КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по дисциплине: «Психологическая наблюдательность в работе социального работника»

на тему: «Перцептивная сторона общения. Феномен первого впечатления о человеке»

 выполнила: студентка 5 курса

 факультет:

 очного отделения

преподаватель: к.ф.н., доцент

Оглавление

Введение

§1. Общее представление о межличностном восприятии…………………...…5

1.1 Межличностное восприятие как перцептивная сторона общения………...5

1.2 Структура процесса межличностного восприятия…………………………9

§2. Механизмы межличностного восприятия…………………………..……..12

2.1 Рефлексия, идентификация, эмпатия………………………………………12

2.2 Аттракция и стереотипизация………………………………………...……15

2.3 Каузальная атрибуция…………………………………………………...….17

§3. Феномен первого впечатления о человеке. ………………………….…….22

3.1 Установки в формировании первого впечатления………………………..22

3.2 Эффекты восприятия…………………………………………………….…33

Заключение

Список используемой литературы

ВВЕДЕНИЕ

Тема моей курсовой работы - «Перцептивная сторона общения. Феномен первого впечатления о человеке» выбрана не случайно. Ведь XXΙ век- век изучения человеческой души и всех процессов, которые прямо или косвенно влияют на человека, его социальное здоровье и взаимодействие человека в социуме. Межличностное взаимодействие играет в социализации индивида огромную роль, ведь человек рождается, растет, работает, живет в социуме.

Восприятие предметов и явлений материального мира, их многообразных свойств и отношений занимает одно из центральных мест в психической деятельности человека. Восприятие составляет основу ориентировки человека в окружающей действительности, позволяет ему организовать деятельность, поведение в соответствии с объективными свойствами и отношениями вещей. В процессе поведения человек воспринимает также свои собственные действия и их результаты, чем обеспечиваются обратные связи, регулирующие протекание этого процесса.

Отсюда следует *актуальность* изучения восприятия как психического процесса, путей его становления и развития, гигиены, профилактики нарушений и особенностей последних, необходимость этих знаний для правильного построения и организации любой деятельности.

Сейчас уже не приходится доказывать, что межличностное общение - совершенно необходимое условие бытия людей, без него невозможно полноценное формирование у человека ни одной психической функции или психического процесса, ни одного блока психических свойств, личности в целом.

В последние десятилетия минувшего столетия, заключительного века в ушедшем тысячелетии, проблема общения была “логическим центром” психологической науки. Исследование этой проблемы открыло возможности более глубокого анализа психологических закономерностей и механизмов регуляции поведения человека, формирования его внутреннего мира, показало социальную обусловленность психики и образа жизни индивида.

*Актуальность* выбранной проблемы состоит еще и в том, что межличностные отношения являются на данном этапе человеческого развития рычагом влияния, манипулирования одного человека над другим. А в работе социального работника, знание основ межличностного взаимодействия это база которую необходимо заложить в первую очередь. Если брать тот аспект, что социальный работник является посредником между государством и человеком, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, то корень проблемы искать необходимо именно здесь. Как человек относится к себе, правильно и адекватно он воспринимает других, на какой основе человек составляет целостную картину и делает прогноз после первых десяти минут разговора с другим человеком.

*Разработанность темы.* В нашей стране проблематику социальной психологии личности разрабатывают такие ученые, как А. Г. Асмолов, В. А. Богданов, Е. В. Шорохова, В. А. Ядов, Е. П. Белинская и др. Г. М. Андреева, один из ведущих отечественных социальных психологов, считает: «При определении специфики социально-психологического подхода к исследованию личности следует опереться на понимание личности, предложенное А. Н. Леонтьевым»[[1]](#footnote-1). Проблема формирования первого впечатления интенсивно разрабатывалась в отечественной психологии в рамках социально - перцептивного подхода, начиная с 60-70 годов XX века в работах А.А.Бодалева и В.Н.Панферова, а затем их последователей (А.Г.Гусевой, В.Н.Куницыной, К.Д.Шафранской, П.М.Якобсон и многими другими). Наибольшее внимание исследователей привлекали механизмы и закономерности формирования первого впечатления, детерминированность и изменчивость феномена под воздействием разных факторов. В конце 80-х годов в психологии невербального поведения (В.А.Лабунская) ставятся вопросы социально-психологической интерпретации незнакомого человека на основе его экспрессии. Хочу отметить, что конкретно по проблематике межличностного восприятия наибольший вклад внесла Андреева А.Г., большинство поздних трудов наших исследователей, по сути, являются интерпретацией ее разработок.

*Объект* – межличностное восприятие, как явление, структура процесса межличностного восприятия.

*Предмет* - факторы и механизмы, влияющие на процесс межличностного восприятия. Формирование первого впечатления и эффекты восприятия.

*Цель* – дать целостную характеристику процесса межличностного восприятия, раскрыть особенности межличностного восприятия человеком самого себя, других и отношения других к познающему человеку, уточнить социальную технологию формирования первого впечатления.

*Основные задачи*

* изучить процесс межличностного восприятия
* систематизировать разработки в области социальной перцепции (межличностного восприятия)
* описать основные механизмы процесса межличностного восприятия
* выявить влияние установок в формировании первого впечатления
* проанализировать изученные эффекты восприятия

Психологический анализ общения раскрывает механизмы его осуществления. Общение выдвигается как важнейшая социальная потребность, без реализации которой замедляется, а иногда и пре­кращается формирование личности. Психологи относят потребность в общении к числу важнейших условий формирования личности. В связи с этим потребность в об­щении рассматривается как следствие взаимодействия личности и социокультурной среды, причем последняя служит одновременно и источником формирования данной потребности. Поскольку человек существо социальное, он постоянно испы­тывает потребность в общении с другими людьми, что определяет потенциальную непрерывность общения как необходимого усло­вия жизнедеятельности. Само общение, его внутренняя динамика и закономерности раз­вития выступают специальным предметом многих исследований.

**§1. Общее представление о межличностном восприятии**

**1.1. Межличностное восприятие – как перцептивная сторона общения**

Общеизвестным является тот факт, что в процессе общения должно присутствовать взаимопонимание между участниками этого процесса. Само взаимопонимание может быть истолковано по-разному: или как понимание целей, мотивов, установок партнера по взаимодействию, или как не только понимание, но и принятие*,* разделение этих целей, мотивов, установок[[2]](#footnote-2). Однако и в том, и в другом случаях большое значение имеет тот факт, как воспринимается партнер по общению, иными словами, процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения и условно может быть назван *перцептивной* стороной общения.

Прежде чем раскрывать в содержательном плане характеристики этой стороны общения, необходимо уточнить употребляемые здесь термины. Весьма часто восприятие человека человеком обозначают как «социальная перцепция». Это понятие в данном случае употреблено не слишком точно. Термин «социальная перцепция» впервые был введен Дж. Брунером в 1947 г. в ходе разработки так называемого *нового взгляда* на восприятие. Вначале 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.

Социальная перцепция – процесс восприятия социальных объектов в социальном контексте.

Социальная перцепция – процесс, возникающий при человеческом взаимодействии на основе естественного общения и протекающий в форме восприятия и понимания человека человеком.

Социальная перцепция зависит от эмоций, мнений, установок, пристрастий и предубеждений.

Восприятие и оценка партнера по общению представляет важную сторону данного процесса. Воспринимая качества собеседника, наблюдатель определенным образом оценивает их и делает некоторые умозаключения о внутренних психологических свойствах человека. Данные умозаключения основаны на наблюдении внешнего облика собеседника (физические качества и оформление внешности) и поведения (то есть совершаемых действий и экспрессивных реакций). Это дает возможность сформировать определенное к нему отношение. Перечисленные феномены принято относить к социальной перцепции.

Социальную перцепцию определяют как восприятие внешних признаков человека, соотнесение их с его личностными характеристиками, интерпретацию и прогнозирование на этой основе его поступков. В ней обязательно присутствует оценка другого человека и формирование отношения к нему в эмоциональном и поведенческом плане. Иными словами, процесс восприятия одним человеком другого выступает, как обязательная составная часть общения и условно может быть назван перцептивной стороной общения.

Выделяют следующие основные ***функции*** социальной перцепции:

- познание себя;

- познание партнера по общению;

- организация совместной деятельности на основе взаимопонимания (взаимопонимание – социально-психическое явление, ядро которого составляет эмпатия, связанное с глубоким проникновением людей в духовный мир друг друга);

 - установление эмоциональных отношений.

