда назвал образ "Я" и самооценку психологическим фундаментом, на котором базируются различные факторы, влияющие на взаимоотношения людей: "Я имею в виду те мысли, оценки, суждения и убеждения относительно самого себя, которые имеют отношение как бы к тем внешним, видимым проявлениям личности, о которых человек может спокойно говорить. Я подразумеваю также и оценки, которые человек выносит своим, скрытым от других, но доступным ему самому особенностям, и те ощущения, которые он до конца не осознает, но которые беспокоят и волнуют его. Нередко именно эти элементы образа "Я", от которых человек хочет избавиться, вытеснить их или вовсе забыть, становятся источником трудностей и проблем в восприятии и понимании окружающих людей".

Более подробно влияние психологических свойств наблюдателя на процесс социальной перцепции мы рассмотрим, анализируя механизмы восприятия и понимания людьми друг друга.

.2.2 Наблюдаемый: важнейшие источники информации

Наблюдаемый - автор сообщения, которое предстоит воспринять, понять, интерпретировать наблюдателю, - давно является объектом пристального внимания социальных психологов. Как происходит считывание текста? Какие характеристики внешности и наблюдения наиболее важны с точки зрения восприятия и понимания? Какие психологические особенности стоят за этими характеристиками и откуда это известно наблюдателю?

В момент восприятия наблюдаемый предстает для наблюдателя в качестве некоторой совокупности социально значимых признаков, с помощью которых в той или иной культуре традиционно транслируются психологические свойства и состояния. Признаки, или, как их еще принято называть, "перцептивные крючки", которые для данного человека являются известным социальным шифром. Значение большинства из них расшифровали для него родители и другие близкие люди, некоторые - он сам, иные он присвоил в процессе общения с образцами своей культуры. Эти "крючки" частично интернациональны: их трактовка практически одинакова в различных культурах и сообществах. В своей основе это те признаки, которые расшифровывают нам базовые эмоции человека: радость, страх, боль и т.д. Остальные, а их большинство, имеют "местное значение": рождены определенной этнической, социальной или даже профессиональной группой. Для их правильной интерпретации важно знать культуру той или иной группы, лучше - быть включенным в нее с рождения.

Какие же признаки - "крючки" наиболее важны для восприятия человека? При ответе на этот вопрос мы будем вынуждены опираться в основном на европейские и американские исследования, экстраполируя результаты на российскую среду, так как отечественных исследований в этой области очень мало.

. Человеческое лицо - наиглавнейший источник информации о воспринимаемом человеке. При этом из всех параметров для нас важнейшими являются мимика и глаза. Микродвижения мимических мышц лица способны передать широкую гамму чувств и переживаний. Наиболее важную и "честную" информацию мимика дает о состояниях человека: он весел, печален, зол, тревожен. В плане же трансляции устойчивых черт личности ее возможности весьма ограничены.

Говоря о лице, как не вспомнить о физиогномике, древней науке, "умеющей" читать человека, его особенности, прошлое, настоящее и будущее по конфигурации черт лица. Одна из первых физиогномических систем появилась в Китае в III веке до н.э. Для чтения лица было разработано более 100 карт.

. Жесты и позы человека

В послевоенные годы довольно популярным направлением исследований в социальной психологии было создание каталогов жестов и поз, типичных для той или иной культуры.

О позах как средстве выражения экспрессии написано в последние годы очень много. Подчеркнем лишь, что лучше всего изучен набор поведенческих реакций (поз, жестов), которые выражают отношение к партнеру по следующим параметрам: избегание - приближение, открытость - закрытость, доминирование - подчинение. Например, о близости или формальности контактов говорит физическая дистанция общения.

. Походка человека

В русском языке есть множество определений походки, которые прямо указывают на род занятий, психологическое состояние и даже психологические особенности ее исполнителя: развязная, усталая, окрыленная, утонченная, уверенная.