Если представить себе процессы социальной перцепции в полном объеме, то получается весьма сложная и разветвленная схема (рис. 1). Она включает в себя различные варианты не только объекта, но и субъекта восприятия. Когда субъектом восприятия выступает индивид (И), то он может воспринимать другого индивида, принадлежащего к «своей» группе (1); другого индивида, принадлежащего к «чужой» группе (2); свою собственную группу (3); «чужую» группу (4). Если даже не включать в перечень большие социальные общности, которые в принципе так же могут восприниматься, то и в этом случае получаются четыре различных процесса, каждый из которых обладает своими специфическими особенностями.

Еще сложнее обстоит дело в том случае, когда в качестве субъекта восприятия интерпретируется не только отдельный индивид, но и группа (Г). Тогда к составленному перечню процессов социальной перцепции следует еще добавить: восприятие группой своего собственного члена (5); восприятие группой представителя другой группы (6); восприятие группой самой себя (7), наконец, восприятие группой в целом другой группы (8). Хотя этот второй ряд не является традиционным, однако в другой терминологии почти каждый из обозначенных здесь «случаев» исследуется в социальной психологии. Не все из них имеют отношение к проблеме взаимопонимания партнеров по общению[[3]](#footnote-3). Для того чтобы более точно обозначить, о чем идет речь в интересующем нас плане, целесообразно говорить не вообще о социальной перцепции, а о *межличностной* перцепции, или межличностном восприятии (или — как вариант — о восприятии человека человеком). Именно эти процессы непосредственно включены в общение в том его значении, в каком оно рассматривается здесь. Иными словами, в данном контексте речь идет лишь о

*Рис. 1.* Варианты социально-перцептивных процессов

позициях 1) и 2) предложенной схемы. Но кроме этого, возникает необходимость и еще в одном комментарии. Восприятие социальных объектов обладает такими многочисленными специфическими чертами, что само употребление слова «восприятие» кажется здесь не совсем точным. Во всяком случае, ряд феноменов, имеющих место при формировании представления о другом человеке, не укладывается в традиционное описание перцептивного процесса, как он дается в общей психологии. Поэтому в социально-психологической литературе до сих пор продолжается поиск наиболее точного понятия для характеристики описываемого процесса. Основная цель этого поиска состоит в том, чтобы включить в процесс восприятия другого человека в более полном объеме некоторые другие познавательные процессы. Многие исследователи предпочитают в этом случае обратиться к французскому выражению «connaissanse d'autrui», что означает не столько «восприятие другого», сколько «познание другого». В отечественной литературе также весьма часто в качестве синонима «восприятие другого человека» употребляется выражение «познание другого человека»[[4]](#footnote-4).

Это более широкое понимание термина обусловлено специфическими чертами восприятия другого человека, к которым относится восприятие не только физических характеристик объекта, но и поведенческих его характеристик, формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т.д. Кроме того, в содержание этого же понятия включается формирование представления о тех отношениях, которые связывают субъект и объект восприятия. Именно это придает особенно большое значение ряду дополнительных факторов, которые не играют столь существенной роли при восприятии физических объектов. Так, например, такая характерная черта, как селективность (избирательность) восприятия здесь проявляется весьма своеобразно, поскольку в процесс селекции включается значимость целей познающего субъекта, его прошлый опыт и т.д. Тот факт, что новые впечатления об объекте восприятия категоризуются на основе сходства с прежними впечатлениями, дает основание для стереотипизации. Хотя все эти явления были экспериментально зарегистрированы и при восприятии физических объектов, значимость их в области восприятия людьми друг друга в огромной степени возрастает. Другой подход к проблемам восприятия, который также был использован в социально-психологических исследованиях по межличностной перцепции, связан со школой, так называемой *транзактной психологии*. Здесь особенно подчеркнута мысль о том, что активное участие субъекта восприятия в транзакции предполагает учет роли ожиданий, желаний, намерений, прошлого опыта субъекта как специфических детерминант перцептивной ситуации, что представляется особенно важным, когда познание другого человека рассматривается как основание не только для понимания партнера, но для установления с ним согласованных действий, особого рода отношений.

Все сказанное означает, что термин «социальная перцепция», или, в более узком смысле слова, «межличностная перцепция», «восприятие другого человека» употребляется в литературе в несколько вольном, даже метафорическом смысле, хотя последние исследования и в общей психологии восприятия характеризуются известным сближением восприятия и других познавательных процессов.[[5]](#footnote-5) В самом общем плане можно сказать, что восприятие другого человека означает восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретацию на этой основе его поступков.

Выделяются следующие *основные социально-перцептивные действия:*

а) восприятие внешнего облика и поведения объекта (отдельный человек, группа);

б) реконструкция внутреннего облика, то есть социально-психологических особенностей себя и партнера по общению (через механизмы рефлексии, атрибуции, стереотипизации, идентификации).

Представление о другом человеке зависит от уровня развития собственного самосознания, представления о собственном “Я” (“Я-концепция”), о собеседнике (“Ты-концепция”), о группе, к которой человек принадлежит или относит себя психологически (“Мы-концепция”). Осознание себя через другого имеет две стороны: идентификацию (уподобление себя другому) и рефлексию (осознание человеком того, как он воспринимается партнером по общению).

Продуктом таких действий является та или иная степень достигнутого взаимопонимания участниками общения (сходство взглядов, установок, впечатлений о предмете общения и друг о друге, принятие роли и т.п.).

Исследования в области межличностной перцепции ориентируются на изучение содержательной (характеристики субъекта и объекта восприятия, их свойств и т.п.) и процессуальной (анализ механизмов и эффектов восприятия) составляющих. В первом случае исследуются приписывания (атрибуции) друг другу различных черт, причин поведения (каузальная атрибуция) партнеров по общению, роль установки при формировании первого впечатления и т.п. Во втором – различные эффекты, возникающие при восприятии людьми друг друга (например, эффекты ореола, проекции, средней ошибки, первичности).

**1. 2 Структура процесса межличностного восприятия**

Один из главных аспектов изучения процесса межличностной перцепции связан с исследованием психологических и социальных особенностей субъекта и объекта восприятия. В восприятии и оценке людьми друг друга зафиксированы индивидуальные, половые, возрастные, профессиональные и поло-ролевые различия. Так, выявлено, что дети учатся сначала распознавать экспрессию по мимике, затем им становится доступным анализ выражения эмоций посредством жестов. В целом дети больше, чем взрослые, ориентированы на восприятие внешности (одежда, прическа, наличие отличительных признаков внешности: униформа, очки и др.). Было установлено, что учителя замечают и оценивают в своих учениках иные качества и черты, чем ученики и студенты у своих педагогов. Аналогичное несовпадение имеет место при восприятии и оценке руководителями подчиненных, и наоборот. Значительно влияет на процесс восприятия профессия наблюдателя. Так, педагоги при оценке людей в значительной степени ориентированы на речь воспринимаемых, а, например, хореографы, спортивные тренеры, прежде всего, замечают физическое сложение человека. Внутренние психологические и социальные установки субъекта восприятия как бы “запускают” определенную схему социальной перцепции.

Исследования психологических свойств объекта восприятия являются попыткой ответить на вопрос, какие психологические и другие свойства наблюдаемого являются наиболее важными и информативными для процесса его познания наблюдателем.

Люди, оценивая партнера по общению, прежде всего, обращают внимание на: выражение его лица (мимику), способы выражения чувств (экспрессию), жесты и позы, походку, внешний вид (одежду, прическу), особенности голоса и речи. Психологи А.А.Бодалев и В.Н.Панферов специально изучали в экспериментальных условиях, что производит наиболее сильное впечатление при знакомстве. Оказалось, первое, что бросается в глаза и запоминается человеку – это прическа, которая может менять лицо до неузнаваемости. Например, если женщина надевает парик и долго его носит, стоит ей появиться без парика – она становится неузнаваемой. Обычно экстравагантная мода, особенно среди молодежи, начинается с прически (панки, хиппи и т.д.)[[6]](#footnote-6). Это резко выделяет их на фоне других людей. Логично было бы предположить - если вы хотите, чтобы на вас обратили внимание в обществе – смените прическу.

После прически мы обращаем внимание на глаза человека. Глаза могут быть добрыми, холодными, лучистыми, хитрыми, злыми, колючими. Они как бы настраивают человека на определенный лад: доверительный, настороженный, агрессивный. И, конечно же, улыбка человека нас очень привлекает, особенно, если она добрая и приветливая, а не злая и натянутая. Не зря известный американский специалист по общению Дейл Карнеги в качестве первой заповеди хорошего общения провозгласил: если хотите понравиться человеку – улыбайтесь, учитесь улыбаться, делайте специальные упражнения перед зеркалом.

В целом, выражение лица формируется мимикой, которая у одних людей бывает очень динамичная, разнообразная, у других – бедная, от чего создается впечатление угрюмости, неприветливости, скрытности. Мимика – динамическое состояние мышц лица в каждый момент общения. Она способна дать истинную информацию о том, что переживает человек. Мимические выражения несут более 70 процентов информации, то есть глаза, взгляд, лицо человека способны сказать больше, чем произнесенные слова. Так, замечено, что человек пытается скрыть свою информацию (или лжет), если его глаза встречаются с глазами партнера менее 1/3 времени разговора.

Лоб, брови, рот, глаза, нос, подбородок – эти части лица выражают основные человеческие эмоции: страдание, гнев, радость, удивление, страх, отвращение, счастье, интерес, печаль и т. п. Причем, легче всего распознаются положительные эмоции: радость, любовь, удивление; труднее воспринимаются человеком отрицательные эмоции – печаль, гнев, отвращение. Важно заметить, что основную познавательную нагрузку в ситуации распознавания истинных чувств человека несут брови и губы. Научно доказано, что левая сторона лица гораздо чаще выдает эмоции человека; это вызвано тем, что правое полушарие, контролирующее эмоциональную жизнь человека, отвечает за левую сторону лица. Положительные эмоции отражаются более или менее равномерно на обеих половинах лица, а отрицательные – ярче выражены на левой.

Каждого человека отличает так же определенная манера поведения, жесты, походка, движения тела. Интересно, что когда люди долго не видятся, они узнают друг друга чаще всего не по лицу, которое очень изменилось, а по отдельным жестам и манере движения.

Одна из попыток в области кинетики принадлежит К. Бёрдвистлу, который предложил выделить единицу телодвижений человека. Наиболее мелкой семантической единицей предложено считать кин, или кинему (по аналогии с фонемой в лингвистике). Совокупность единиц представляет собой своеобразный алфавит телодвижений. Хотя отдельный кин самостоятельного значения не имеет, при его изменении изменяется вся структура. Из кинем образуются кинеморфы (нечто подобное фразам), которые и воспринимаются в ситуации общения.

На основании предложения Бёрдвистла были построены своего рода “словари” телодвижений, даже появились работы о количестве кинов в разных национальных культурах. Но сам Бёрдвистл пришел к выводу, что пока построить удовлетворительный “словарь телодвижений” не удается: само понятие кина оказалось достаточно неопределенным и спорным. Более локальный характер носят предложения о построении “словаря жестов”. Существующие попытки не являются слишком строгими (вопрос о единице в них просто не решается), но, тем не менее, определенный “каталог” жестов в различных национальных культурах удается описать.

Кроме выбора единицы, существует еще и вопрос о “локализации” различных мимических движений, жестов или телодвижений. Нужна тоже более или менее однозначная “сетка” основных зон человеческого лица, тела, руки и т.д. В предложениях Бёрдвистла все человеческое тело было поделено на 8 зон: лицо, голова, рука правая, рука левая, нога правая, нога левая, верхняя часть тела в целом, нижняя часть тела в целом. Смысл построения словаря сводится при этом к тому, чтобы единицы (кины) были привязаны к определенным зонам, тогда и получится “запись” телодвижения, что придаст ей известную однозначность, то есть поможет выполнить функцию кода. Однако неопределенность единицы не позволяет считать эту методику записи достаточно надежной.

Несколько более скромный вариант предложен для записи выражений лица, мимики. Вообще в литературе отмечается более 20 000 описаний выражения лица. Чтобы как-то классифицировать их, предложена методика, введенная П. Экманом и получившая название FAST - Facial Affect Scoring Technique. Принцип тот же самый: лицо делится на три зоны горизонтальными линиями (глаза и лоб, нос и область носа, рот и подбородок). Затем выделяются шесть основных эмоций, наиболее часто выражаемых при помощи мимических средств: радость, гнев, удивление, отвращение, страх, грусть. Фиксация эмоции “по зоне” позволяет регистрировать более или менее определенно мимические движения. Эта методика получила распространение в медицинской (патопсихологической) практике, в настоящее время есть ряд попыток применения ее в “нормальных” ситуациях общения.

**§2. Механизмы межличностного восприятия**

**2.1 Рефлексия, идентификация, эмпатия**

Изучение перцепции показывает, что можно выделить ряд универсальных психологических **механизмов**, обеспечивающих сам процесс восприятия и оценки другого человека и позволяющих осуществлять переход от внешне воспринимаемого к оценке, отношению и прогнозу.

К механизмам межличностной перцепции относят:

1) познание самого себя (рефлексия) в процессе общения;

2) познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция, стереотипизация);

3) прогнозирование поведения партнера по общению (каузальная атрибуция).

Поскольку человек вступает в общение всегда как личность, постольку он воспринимается и другим человеком — партнером по общению — также как личность. На основе внешней стороны поведения мы как бы «читаем» другого человека, расшифровываем значение его внешних данных[[7]](#footnote-7). Впечатления, которые возникают при этом, играют важную регулятивную роль в процессе общения. Во-первых, потому, что, познавая другого, формируется и сам познающий индивид. Во-вторых, потому, что от меры точности «прочтения» другого человека зависит успех организации с ним согласованных действий.

Представление о другом человеке тесно связано с уровнем собственного самосознания. Связь эта двоякая: с одной стороны, богатство представлений о самом себе определяет и богатство представлений о другом человеке, с другой стороны, чем более полно раскрывается другой человек (в большем количестве и более глубоких характеристик), тем более полным становится и представление о самом себе. «Личность становится для себя тем, что она есть в себе, через то, что она представляет собой для других»[[8]](#footnote-8). Как мы видели, сходную по форме идею высказывал и Мид, введя в свой анализ взаимодействия образ «генерализованного другого».

Если применить это рассуждение к конкретной ситуации общения, то можно сказать, что представление о себе через представление о другом формируется обязательно при условии, что этот «другой» дан не абстрактно, а в рамках достаточно широкой социальной деятельности, в которую включено взаимодействие с ним. Индивид «соотносит» себя с другим не вообще, а прежде всего преломляя это соотнесение в разработке совместных решений. В ходе познания другого человека одновременно осуществляется несколько процессов: и эмоциональная оценка этого другого, и попытка понять строй его поступков, и основанная на этом стратегия изменения его поведения, и построение стратегии своего собственного поведения.

Однако в эти процессы включены как минимум два человека, и каждый из них является активным субъектом. Следовательно, сопоставление себя с другим осуществляется как бы с двух сторон: каждый из партнеров уподобляет себя другому. Значит, при построении стратегии взаимодействия каждому приходится принимать в расчет не только потребности, мотивы, установки другого, но и то, как этот другой понимает мои потребности, мотивы, установки. Все это приводит к тому, что анализ осознания себя через другого включает две стороны: *идентификацию* и *рефлексию.* Каждое из этих понятий требует специального обсуждения,

Термин **«идентификация»,** буквально обозначающий отождествление себя с другим, выражает установленный эмпирический факт, что одним из самых простых способов понимания другого человека является уподобление себя ему. Это, разумеется, не единственный способ, но в реальных ситуациях взаимодействия люди часто пользуются таким приемом, когда предположение о внутреннем состоянии партнера строится на основе попытки поставить себя на его место. В этом плане идентификация выступает в качестве одного из механизмов познания и понимания другого человека.

Существует много экспериментальных исследований процесса идентификации и выяснения его роли в процессе общения. В частности, установлена тесная связь между идентификацией и другим, близким по содержанию явлением — *эмпатией.*

Описательно эмпатия также определяется как особый способ понимания другого человека. Только здесь имеется в виду не рациональное осмысление проблем другого человека, а, скорее, стремление эмоционально откликнуться на его проблемы. Эмпатия противостоит пониманию в строгом смысле этого слова термин используется в данном случае лишь метафорически: эмпатия есть аффективное «понимание». Эмоциональная ее природа проявляется как раз в том, что ситуация другого человека, партнера по общению, не столько «продумывается», сколько «прочувствуется». Механизм эмпатии в определенных чертах сходен с механизмом идентификации: и там, и здесь присутствует умение поставить себя на место другого, взглянуть на вещи с его точки зрения. Однако взглянуть на вещи с чьей-то точки зрения не обязательно означает отождествить себя с этим человеком. Если я отождествляю себя с кем-то, это значит, что я строю свое поведение так, как строит его этот «другой». Если же я проявляю к нему эмпатию, я просто принимаю во внимание линию его поведения (отношусь к ней сочувственно), но свою собственную могу строить совсем по-иному. И в том, и в другом случаях налицо будет «принятие в расчет» поведения другого человека, но результат наших совместных действий будет различным: одно дело — понять партнера по общению, встав на его позицию, действуя с нее, другое дело — понять его, приняв в расчет его точку зрения, даже сочувствуя ей», но действуя по-своему.