. Голос и речь человека

С одной стороны, каждый человек обладает уникальным, неповторимым набором голосовых и речевых особенностей: интонация в сочетании с громкостью и длиной фраз, характерные паузы и вкрапления в речь... С другой стороны, очень многие параметры голоса несут социально значимую информацию, помогающую "расшифровывать" его владельца в ситуации общения.

социальный перцепция стереотип самоподача

1.2.3 Перцептивные ситуации

Итак, воспитываясь в определенней культурной и национальной среде, ребенок усваивает набор экспрессивных средств, с помощью которых среди взрослых принято выражать свои состояния и желания, и одновременно учится "считывать" с поведения и внешности других людей признаки, с помощью которых можно их понять и оценить. Естественно, что при этом наиболее полно, точно воспринимаются те особенности другого, которые "встроены" в цели и задачи общения, обладают ценностью для самого наблюдателя. Результат процесса социальной перцепции определяется тем, как была воспринята и интерпретирована наблюдателем ситуация, в зависимости от этого им будет применен тот или иной механизм социального познания.

В современной социальной психологии выделено и изучено несколько механизмов социального познания, которые могут быть разнесены по трем группам в соответствии с социальной ситуацией, в которой они обычно используются.

. Ситуация 1 - ролевого, межгруппового взаимодействия, в которой партнер воспринимается как носитель определенной роли, принадлежащий к некой социальной группе. В этой ситуации, как правило, ставится задача присвоения ему определенных признаков, на основе которых может быть построен поверхностный, первичный контакт. Ситуация может быть определена как монологическая, объектная, так как другой человек воспринимается здесь сквозь призму социально выработанных ролевых и межгрупповых представлений, обобщений. Механизмы восприятия, соответствующие этой задаче, - схемы первого впечатления, стереотипизация, физиогномическая редукция, внутригрупповой фаворитизм.

. Ситуация 2 - межличностного взаимодействия, требующая не просто категоризации воспринимаемого, соотнесения его с определенной группой или ролью, но и понимания, установления доверительных отношений в процессе общения или совместной деятельности. Ситуация может быть определена как диалогическая, ориентированная на взаимопонимание. Механизмы понимания - идентификация, эмпатия, аттракция, социальная рефлексия.

. Ситуация 3 - достаточно специфическая, связанная с возникновением непонимания партнера, прежде всего того, с которым предполагается установить определенные отношения или наладить совместную деятельность. Непонимание предполагает анализ причин поведения, соответственно механизм социального познания, применяемый в такой ситуации, - причинно-следственное приписывание, или каузальная атрибуция.

Обратимся к более подробному описанию этих механизмов

## 2. Механизмы социальной перцепции

.1 Схемы первого впечатления и стереотипизация

В перцепции возможны ошибки восприятия, в основе которых лежат эффекты «ореола», «первичности», «новизны» и «стереотипа восприятия». Эффект «ореола» - это своеобразное «клеймо» на образ человека, мешающее видеть его действительное поведение. Эффект «первичности» возникает при восприятии незнакомого человека и зависит от порядка и значимости представления информации для оценки его личности. При новом восприятии сотрудника также проявляется эффект «новизны» и последняя, новая информация, противопоставленная уже имеющейся, оказывается более значимой. «Стереотип восприятия» возникает в силу недостаточного опыта субъекта и существует в виде устойчивого образа. В результате возникает упрощенный подход и предубеждение к людям.

Действие первого впечатления, создавшего "ореол", может быть весьма продолжительным: год-полтора при достаточно интенсивном общении. Если первое впечатление о человеке позитивно, наблюдатель склонен его переоценивать, если негативно - недооценивать. Ю.Крижанская и В. Третьяков выделяют три основных фактора, ответственных за возникновение оценочной ошибки при формировании первого впечатления: превосходство, привлекательность, сходство. Соответственно они выделяют и три схемы формирования первого впечатления. Каждая схема "запускается" определенным фактором, так или иначе присутствующим в ситуации знакомства: фактором превосходства, фактором привлекательности партнера и фактором сходства воспринимаемого лица с наблюдателем.