Впрочем, оба случая требуют решения еще одного вопроса: как будет тот, «другой», т.е. партнер по общению, понимать меня. От этого будет зависеть наше взаимодействие. Иными словами, процесс понимания друг друга осложняется явлением **рефлексии.** В отличие от философского употребления термина, в социальной психологии под рефлексией понимается осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание или понимание другого, но знание того, как другой понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга, «глубокое, последовательное взаимоотражение, содержанием которого является воспроизведение внутреннего мира партнера по взаимодействию, причем в этом внутреннем мире в свою очередь отражается внутренний мир первого исследователя»[[9]](#footnote-9).

Традиция исследования рефлексии в социальной психологии достаточно стара. Еще в конце прошлого века Дж. Холмс, описывая ситуацию диадического общения двоих людей утверждал, что в действительности в этой ситуации даны как минимум шесть человек. Впоследствии Т. Ньюком и Ч. Кули усложнили ситуацию до восьми персон. В принципе, конечно, можно предположить сколь угодно много отражений, но практически в экспериментальных исследованиях обычно ограничиваются фиксированием двух ступеней этого процесса. Г. Гибш и М. Форверг воспроизводят предложенные модели рефлексий в общем виде. Они обозначают участников процесса взаимодействия как А и Б. Тогда общая модель образования рефлексивной структуры в ситуации диадического взаимодействия может быть представлена следующим образом[[10]](#footnote-10): Есть два партнера А и Б. Между ними устанавливается коммуникация A ٱ B и обратная информация о реакции Б на А, БА. Кроме этого, у А и Б есть представление о самих себе А' и Б', а также представление о «другом»; у А представление о Б — Б" и у Б представление об А — А". Взаимодействие в коммуникативном процессе осуществляется так: А говорит в качестве А', обращаясь к Б". Б реагирует в качестве Б' на А". Насколько все это оказывается близко к реальным А и Б, надо еще исследовать, ибо ни А, ни Б не знают, что имеются несовпадающие с объективной реальностью А', Б', А" и Б", при этом между А и А", а также между Б и Б" нет каналов коммуникации. Ясно, что успех общения будет максимальным при минимальном разрыве в линиях

А - А' - А" и Б - Б' - Б"

Значение этого совпадения легко показать на примере взаимодействия оратора с аудиторией. Если оратор (А) имеет неверное представление о себе (А'), о слушателях (Б") и, главное, о том, как его воспринимают слушатели (А"), то его взаимопонимание с аудиторией будет исключено и, следовательно, взаимодействие тоже. Приближение всего комплекса этих представлений друг к другу — сложный процесс, требующий специальных усилий. Одним из средств является здесь разновидность социально-психологического тренинга, ориентированного на повышение перцептивной компетентности.

Построение моделей типа рассмотренной играет важную роль. В ряде исследований делаются попытки анализа рефлексивных структур группы, объединенной единой совместной деятельностью. Тогда сама схема возникающих рефлексий относится не только к диадическому взаимодействию, но к общей деятельности группы и опосредованных ею межличностных отношений[[11]](#footnote-11).

**2.2 Аттракция и стереотипизация**

**Аттракция** (от лат. attrahere – привлекать, притягивать) – особая форма восприятия одного человека другим, основанная на формировании устойчивого эмоционально положительного чувства к нему.

Люди не просто воспринимают друг друга, но формируют друг по отношению к другу определенные отношения. На основе сделанных оценок рождается разнообразная гамма чувств - от неприятия того или иного человека до симпатии, даже любви к нему. Область исследований, связанных с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название исследования аттракции. Аттракция также является процессом формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего и продуктом этого процесса, то есть некоторое качество отношения. Аттракцию можно рассматривать также как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент, когда этот “другой” оценивается преимущественно в аффективных категориях[[12]](#footnote-12).

Включение аттракции в процесс межличностного восприятия с особой четкостью раскрывает тот факт, что общение всегда есть реализация определенных отношений (как общественных, так и межличностных). Аттракция связана преимущественно с этим вторым типом отношений, реализуемых в общении.

Эмпирические исследования аттракции главным образом посвящены выяснению тех факторов, которые приводят к появлению положительных эмоциональных отношений между людьми. Изучается, в частности, вопрос о роли сходства характеристик субъекта и объекта восприятия в процессе формирования аттракции, о роли “экологических” характеристик процесса общения (близость партнеров по общению, частота встреч и т.п.). Во многих работах выявлялась связь между аттракцией и особым типом взаимодействия, складывающимся между партнерами, например, в условиях “помогающего” поведения.

**Выделены различные уровни аттракции:** симпатия, дружба, любовь.

*Дружба* – вид устойчивых, индивидуально-избирательных межличностных отношений, характеризующийся взаимной привязанностью их участников, усилением процессов аффилиации (стремление быть в обществе, здесь – вместе с другом, друзьями), взаимными ожиданиями ответных чувств и предпочтительности.

*Симпатия* (от греч. Sympatheia – влечение, внутреннее расположение) – устойчивое одобрительное эмоциональное отношение человека к другим людям, их группам или социальным явлениям, проявляющееся в приветливости, доброжелательности, восхищении, побуждающее к общению, оказанию внимания, помощи и т.п.

*Любовь* – высокая степень эмоционально-положительного отношения, выделяющего объект среди других и помещающего его в центр жизненных потребностей и интересов субъекта.

Теоретические данные не позволяют говорить о том, что уже создана удовлетворительная теория аттракции. В отечественной социальной психологии исследования, посвященные аттракции немногочисленны.

**Процесс стереотипизации***.* Впервые термин “социальный стереотип” был введен У. Липпманом в 1922 г., и для него в этом термине содержался негативный оттенок, свя­занный с ложностью и неточностью представлений, которыми оперирует пропаганда. В более же широком смысле слова стерео­тип - это некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным “сокращением” при взаимодействии с этим явлением. Стереотипы в общении, возни­кающие, в частности, при познании людьми друг друга, имеют и специфическое происхождение, и специфический смысл.

Под ***социальным стереотипом*** понимается устойчивый образ или представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы. Наиболее известны этнические стереотипы – образы ти­пичных представителей определенных наций, которые наделяются фиксированными чертами внешности и особенностями характера (например, стереотипные представления о чопорности и худобе англичан, легкомысленности французов, эксцентричности италь­янцев).

Стереотипы – неотъемлемый элемент обыденного сознания. Ни один человек не в состоянии самостоятельно, творчески реагировать на все встречающиеся ему в жизни ситуации. Стереотип, аккумулирующий некий стандартизованный коллективный опыт и внушенный индивиду в процессе обучения и общения с другими, помогает ему ориентироваться в жизни и определенным образом направляет его поведение. Стереотип может быть истинным и ложным. Он может вызывать и положительные эмоции, и отрицательные. Его суть в том, что он выражает отношение, установку данной социальной группы к определенному явлению. Так, образы попа, купца или работника из народных сказок четко выражают отношение трудящихся к этим социальным типам. Естественно, что у враждебных классов стереотипы одного и того же явления совершенно разные[[13]](#footnote-13).

Для человека, усвоившего стереотипы своей группы, они вы­полняют функцию упрощения и сокращения процесса воспри­ятия другого человека. Стереотипы представляют собой инстру­мент “грубой настройки”, позволяющий человеку “экономить” психологические ресурсы. Они имеют свою “разрешенную” сферу социального применения (например, стереотипы активно используются при оценке групповой национальной или про­фессиональной принадлежности человека).

Как пра­вило, стереотип возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта, в результате стремления строить выводы на базе ограниченной информации. Очень часто стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например при­надлежности его к какой-то профессии. Тогда ярко выраженные профессиональные черты у встреченных в прошлом представите­лей этой профессии рассматриваются как черты, присущие всяко­му представителю этой профессии (“все учительницы назидатель­ны”, “все бухгалтеры – педанты” и т.д.). Здесь проявляется тен­денция “извлекать смысл” из предшествующего опыта, строить заключения по сходству с этим предшествующим опытом, не сму­щаясь его ограниченностью.

Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга мо­жет привести к двум различным следствиям:

А. К определенному упрощению процесса познания другого человека. В этом случае стереотип не обязательно несет на себе оценочную нагрузку: в восприятии другого человека не происходит “сдвига” в сторону его эмоционального принятия или непринятия. Остается просто упрощенный подход, который, хотя и не способствует точ­ности построения образа другого, заставляет заменить его часто штампом, но, тем не менее, в каком-то смысле необходим, ибо по­могает сокращать процесс познания.

Б. К возникновению предубеждения. Если сужде­ние строится на основе прошлого ограниченного опыта, а опыт этот был негативным, всякое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью.

Одним из разновидностей стереотипов является педагогический стереотип восприятия учителем своих учеников, в основе которого лежит процесс формирования в его сознании модели идеального уче­ника[[14]](#footnote-14). Это такой ученик, который подтверждает собой успеш­ную роль педагога, делая его работу приятной: готовый к со­трудничеству, стремящийся к знаниям, дисциплинированный. Существенно, что ожидания, формирующиеся у учителей по от­ношению к ребенку, и в самом деле определяют его реальные достижения. Под влиянием таких ожиданий формируется само­восприятие ребенка. Например, в исследованиях было показа­но, что дети, носящие имена, которые нравятся учителю, обла­дают более позитивным внутренним отношением к себе по сравнению с детьми, чьи имена не принимаются педагогом. Имя может влиять и на ожидания учителя, связанные с успеха­ми в учебе данного ребенка.

**2. 3 Каузальная атрибуция.**

**Каузальная атрибуция** (англ. attribute - приписывать, наделять) – интерпретация субъектом своего восприятия причин и мотивов поведения других людей, полученная на основе непосредственного наблюдения, анализа результатов деятельности и прочего путем приписывания личности, группе людей свойств, характеристик, которые не попали в поле восприятия и как бы домысливаются им.

Каждый из участников взаимодействия, оценивая другого, стремится построить определенную систему интерпретации его поведения, в частности его причин. В обыденной жизни люди сплошь и рядом не знают действительных причин поведения другого человека или знают их недостаточно. В условиях дефицита информации они начинают приписывать друг другу как причины поведения, так иногда и сами образцы поведения или какие-то более общие характеристики. Приписывание осуществляется либо на основе сходства поведения воспринимаемого лица с каким-то другим образцом, имевшимся в прошлом опыте субъекта восприятия, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в аналогичной ситуации (в этом случае может действовать механизм идентификации). Но, так или иначе, возникает целая система способов такого приписывания (атрибуции). Таким образом, интерпретация своего и чужого поведения путем приписывания (причин, мотивов, чувств и т.п.) выступает составной частью межличностного восприятия и познания.

Особая отрасль социальной психологии, получившая название каузальной атрибуции, анализирует именно эти процессы (Ф. Хайдер, Г. Келли, Э. Джонс, К. Дэвис, Д. Кенноуз, Р. Нисбет, Л. Стрикленд). Если на первых порах исследования атрибуции речь шла лишь о приписывании причин поведения другого человека, то позже стали изучаться способы приписывания более широкого класса характеристик: намерений, чувств, качеств личности. Сам феномен приписывания возникает тогда, когда у человека есть дефицит информации о другом человеке: заменять ее и приходится процессом приписывания.

Мера и степень приписывания в процессе межличностного восприятия зависит от двух показателей, а именно от степени:

уникальности или типичности поступка (имеется в виду тот факт, что типичное поведение есть поведение, предписанное ролевыми образцами, и потому оно легче поддается однозначной интерпретации; напротив, уникальное поведение допускает много различных интерпретаций и, следовательно, дает простор приписыванию его причин и характеристик);

его социальной желательности или нежелательности (под социально “желательным” понимается поведение, соответствующее социальным и культурным нормам и поэтому сравнительно легко и однозначно объясняемое, однако, при нарушении таких норм диапазон возможных объяснений значительно расширяется).

**Структура процесса каузальной атрибуции**

Выделяются следующие интересующие исследователей атрибуции аспекты: особенности субъекта восприятия (наблюдающего), характеристики объекта и ситуации восприятия.

Интересная попытка построения теории каузальной атрибуции принадлежит Г. Келли. Он показал, как осуществляется человеком поиск причин для объяснения поведения другого человека. В общем виде ответ звучит так: всякому человеку присущи некоторые априорные каузальные представления и каузальные ожидания.

Каузальная схема – это своеобразная общая концепция данного человека о возможных взаимодействиях различных причин, о том, какие действия в принципе эти причины производят. Она строится на трех принципах:

* принципе обесценивания, когда роль главной причины события недооценивается, вследствие переоценки других причин;
* принципе усиления, когда преувеличивается роль конкретной причины в событии;
* принципе систематического искажения, когда существуют постоянные отклонения от правил формальной логики при объяснении причин поведения людей[[15]](#footnote-15).

Иными словами, каждый человек обладает системой схем причинности, и всякий раз поиск причин, объясняющих “чужое” поведение, так или иначе, вписывается в одну из таких существующих схем. Репертуар каузальных схем, которыми владеет каждая личность, довольно обширен. Вопрос заключается в том, какая из каузальных схем сработает в каждом конкретном случае.

В экспериментах было установлено, что различные люди демонстрируют по преимуществу совершенно различные виды атрибуции, то есть разную степень “правильности” приписываемых причин. Для того чтобы определить степень этой правильности, вводятся три категории: 1) подобия – согласия с мнением других людей; 2) различия – отличия от мнений других людей; 3) соответствия – постоянства действия причины во времени и пространстве.

Установлены точные соотношения, при которых конкретные комбинации проявлений каждого из трех критериев должны давать личностную, стимульную или обстоятельственную атрибуцию. В одном из экспериментов был предложен особый “ключ”, с которым следует каждый раз сопоставлять ответы испытуемых: если ответ совпадает с тем оптимумом, который дан в “ключе”, то причина приписана правильно; если наблюдается расхождение, можно установить, какого рода “сдвиги” характерны для каждого человека в выборе преимущественно приписываемых им причин. Сопоставления ответов испытуемых с предложенными эталонами помогли на экспериментальном уровне зафиксировать ту истину, что люди далеко не всегда приписывают причину “правильно”, даже с точки зрения весьма облегченных критериев.

Г. Келли выявил, что в зависимости от того, выступает ли субъект восприятия сам участником какого-либо события или его наблюдателем, он может преимущественно избирать один из трех типов атрибуции:

личностную атрибуцию, когда причина приписывается лично совершающему поступок;

объектную атрибуцию, когда причина приписывается тому объекту, на который направлено действие;

обстоятельственную атрибуцию, когда причина совершающегося приписывается обстоятельствам.

Было выявлено, что наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник склонен в большей мере объяснять совершающееся обстоятельствами. Эта особенность отчетливо проявляется при приписывании причин успеха и неудачи: участник действия “винит” в неудаче преимущественно обстоятельства, в то время как наблюдатель “винит” за неудачу, прежде всего самого исполнителя. Общая закономерность состоит в том, что по мере значимости случившегося события испытуемые склонны переходить от обстоятельственной и объектной атрибуции к личностной (то есть искать причину случившегося в осознанных действиях конкретного человека). Если использовать понятие фигуры и фона (гештальтпсихология), то процесс атрибуции можно объяснить тем, что попадает в поле зрения наблюдателя в качестве фигуры. Так, в одном эксперименте испытуемые просматривали видеозапись дачи показаний подозреваемым в ходе допроса. Если они видели только подозреваемого, то воспринимали признание истинным. Если в поле зрения попадал еще и детектив, то испытуемые (наблюдатели) склонны были считать, что подозреваемого вынудили признаться[[16]](#footnote-16).

Кроме ошибок, возникающих из-за различной позиции субъекта восприятия, выявлен и еще целый ряд достаточно типичных ошибок атрибуции. Г. Келли суммировал их следующим образом:

1-й класс – мотивационные ошибки, включающие в себя различного вида “защиты” [пристрастия, асимметрия позитивных и негативных результатов (успех – себе, неуспех – обстоятельствам)];

 2-й класс – фундаментальные ошибки, включающие в себя случаи переоценки личностных факторов и недооценки ситуационных.

Более конкретно фундаментальные ошибки проявляются в ошибках:

 *“ложного согласия”* (когда “нормальной” интерпретацией считается такая, которая совпадает с “моим” мнением и под него подгоняется);

связанных с *неравными возможностями ролевого поведения* (когда в определенных ролях “легче” проявить собственные позитивные качества, и интерпретация осуществляется при помощи апелляции к ним);

возникающих из-за большего *доверия к конкретным фактам*, чем к общим суждениям, из-за легкости построения ложных корреляций и т. д.

Для того чтобы обосновать выделение именно такого типа ошибок, необходимо проанализировать схемы причинности, которыми обладает человек. Предлагая описания этих схем, Г. Келли выдвигает четыре принципа: ковариации, обесценивания, усиления и систематического искажения. Первый из этих принципов (ковариации) действует, когда в наличии одна причина, три остальных тогда, когда причин в наличии много.