Первая схема социального восприятия начинает работать в ситуации неравенства партнеров (точнее, когда наблюдатель ощущает превосходство партнера по какому-то важному для него параметру - уму, росту, материальному положению и т.п.). Суть происходящего дальше состоит в том, что наблюдатель оценивает наблюдаемого значительно выше и по остальным значимым параметрам. Иначе говоря, происходит общая личностная переоценка.

Вторая схема связана с восприятием партнера как чрезвычайно привлекательного внешне. Ошибка привлекательности состоит в том, что внешне приятного человека люди склонны переоценивать по другим важным для них психологическим и социальным параметрам. Так, в экспериментах Бершайда и Уостера показано, что более красивых по фотографиям людей оценивают как более уверенных в себе, счастливых и искренних, а красивых женщин мужчины склонны считать более заботливыми и порядочными.

Третья схема восприятия партнера запускается его сходством с наблюдаемым. Ошибка восприятия состоит в данном случае в том, что людей, которые хорошо относятся к человеку или разделяют какие-то важные его идеи, он склонен оценивать выше и по прочим психологическим показателям. Иначе говоря, люди, близкие мне по убеждениям, в целом лучше людей, исповедующих другие, противоположные взгляды.

Стереотипизация

Стереотип - это устойчивый образ или устойчивое представление о каких-либо явлениях, людях, событиях, свойственное представителям той или иной социальной группы. Стереотипизация - процесс формирования впечатления о воспринимаемом человеке на основе выработанных группой стереотипов.

Разные социальные группы, реальные (нация) или идеальные (профессиональная группа) вырабатывают стереотипы, устойчивые объяснения определенных фактов, привычные интерпретации вещей. Это вполне логично, так как стереотипизация - необходимый и полезный инструмент социального познания мира. Он позволяет быстро и на определенном уровне достаточно надежно категоризовать, упрощать социальное окружение человека. Сделать его понятным, а следовательно, прогнозируемым.

Таким образом, селекция, ограничение, категоризация огромной массы социальной информации, ежеминутно обрушивающейся на человека, - когнитивная основа стереотипизации. Оценочная поляризация в пользу своей группы, дающая человеку чувство принадлежности и защищенности, - мотивационная основа этого механизма. Г. Тэджфел выделяет четыре функции стереотипов, две из которых реализуются на индивидуальном уровне, две - на групповом.

Значение стереотипа на индивидуальном уровне:

селекция социальной информации;

создание и поддержание положительного "Я-образа".

На групповом уровне:

формирование и поддержание групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы;

создание и поддержание положительного "Мы-образа".

Мы обратимся к анализу педагогических стереотипов чуть ниже. Сейчас обсудим еще два механизма межгруппового восприятия, которые по своей сути являются частным случаем стереотипизации.

.2 Физиогномическая редукция и внутригрупповой фаворитизм

Физиогномическая редукция

По своей сути - это попытка судить о внутренних психологических особенностях человека, его поступках и прогнозировать его поведение на основе типичных для его группы черт внешности. Очень активно этот механизм работает в области межэтнических отношений: "Фиксирую у человека типичные этнические черты - накладываю на него стереотипный образ представителя данного этноса - строю свое поведение определенным образом". В простейших ситуациях социального взаимодействия этот механизм работает весьма успешно.

Внутригрупповой фаворитизм

Тенденция благоприятствовать в оценке членам своей группы по сравнению с представителями других групп. То есть "наши" всегда лучше "ненаших". Поэтому в чужом городе люди так радуются землякам, в чужой стране - соотечественникам. Не всегда, скажете вы. И будете правы. Фаворитизм присущ не всем группам, а только сильным, благополучно развивающимся, с позитивной системой внутригрупповых ценностей, мощными силами сплочения. Группам, переживающим времена конфликта, распада, переструктурирования целей и ценностей, может быть не до фаворитизма.

Более того, в них может возникнуть явление противоположного характера: тенденция благоприятствовать в оценке членам другой группы. Первое характерно для ситуаций, когда большая, экспансивно настроенная группа претендует на распространение своего влияния среди членов слабой группы. Так происходит с некоторыми малыми народами мира, в том числе России. Второе характерно в тех случая, когда ослабляются внутренние центробежные силы, превращающие группу в целое: общие цели, ценности, нормы. Похоже, что через это состояние прошла или еще проходит и наша страна.

.3 Стереотип ожидания и его педагогические варианты

Обратимся к мнению М. Снайдера: "Стереотипы могут создавать собственную реальность. Они направляют социальное взаимодействие в такое русло, что стереотипно воспринимаемый индивид начинает своим поведением подтверждать стереотипные впечатления о себе другого человека". Стереотип, способный порождать новую реальность, получил общее название "стереотип ожидания". Есть у него и другие названия, больше известные в педагогической психологии: "самоактуализирующееся пророчество" (Р. Бернс), "эффект Пигмалиона".

Механизм, обеспечивающий работу этого стереотипа, заложен в сам процесс социальной перцепции: наблюдатель на основе своих "перцептивных" изысканий формирует собственную стратегию поведения по отношению к наблюдаемому и реализует ее. Наблюдаемый, строя собственное поведение, отталкивается от этой стратегии, а, следовательно, и от субъективного мнения о нем, которое сложилось в голове наблюдателя. Если наблюдатель - авторитетный человек, наблюдаемый будет стараться вписаться в ту модель поведения, которую ему предложили. "Пророчество" (субъективная оценка, сделанная наблюдателем) начнет действовать.

Посмотрим, как работает стереотип ожидания в области воспитательных отношений.

Один из важнейших результатов педагогической стереотипизации - формирование в сознании учителя образа идеального ученика. Это такой ученик, который поддерживает учителя в роли успешного педагога и делает его работу приятной: готовый к сотрудничеству, стремящийся к знаниям, дисциплинированный. Детей, похожих на этот идеал, учитель воспринимает не только как "хороших" учеников, но и в целом как хороших людей, приятных во всех отношениях. Дети, подходящие под противоположный образ - "плохих" учеников, воспринимаются в целом как безразличные, агрессивные, как источники отрицательных эмоций.

Ожидания, формирующиеся у учителей по отношению к ребенку, и в самом деле начинают определять его реальные достижения. Связано это с тем, что под влиянием таких ожиданий формируется самовосприятие ребенка. Как отмечает западный психолог Рист, многие дети обречены влачить в школе жалкое существование и испытывать неприязнь к себе только потому, что за ними с самого начала закрепился ярлык "недоразвитых", "неуравновешенных", "неспособных". То есть обратная связь от учителей к ученику, имеющая форму ожиданий, срабатывает, по словам Р. Бернса, как "самоактуализирующееся пророчество".

Стереотип ожидания является реально действующим фактором педагогического процесса. Связано это с тем, что он проявляется не только в установках и ожиданиях учителя, но и весьма активно в его поведении.

Рассмотрим проявления стереотипа ожидания в педагогической практике.

. Стереотип проявляется в отношении к ответам учеников. "Хороших" учеников вызывают чаще и активнее поддерживают. "Плохому" ученику учитель через свои жесты и фразы с самого начала дает понять, что ничего хорошего он от него не ждет. Возникает удивительный парадокс: объективно на опрос "плохих" учеников педагог затрачивает меньше времени, чем на опрос "хороших", однако в сознании учителя, подверженного "стереотипу ожидания", ситуация субъективно переворачивается, и он искренне считает, что тратит львиную долю учебного времени на отстающих.

. Стереотип сказывается и на характере помощи при ответах. Незаметно для себя учитель подсказывает и помогает "хорошим", чтобы подтвердить свои ожидания. Однако он убежден, что вытягивает именно "плохого" ученика.

. Стереотип порождает характерные высказывания в адрес успешных и неуспешных учащихся. Плохих критикуют больше и резче с использованием обобщений типа: "Опять не выучил", "Как всегда, ты..." и т. д.