Сущность принципа ковариации заключается в том, что эффект приписывается той причине, с которой он ковариантен во времени (совпадает по времени). Следует помнить, что речь идет все время не о том, какова действительная причина события, а только о том, какую причину действительно приписывает событию, поступку некий “наивный” обыденный человек. Иными словами, здесь исследуются резоны, выдвигаемые в житейской психологии. Это ярко демонстрируется и при анализе следующих трех принципов, названных Келли.

Если причина не одна, то человек руководствуется при интерпретации:

• или принципом усиления, когда приоритет отдается причине, встречающей препятствие: она “усиливается” в сознании воспринимающего самим фактом наличия та­кого препятствия;

• или принципом обесценивания, ког­да при наличии конкурирующих причин одна из при­чин дезавуируется самим фактом наличия альтерна­тив;

• или принципом систематического искажения, ког­да в специальном случае суждений о людях недооце­ниваются факторы ситуации и, напротив, переоценива­ются факторы личностных характеристик.

Процесс атрибуции, определяемый особенностями субъекта восприятия, проявляется и в том, что одни люди склонны, в большей мере, в процессе межличностного восприятия фиксировать физические черты, и тогда “сфера” приписывания значительно сокращается. Другие – воспринимают преимуществен­но психологические характеристики окружающих, и в этом случае открывается особый “простор” для приписывания.

Выявлена так­же зависимость приписываемых характеристик от предшествую­щей оценки объектов восприятия. В одном из экспериментов ре­гистрировались оценки двух групп детей, даваемые субъектом вос­приятия. Одна группа была составлена из “любимых”, а другая – из “нелюбимых” детей. Хотя “любимые” (в данном случае более привлекательные) дети намеренно делали ошибки в исполнении задания, а “нелюбимые” выполняли его корректно, воспринимаю­щий, тем не менее, приписывал положительные оценки “любимым”, а отрица­тельные – “нелюбимым”.

Это соответствует идее Ф. Хайдера, который говорил, что людям вообще свойственно рассуждать та­ким образом: “плохой человек обладает плохими чертами”, “хоро­ший человек обладает хорошими чертами” и т.д. Поэтому припи­сывание причин поведения и характеристик осуществляется по этой же модели: “плохим” людям всегда приписываются плохие поступ­ки, а “хорошим” – хорошие. Наряду с этим, в теориях каузальной атрибуции уделя­ется внимание и идее контрастных представлений, когда “плохо­му” человеку приписываются отрицательные черты, а сам воспри­нимающий оценивает себя по контрасту как носителя самых по­ложительных черт.

**§3. Феномен первого впечатления**

**3.1 Установки в формировании первого впечатления**

Формирующееся на основе кратковременного контакта с человеком первое представление о нем – это сложный психологический процесс. При этом на формирование первого впечатления влияют не только определенные особенности личности, которая является объектом познания, но и личностные качества познающего, воспринимающего человека: это и сформировавшиеся «эталоны», и закрепленные в сознании стереотипы, и степень уверенности человек в себе самом. И привычное его отношение к людям. Чрезвычайно важный вопрос более общего пла­на – вопрос о роли установки в процессе восприятия человека человеком. Различают три типа **установки на восприятие другого человека**[[17]](#footnote-17):

* позитивная. При позитивной установке мы переоцениваем положительные качества и даем человеку большой аванс, который проявляется в неосознаваемой доверчивости.
* негативная. Негативная установка приводит к тому, что воспринимаются в основном отрицательные качества другого человека, что выражается в недоверчивости, подозрительности.
* адекватная.

Лучше всего, конечно, адекватная установка на то, что у каждого человека есть как положительные, так и отрицательные качества. Главное, как они сбалансированы и оцениваются самим человеком. Наличие установок рассматривается, как неосознаваемая предрасположенность воспринимать и оценивать качества других людей. Эти установки лежат в основе типичных искажений представления о другом человеке. Особенно значительна роль установки при формировании *пер­вого впечатления* о незнакомом человеке, что было выявлено в экс­периментах А.А. Бодалева. Двум группам студентов была показана фотография одного и того же человека. Но пред­варительно первой группе было сообщено, что человек на предъ­явленной фотографии является закоренелым преступником, а вто­рой группе о том же человеке было сказано, что он крупный уче­ный. После этого каждой группе было предложено составить сло­весный портрет сфотографированного человека. В первом случае были получены соответствующие характеристики: глубоко поса­женные глаза свидетельствовали о затаенной злобе, выдающийся подбородок – о решимости “идти до конца” в преступлении и т.д. Соответственно во второй группе те же глубоко посаженные глаза говорили о глубине мысли, а выдающийся подбородок – о силе воли в преодолении трудностей на пути познания и т.д.

В эксперимен­тальных исследованиях, посвященных характеристикам объекта воспри­ятии, выясняется, что от них также в значительной мере зависит успех или неуспех межличностной перцепции.

Описаны три наиболее типичные схемы фор­мирования **первого впечатления о человеке**. Каждая схема “за­пускается” определенным фактором, присутствующим в ситуации знакомства. Выделяют факторы превосходства, привлека­тельности партнера и отношения к наблюдателю.

*Фактор превосходства* связан с тем, что человек, который превосходит наблюдателя по важному параметру, оценивается им гораздо выше и по осталь­ным значимым параметрам. Иначе говоря, происходит его об­щая личностная переоценка. При этом, чем неувереннее чувст­вует себя наблюдатель в данный момент, в данной конкретной ситуации, тем меньше нужно усилий для запуска этой схемы. Так, в экстремальной ситуации люди часто готовы доверять тем, кого не стали бы слушать в спокойной обстановке.

*Фактор привлекательности* обеспечивает реализацию схе­мы, связанной с восприятием партнера как чрезвычайно при­влекательного внешне. Ошибка, допускаемая в этом случае, со­стоит в том, что внешне привлекательного человека люди также склонны переоценивать по другим важным для них психологи­ческим и социальным параметрам.

*Фактор отношения к наблюдателю* регулирует включение схемы восприятия партнера, в основе которой лежит характер отношения к наблюдателю. Ошибка восприятия в этом случае состоит в том, что людей, которые хорошо к нам относятся или разделяют какие-то важные для нас идеи, мы склонны позитив­но оценивать и по другим показателям.

Наиболее часто применяется схема восприятия, которая запускается в случае неравенства партнеров в той или иной сфере социальной (различный социальный статус), интеллектуальной, неравенство позиций в группе (групповой статус) и т.п. Ошибки неравенства проявляются в том, что люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех людей, которые превосходят их по какому-то параметру, существенному для них. Эта схема начинает работать не при всяком, а только при действительно важном, значимом для нас неравенстве. Если я, болезненный и слабый, хочу быть здоровым и сильным и встречаю пышущего здоровьем и силой человека, то я переоценю его по всем параметрам он в моих глазах одновременно будет и красив, и умен, и добр. Если же для меня главное - эрудиция, образованность, то при встрече с сильным человеком ничего не произойдет, зато при встрече с интеллектуально превосходящим ошибка будет иметь место. Итак, можно полагать, что в данном случае схема восприятия такова: «При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы недооцениваем его». Очень важно, что превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. В дальнейшем я буду называть такого рода ошибки в общении, действием фактора "превосходства".

*Фактор превосходства*

Исследования показывают, что для определения этого параметра в нашем распоряжении два основных источника информации: 1) одежда человека, все внешнее оформление, включая такие атрибуты, как знаки различия, очки, оформление волос, награды, драгоценности; в определенных случаях рассматривается даже такая "одежда", как машина, кресло, оформление кабинета и т.д.; 2) манера поведения человека (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т.д.).

Понятно, что, кроме этих двух признаков, у нас ничего и нет (если, конечно, не рассматривать случай, когда нам предварительно достоверно известно о превосходстве).

Не менее важным и узнаваемыми являются ошибки, связанные с "общей эстетической выразительностью человека", т.е. с тем, нравится нам внешне наш партнер по общению или нет. Ошибки заключаются в том, что если человек нам нравится (внешне!), то одновременно мы склонны считать его более хорошим, умным, интересным и т.д., т.е. опять-таки переоценивать многие его психологические характеристики.

Например, в одном из экспериментов учителям были предложены для оценки "личные дела" учеников. Перед ними ставилась задача определить уровень интеллекта школьника, отношение его родителей к школе, его планы в смысле дальнейшего образования и отношение к нему сверстников. Секрет эксперимента был в том, что всем давалось одно и то же личное дело, но к нему прилагались разные фотографии - одна заведомо привлекательная, а другая заведомо непривлекательная. Оказалось, что "привлекательным" детям, при прочих равных условиях, учителя приписывали более высокий интеллект, намерение поступить в колледж, лучший статус в группе сверстников, родителей, больше занимающихся их воспитанием.