В целом стереотип ожидания может иметь и позитивные последствия, если в отношении слабого ребенка у учителя удалось выработать положительные ожидания. Однако исследования показывают, что на отрицательном полюсе данный стереотип работает эффективнее и последовательнее. В целом три фактора определяют результат влияния на ребенка стереотипа ожидания:

представление учителя о способностях ученика;

представление самого школьника о своих возможностях;

значимость мнения учителя для школьника.

Соответственно можно ждать результатов в тех случаях, когда учитель авторитетен для ребенка, когда он и сам ученик высокого мнения об учебных возможностях. А также в тех, когда учитель крайне низкого мнения о способностях ребенка, а у последнего уже не находится слов для самоподдержки.

Обратимся теперь к другой ситуации социального познания - диалогической, предполагающей и восприятие и понимание партнерами друг друга.

.4 Идентификация, "Социальная рефлексия", эмпатия и аттракция

«Идентификация» (от лат. identifico - отождествлять), является процессом интуитивного отождествления, сравнения субъектом самого себя с другим человеком (группой людей), в процессе межличностной перцепции. Это попытка понять состояние, настроение человека, его отношение к миру и себе, поставив себя на его место, слившись с его "Я". При этом неизбежен пусть временный, но отказ от собственного "Я". При идентификации с другим человеком усваиваются его нормы, ценности, поведение, вкусы и привычки. Человек ведет себя так, как, по его мнению, строил бы в данной ситуации свое поведение этот человек. Идентификация имеет особое личностное значение на определенном этапе развития, чаще всего в старшем подростковом или юношеском возрасте, когда она во многом определяет характер отношений между юношей и значимыми для него взрослыми или сверстниками (например, отношение к кумиру).

Эмпатия

Эмпатия позволяет принять во внимание линию поведения другого человека. Эмпатия может проявляться в таких формах как сопереживание (переживание тех же эмоциональных состояний, что и другой человек) и сочувствие (переживание собственных эмоциональных состояний по поводу чувств другого человека). Эмпатия - постижение эмоционального состояния, вчувствование в другого человека. Термин вошел в обиход психологической науки благодаря Э. Титченеру. Сегодня это чрезвычайно многогранный термин, который в том числе означает: - психический процесс, позволяющий человеку понять переживания другого человека, - эмпатия как механизм познания; - деятельность человека, которая позволяет особым образом строить общение, - эмпатия как особый вид внимания к другому человеку; - способность, свойство личности - эмпатия как характеристика человека, точнее можно сказать - "эмпатийность".

Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит в душе другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Известно, что эмпатия тем выше, чем лучше человек способен представить себе, как одно и то же событие будет воспринято разными людьми, и насколько он допускает право на существование этих точек зрения. Большое значение имеет и личный опыт разнообразных душевных переживаний, потому что трудно вообразить чувство другого, которое сам никогда не испытывал. Таким образом, в определенном смысле эмпатия - это способность делать вывод по аналогии, хотя подобное определение не дает исчерпывающего ответа на вопрос природе этого феномена.

"Социальная рефлексия"

Социальная рефлексия - это осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Другими словами, понимание собеседника путем размышления за него. Взаимное восприятие в процессе рефлексии предполагает следующие позиции: сам субъект, каков он есть в деятельности, и субъект, каким он видится другому. В этих позициях пребывают оба субъекта общения. Следовательно, рефлексия - это своеобразный процесс удвоенного зеркального отображения субъектами друг друга.

Чем шире круг общения, чем больше разнообразных представлений о том, как он воспринимается другими, тем больше, в конечном счете, человек знает о себе и других. Включение партнера в свой внутренний мир - самый эффективный источник самопознания в процессе общения.

Аттракция

Аттракция - (от лат. attrahere - привлекать, притягивать), рассматривается как особая форма восприятия одного человека другим, основанная на устойчивом положительном отношении к человеку. Причем не важно, какого знака это чувство: легче понять друга и врага, чем чужого и чуждого вам человека. Аттракция не гарантирует формирования "объективного" взгляда на человека, она дает понимание его чувств, состояний, представлений о жизни. Хотя, с точки зрения А. Маслоу, аттракция - это путь к объективности: "... восприятие любящего человека... позволяет любящему так тонко чувствовать объект своей любви, так полно познать его, как никогда не сможет тот, кто не любит". Источник таких богатых познавательных возможностей аттракции А. Маслоу видит в том, что любящий человек менее склонен к управлению, манипулированию, "улучшению" объекта любви. Если принимаешь человека таким, какой он есть, считает замечательный психолог-гуманист, значит, ты объективен в своих оценках.

.5 Каузальная атрибуция, самоподача и проблема открытости

Наконец, обратимся к третьей ситуации социального познания - механизму каузальной атрибуции. Ситуация совместной деятельности предполагает понимание партнерами друг друга. Без этого она просто не может быть успешной, а то и совсем состояться. При оценивании партнера люди часто строят целую систему интерпретаций его поведения и причин, его вызывающих. В условиях дефицита информации начинается поиск и своеобразное приписывание ему причин того или иного поведения, обозначаемое в психологии понятием каузальная атрибуция.

В социальной психологии существует целый раздел, посвященный изучению закономерностей восприятия причин поступков, - каузальная атрибуция, по-простому - причинное приписывание. В этом разделе четко выделяются теоретическая и экспериментальная линии изучения процесса каузальной атрибуции. Теория пытается возвести в ранг научного анализа те неосознаваемые когнитивные процессы, которые происходят в голове у "наивного испытуемого", занимающегося причинным приписыванием. Наиболее известны схемы каузального анализа, созданные Э. Джонсом и К. Дэвисом, а также Г. Келли. Они отвечают на вопрос, как человек это делает и на основе чего.

Однако наиболее интересный и практически значимый раздел данной дисциплины - это изучение истинности совершаемых нами приписываний, происхождение закономерных ошибок и искажений.

Выделяют три привычных способа интерпретации причин поведения другого.

. личностная атрибуция, приписывание причин случившегося себе (я договаривался) или автору ситуации (он договаривался, он и сказал неправильно). Склонные к данной схеме люди всегда знают "автора" произошедшего события.

. объектная атрибуция, приписывание ответственности тому, с кем нечто произошло. В нашем случае - опаздывающему.

. ситуационная атрибуция. "Виноватыми" оказываются обстоятельства.

Ошибки каузальной атрибуции

. "Позиционные ошибки, или Смотря откуда смотреть"

Действительно, взгляд на ситуацию "изнутри" или "снаружи" существенно влияет на толкование причин происходящего. Человек, находящийся "внутри" ситуации, тем более автор, больше склонен видеть причины произошедшего в обстоятельствах (таковы были требования ситуации), а внешний наблюдатель - в замыслах и "умыслах" деятеля. Из-за этой ошибки наблюдатели часто склонны переоценивать роль и ответственность личности в происходящем.

. "Иллюзорные корреляции"

Люди склонны придавать решающее значение одним факторам, совершенно игнорируя другие, не менее значимые. Иллюзорные корреляции появляются у человека в силу прошлого опыта, семейных сценариев, профессиональных или иных стереотипов, возраста, пола...

. "Ошибка ложного согласия"

Принцип прост: если другой поступает так же, как поступил бы я в данной ситуации, - его поведение нормально, если склонен к противоположным реакциям - что-то с ним самим не то, видимо, какие-то личностные особенности. Ошибка ложного согласия проявляется и в тех случаях, когда в поступки другого человека вкладываются собственные смыслы: если бы я так поступал, то только по причине...

Описанные выше ошибки и причинные искажения имеют место быть в нашей жизни, но значительно больший вес имеют предубеждения и ошибки интерпретации, проистекающие из мотивации человека. Начнем с простых закономерностей.