Другой пример. Американский психолог А.Миллер, применив метод экспертных оценок, отобрал фотографии людей красивых, "обыкновенных" и некрасивых. Затем он показал эти фотографии мужчинам и женщинам в возрасте от 18 до 24 лет и просил их высказаться о внутреннем мире каждого из тех, кто был изображен на фотографиях. Испытуемые оценили и мужчин и женщин, которых эксперты отнесли к наиболее красивым, как более уверенных в себе, счастливых и искренних, уравновешенных, энергичных, любезных, утонченных и более богатых духовно, чем тех, кто был оценен экспертами как некрасивые, и даже чем тех, кто попал в категорию "обыкновенных". Кроме того, испытуемые мужчины оценили красивых женщин как более заботливых и внимательных[[18]](#footnote-18).

Таким образом, получается, что этот тип ошибки очень напоминает предыдущий: здесь тоже под влиянием одного фактора переоцениваются или недооцениваются свойства человека. Только здесь мы имеем дело с действием фактора "привлекательности" - чем больше внешне привлекателен для нас человек, тем лучше он во всех отношениях; если же он непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются. Эти элементы служат знаками групповой принадлежности и для самого "носителя" одежды и "автора" поведения, и для окружающих его людей. Понимание своего места в той или иной иерархии, группе, во всей системе общественных отношений, а также положения других людей во многом определяют общение и взаимодействие. Поэтому выделение превосходства какими-то внешними, видимыми средствами всегда очень существенно.

В прежние времена это было настолько важно, что определенная одежда не только могла носиться людьми определенного статуса или общественного положения, но и должна была носиться ими. Существовали определенные правила, что и кому можно или нельзя надевать. Таким образом, задача распознавания статуса в то время была довольно простой.

Можно утверждать достаточно определенно, что и в наше время, когда нет жестких предписаний и ограничений, роль одежды в кодировании превосходства остается значимой. Можно, вероятно, говорить о существовании неофициальной знаковой системы одежды и внешних атрибутов человека, элементы или сочетание элементов которой являются теми крючками, которые направляют формирование первого впечатление по схеме превосходства.

Анализ гардероба человека (предпочитаемого стиля, формы, цвета и других особенностей одежды) в такой ситуации может дать немало информации о таких индивидуально-психологических особенностях человека, как его темперамент, характер, социальный статус и т.д. Но поскольку одежда отражает еще и некоторые особенности нашего бессознательного (установок., психологической защиты и т.д.), то и об этой сфере. Что же в одежде свидетельствует о превосходстве? В первую очередь - цена, чем она выше, тем выше статус. Цену мы "вычисляем", видя качество одежды, прямо связанное с ценой. Зная частоту встречаемости данной модели (дефицитность) и ее соотношение с модой (модность), мы тоже можем судить о цене одежды.

С социальным статусом, кроме цены, тесно связан выбор силуэта одежды. Многие люди называют одежду людей высокого социального положения "строгой", "официальной" и т.п. Причем чаще всего эти слова относятся к силуэту. "Высокостатусным" считается силуэт, приближающийся к вытянутому прямоугольнику с подчеркнутыми углами, а "низкостатусным" приближающийся к шару.

Третьим фактором в одежде, который всегда отмечается как признак статуса, является ее цвет. В разных странах конкретные цвета могут иметь разное значение. В нашей стране как признак высокого статуса отмечается одежда черно-белой гаммы, а чем ярче, насыщеннее чище цвет одежды (не черный и белый), тем ниже предполагаемый статус. Надо заметить, что эти признаки важны не только сами по себе, по отдельности, но и во взаимодействии.

Так, если яркая разноцветная одежда сочетается с очень высокой ценой, то испытуемые склонны делать вывод о финансовом превосходстве, а если высокая цена сочетается с неподходящим силуэтом, то "носителя" скорее признают высокостатусным "деятелем искусства", чем человеком низкого статуса. Точно так же по одежде может быть воспринято и превосходство, например, интеллектуальное. Известно, что если человек в очках, то его умственный и образовательный уровень переоценивается.

В манере поведения, как и в одежде, всегда присутствуют элементы, позволяющие судить о статусе человека. В чем проявляется "превосходство" в манере поведения? Скорее всего, можно определить как независимость в различных обстоятельствах и ситуациях. Сюда относится, прежде всего, независимость от партнера: человек не показывает, что ему интересен тот, с кем он общается, его реакции, настроения, состояние или то, о чем, он говорит. Такая независимость "снаружи" может выглядеть как высокомерие, наглость, уверенность в себе и т.п. Независимость от ситуации общения обнаруживается в следующем: человек как бы "не замечает" некоторых ее аспектов - наличия свидетелей, неудачно выбранного момента, различных помех и т.д. Такое поведение может восприниматься по-разному, но почти всегда свидетельствует об определенном превосходстве. Об этом же свидетельствует независимость от различных мелких, неписанных норм общения. Слишком расслабленная поза (например, развалившись в кресле) при важном разговоре может означать превосходство в ситуации, власть. Или: человек смотрит в сторону, в окно, осматривает свои ногти - это явная демонстрация превосходства, власти (кстати, люди независимые обычно внимательно смотрят на собеседника, "заглядывают в глаза"). Если человек говорит непонятно для собеседника, употребляет много специальных терминов, иностранных слов, т.е. не стремится к тому, чтобы его поняли, то такое поведение фиксируется иногда как интеллектуальное превосходство, хотя в сущности это тоже нарушение нормы общения - говорить доступно.

Манера поведения может содержать в себе признаки превосходства по разным причинам: вследствие действительного превосходства, объективного или только субъективного; а также вследствие превосходства ситуативного. Каждый может оказаться в ситуации, которую он не понимает, в которой он очень плохо ориентируется, и поэтому попадает в определенную зависимость от окружающих - их советов, ответов на вопросы и т.д. В этом случае человек легко ориентирующийся - "хозяин" ситуации - по любому основанию знает, как себя вести, кто есть кто, обязательно будет вести себя более уверенно, независимо и, следовательно, демонстрировать в манере поведения элементы превосходства. Те же элементы может показывать и человек с субъективным превосходством, "знающий себе цену", "высоко себя ценящий". Если же такое поведение не подкреплено нашими собственными представлениями или сведениями об истинном или ситуационном превосходстве, то тогда мы можем оценить в первую очередь не статус, а, например, некоторые личные качества данного человека, уровень его притязаний (например, "он много о себе мнит").

Таким образом, можно заключить, что восприятие превосходства по манере поведения зависит от оценки независимости в поведении и от нашей готовности признать эту независимость обоснованной, т.е. от нашей собственной позиции в этот момент, которая определяется значимостью для нас ситуации.

Если в какой-то значимой для себя ситуации человек чувствует себя почему-то неуверенно, неустойчиво, зависимо от каких-то, может быть, еще не состоявшихся событий (т.е. у него самого в данный момент "отрицательное" превосходство), то в этой ситуации фактор превосходства может начать действовать даже от незначительного толчка, от восприятия микроскопических (и в другое время не подействовавших бы) отклонений в манере поведения, во внешнем виде другого человека. Тогда по любому намеку, иногда воображаемому, "запускается" действие превосходства, и ошибки не замедлят сказаться. Много примеров тому: люди в острых, экстремальных ситуациях доверяются тем, кому никогда не поверили бы в обычной обстановке, слушают советы тех (и следуют этим советам), кого в незначимой, спокойной ситуации слушать бы не стали.

Итак, действие фактора превосходства начинается тогда, когда человек фиксирует превосходство другого над собой по знакам в одежде и манере поведения. Вследствие этого человек, с одной стороны, строит свое поведение в данный момент, с другой - при оценке личности партнера может допускать ошибки, описанные ранее: преувеличивать (или преуменьшать) те или другие качества.

*Фактор привлекательности*

Восприятие привлекательности - это процесс той же природы, что и восприятие превосходства, т.е. социальной природы, а, следовательно, и механизмы их должны быть схожи. Отсюда - знаки привлекательности надо искать не в том или ином разрезе глаз или цвете волос, а в социальном значении того или иного признака, который служит знаком привлекательности. Ведь есть одобряемые и не одобряемые обществом или конкретной социальной группой типы внешности. И привлекательность - не что иное, как степень приближения к тому типу внешности, который максимально одобряется той группой или группами, к которой мы принадлежим.