Предубеждения и ошибки интерпретации

. "Смотря о ком речь"

Если речь лично обо мне, то успех - результат моих личных титанических усилий и способностей, а неудача (со всеми случается!) - следствие неудачно сложившихся обстоятельств. Если речь о другом, то незначительный успех можно приписать лично ему - заслужил, а большой успех - стечение обстоятельств, везение... Лишь в том случае, если известно, как много усилий потратил человек для достижения результата, тенденция может слегка измениться.

. "Смотря о чем речь"

Если последствия случившегося негативного события незначительны, можно и не возлагать вину на человека: все бывает. Но если последствия серьезны, опасны, разрушительны, общественное мнение практически единодушно: виноват конкретный человек.

. "Вера в справедливый мир"

А вот это уже серьезнее. Выявлено, что если человек наблюдает страдания другого, его реакция на них и объяснение причин, почему такое с ним случилось, зависит от тяжести страданий, но совсем не так, как вы сейчас подумали. Наоборот. То есть чем больше страдает человек, тем в большей степени он представляется постороннему наблюдателю неприятным и заслуживающим того, что с ним происходит.

. "Собственные страдания"

Как показали исследования, люди, реально пострадавшие от несчастного случая, лучше справляются со своими психологическими проблемами, быстрее выздоравливают, если обвиняют в произошедшем самих себя, но определенным образом. Необходимо различать поведенческое и характерологическое самообвинение. В первом случае пострадавший низко оценивает свое поведение в ситуации, во втором - винит себя в том, что он "такой человек". Лучше справляются с недугами те, кто использует поведенческую самокритику, не затрагивая и не принижая свое "Я": характер, воспитание, черты личности, моральные принципы и т.д.

Многие исследователи склонны рассматривать причинное приписывание как универсальный механизм познания и понимания людьми друг друга.

Самоподача и проблема открытости

Самоподача - это предъявление себя другим. Как мы уже говорили, поведение и внешние признаки наблюдаемого человека являются текстом, с помощью которого он транслирует некоторый авторский замысел: свое состояние, чувства, отношения, мнения и другое. Эффективность прочтения этого текста зависит не только от проницательности и перцептивной умелости наблюдателя, но и от того, насколько предложенный наблюдаемым текст соответствует замыслу. Выразил ли он то, что хотел? И здесь видится как минимум две проблемы. Первая: осознает ли наблюдаемый те состояния и переживания, которые намерен транслировать? Понимает ли он себя? По своей сути эта проблема лежит в области самосознания. И вторая: имеет ли он в своем арсенале выразительные средства, которые помогли бы ему транслировать замысел? Это проблема экспрессивной грамотности человека. Самоподача в узком смысле этого слова.

Самоподача может быть искренней и манипулятивной.

В первом случае человек транслирует свои истинные чувства и состояния в тех экспрессивных формах, которые ему доступны. Успешность социальной перцепции со стороны самого наблюдаемого в данном случае обеспечивается осознанностью своего замысла, использованием адекватных средств самовыражения и тем трудно определяемым состоянием души, которое именуется искренностью. Под искренностью К. Роджерс понимал естественность и спонтанность реакций на слова и чувства собеседника.

Все эти три компонента самоподачи вместе в гуманистической психотерапии принято называть самораскрытием, открытостью.

Манипулятивная самоподача - это управление вниманием наблюдателя, целенаправленное формирование впечатления о себе. Она не предполагает глубокого знания себя (более того, такое знание бывает разрушительным для манипулятора) и, естественно, не предполагает искренности. А вот технологический аспект - владение экспрессивными средствами - выходит на первый план. При самоподаче такого типа важно знать культурно закрепленный набор выражения тех или иных состояний и уметь его реализовать в своем поведении и оформлении облика.

# Заключение

Заканчивая рассмотрение социально перцептивных аспектов общения, подведем некоторые итоги.

Социальная перцепция - многофункциональный психический процесс, который предполагает восприятие внешних признаков человека, соотнесение их с его личностными характеристиками, интерпретацию и прогнозирование на этой основе его поступков.

В структуре социальной перцепции выделяются наблюдатель, наблюдаемый и социальная ситуация общения; каждый из структурных компонентов влияет на успешность социально-перцептивного процесса. Среди наиболее важных, с точки зрения успешности, характеристик наблюдателя выделяются: возраст, профессия, состояние самооценки и содержание "Я-образа", социально перцептивные умения и навыки. Наблюдаемый - автор перцептивного сообщения, он формирует его с помощью набора экспрессивных средств, имеющих культурное и индивидуальное значение: мимики, дистанции, контакта глаз, пантомимики и др. В соответствии с социальной ситуацией общения для осуществления социальной перцепции наблюдателем могут быть использованы различные механизмы социального познания.

В ситуации межгруппового восприятия используются типовые схемы первого впечатления, стереотипизация.

В ситуации межличностного понимания - идентификация, эмпатия, аттракция, социальная рефлексия.

В ситуации непонимания для решения проблем, возникающих в совместной деятельности, используется механизм каузальной атрибуции. Это механизм причинного приписывания, задающий определенные схемы и типовые ошибки восприятия поступков партнера по общению. Он выполняет важные адаптивные функции. Для наблюдаемого процесс его восприятия партнером по общению предстает как действие самоподачи, которая в зависимости от целей общения может быть искренней или управляемой и манипулятивной.

# Глоссарий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Понятие | Определение |
| 1. | "Стереотип ожидания". | Стереотип, способный порождать новую реальность, |
| 2. | "Эффект ореола": | распространение в условиях дефицита информации о человеке общего оценочного впечатления о нем на восприятие его поступков и личностных качеств. |
| 3. | Аттракция | механизм понимания партнера по общению на основе глубокого чувства к нему |
| 4. | Внутригрупповой фаворитизм | Тенденция благоприятствовать в оценке членам своей группы по сравнению с представителями других групп. |
| 5. | Идентификация | уподобление себя другому. |
| 6. | Каузальная атрибуция | восприятия причин поступков, причинное приписывание |
| 7. | Перцептивная сторона общения | процесс познания и понимания одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения |
| 8. | Перцепция | теоретическое понятие, характеризующее искусственно выделенный фрагмент целостного процесса познания и субъективного осмысления человеком Мира. |
| 9. | Самоподача | предъявление себя другим. |
| 10. | Социальная перцепция | процесс, включающий восприятие внешних признаков человека, соотнесение их с его личностными характеристиками, интерпретацию и прогнозирование на этой основе его поступков. |
| 11. | Социальная рефлексия | внутреннее представительство другого во внутреннем мире человека. Представление о том, что думают о нас другие |
| 12. | Стереотип | устойчивый образ или устойчивое представление о каких-либо явлениях, людях, событиях, свойственное представителям той или иной социальной группы |
| 13. | Стереотипизация | процесс формирования впечатления о воспринимаемом человеке на основе выработанных группой стереотипов. |
| 14. | Физиогномическая редукция | попытка судить о внутренних психологических особенностях человека, его поступках и прогнозировать его поведение на основе типичных для его группы черт внешности |
| 15. | Эмпатия | постижение эмоционального состояния, вчувствование в другого человека |

Список использованных источников

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М., 1997.

2. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1996.

. Артемов В.А. Введение в социальную психологию. М., 1927.

. Бодалев А.А. Личность в общении. М., 1983.

. Брунер Дж. Психология познания. М., 1977.

. Введение в практическую социальную психологию /Под ред. Ю.М.Жукова, Допетровской, О.В.Соловьевой. М., 1994.

. Келли Г. Процесс каузальной атрибуции //Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984.

8. Крижанская Ю.С., Третьяков В.В. Грамматика общения. Л., 1990.

. Кузьмин Е.С. Основы социальной психологии. Л., 1967.

. Маслоу А. Лекции по социальной психологии.

. Мелибруда Е. Я-ты-мы. Психологические возможности улучшить общение.М.,1986.

. Снайдер М. Лекции по социальной психологии.

# Приложения