В качестве знаков привлекательности могут рассматриваться те усилия, которые затрачиваются человеком для соответствия социально одобряемому типу внешности. Такие знаки фиксируются и запускают схему - человек относится либо к привлекательным, и тогда переоцениваются все его невидимые качества, или к непривлекательным, и тогда происходит недооценка остального.

Очень хорошо это видно на примере такого слагаемого внешности, как телосложение. Принято выделять три основных типа телосложения: эндоморфное (пикническое) - склонные к полноте люди, мезоморфное (атлетическое) - стройные, сильные, мускулистые и эктоморфное (астеническое) - высокие, худые, хрупкие. Довольно давно многочисленными исследователями показано, что тип телосложения связан с некоторыми психологическими чертами. Так, пикники обычно более общительны. Склонны к комфорту, переменчивы в настроениях. Атлеты характеризуются высоким жизненным тонусом, любовью к приключениям, а астеники обычно более сдержаны, молчаливы, спокойны. В нашем обыденном сознании эти связи зафиксированы довольно прочно[[19]](#footnote-19).

Однако в первом впечатлении все эти "конструктивные" элементы не имеют особого значения. Главное другое - какой тип телосложения социально одобряется, а какой нет. Так, в исследовании, проведенном Бродели, испытуемым предъявляли пять мужских силуэтов разных типов телосложения. Нужно было дать описание возможных психологических свойств людей с предложенными силуэтами. Реакции испытуемых расположились следующим образом. Мускулистый, спортивный мезоморфный тип получил в описаниях устойчивые положительные оценки. Эндоморфный тип - низкорослый толстяк - в большинстве случаев характеризовался отрицательно. Силуэты эктоморфного типа - высокие и худые - занимали в оценке испытуемых промежуточное положение: они не вызывали такой благожелательной реакции, как мезоморфный тип, но и не подвергались уничтожающей критике, как эндоморфный.

Достоверно зарегистрирован факт меньшей привлекательности детей эктоморфного (астенического) телосложения - их реже выбирают в качестве товарищей, чаще избегают, причем замечено, что с возрастом эта тенденция усиливается.

Таким образом, привлекателен тот тип телосложения, который социально одобряется. Но еще более привлекательны усилия, затраченные на его получение[[20]](#footnote-20).

Итак, можно сказать, что знаками привлекательности являются усилия человека выглядеть социально одобряемым в некоторой группе образом. Механизмом формирования восприятия по этой схеме является все тот же стереотип, но теперь уже не прямо по знакам принадлежности к группе, а, если можно так выразиться, по их первой производной - по знакам желания быть отнесенным к данной группе.

*Фактор отношения к нам*

Следующая схема без сомнения, хорошо известна. Наверное, все согласятся, что те люди, которые нас любят (хорошо к нам относятся), кажутся нам значительно лучше тех, кто нас ненавидит (плохо к нам относится). Это проявление действия фактора "отношения к нам", который приводит к изменению оценки качеств людей в зависимости от знака этого отношения.

Психологи Карри и Кени, выявив мнение испытуемых по ряду вопросов, знакомили их с мнениями по тем же вопросам, принадлежащим другим людям, и просили оценить этих людей. Предъявляемые мнения варьировались от полного совпадения до совершенного несовпадения с позицией испытуемых. Оказалось, что чем ближе чужое мнение к собственному, тем выше оценка высказавшего это мнение человека. Это правило имело и обратную силу: чем выше оценивался некто, тем большее сходство его взглядов с собственными от него ожидали. Убежденность в этом предполагаемом "родстве душ" настолько велика, что разногласий с позиций привлекательного лица испытуемые попросту не склонны замечать.

В приведенном эксперименте согласие задавалось впрямую. Однако существует огромное количество косвенных признаков согласия. Это и определенное поведение - кивки, одобряющие или ободряющие, улыбки в нужных местах, другие проявления, соответствующие вашей позиции, слова и даже сама манера держаться. Важно, чтобы во всем сквозило согласие: и включается схема восприятия по фактору отношения к нам. По сути это тоже стереотип особого рода. Здесь действует представление не о реальных социальных группах, а субъективных группах. Речь идет о тех группах, которые не "существуют в природе", т.е. не заданы общественными отношениями, существуют в нашем сознании. Скажем, человек считает себя умным, знающим инженером, хорошо разбирающимся в политике и футболе, счастливым в семейной жизни и т.д. Это то же самое, что относить себя к группам умных людей, знающих инженеров. Знатоков политики, футбола и др. А значит, иметь субъективные представления (стереотипы) о том, что такое умный человек, знаток футбола и т.д. И, естественно, что знаком принадлежности к этим группам будет согласие с ним, а дальше срабатывает соответствующий стереотип, т.е. схема отношения к нам как бы дополняет первые две. Все это осуществляется за счет одного механизма - стереотипизации. Знаком отношения к нам, запускающим соответствующую схему формирования впечатления, является все, что свидетельствует о согласии или несогласии партнера с нами.

В постоянном общении законы и результаты первого впечатления продолжают действовать. Однако постоянное и длительное общение не может удовлетвориться тем списком приписанных партнеру черт и свойств, которые сформировались при первом впечатлении. В постоянном общении становится важным более глубокое и объективное понимание партнера - его актуального состояния, динамики его отношения к нам, восприятие им ситуации. Здесь восприятие партнера и понимание его происходят на другой основе, стереотипы мало помогают, если не мешают.

В самом деле: в реальном общении мы почти всегда примерно понимаем, что происходит с нашим партнером. При этом не столь важно, что мы далеко не всегда отдаем себе отчет в этом понимании, существенно, что оно даже в скрытом виде является регулятором нашего поведения. Вряд ли каждый может в любой момент общения объяснить, почему ему кажется, что собеседник чем-то расстроен или не хочет продолжать разговор. Однако это понимание у нас есть, иначе мы не стали бы выяснять, что же произошло, или стараться закончить беседу. Значит, восприятие другого человека в общении дает нам материал для выводов.

Общаясь с партнером. Мы получаем большое количество информации о нем, о его состояниях, переживаниях. Известно и то, что способности адекватного восприятия других у разных людей разные. Есть способность, позволяющая за внешними признаками видеть внутреннее содержание. Этой способностью в большей или меньшей степени обладают практически все люди, но она может быть значительно усилена при наличии жизненного опыта и знаний.

Реальные основания для понимания другого человека по его внешности и элементам поведения действительно есть. Это достоверно установлено сейчас психологическими исследованиями. В них показано, что почти все детали внешнего облика человека могут нести информацию о его эмоциональных состояниях, отношении к окружающим его людям вообще, о его отношении к себе, о том, как он чувствует себя в общении в данной ситуации.

Лицо человека, его жесты, мимика, общий стиль экспрессивного поведения, походка, его манера стоять, сидеть, привычные позы и их изменение во время разговора, пространственная ориентация по отношению к партнерам, а также различные сочетания этих факторов - все это имеет определенное социально-перцептивное содержание и несет информацию о его внутренних состояниях и характеристиках.

Конечно, самое привлекающее наше внимание в облике другого человека - его лицо, и это понятно, поскольку оно может сказать нам очень много о собеседнике.

Действительно, можно сделать "умное" лицо и тем воздействовать на мнение о себе, а, кроме того, лицо часто бывает "одухотворенное", "смешное", "просветленное", "угрюмое" и т.д. Первое и главное, что отражается в лице человека, его мимике - это эмоции. Причем очень важно отметить, что исследования демонстрируют очень большие "способности" всех людей к распознаванию основных эмоций по выражению лица, а передача эмоциональных состояний - одна из основных функций лицевой экспрессии. Экман установил, что существует семь основных лицевых выражений - конфигурации мимики, выражающих семь эмоций: счастье, удивление, страх, страдание, гнев, отвращение или презрение и интерес. Показано, что все люди, независимо от национальности и культуры, в которой они выросли, с достаточной точностью и согласованностью интерпретируют эти мимические конфигурации как выражение соответствующих эмоций. И хотя каждая мина является конфигурацией всего лица, тем не менее, установлено, что основную информативную нагрузку несут брови и область вокруг рта (губы).

Обсуждая информацию, которую можно прочесть "с лица" человека, нужно упомянуть о роли направления взгляда - очень важном "инструменте" общения. В самом деле, ведь неприятно, например, говорить с человеком, который все время не смотрит на нас, "отводит глаза".

Однако, хотя лицо, по общему мнению, является главным источником психологической информации, тем не менее, во многих ситуациях оно гораздо менее информативно, чем нам кажется. Связано это с тем, что лицевая мимика довольно хорошо контролируется человеком, несмотря на расхожее мнение о том, что, так как "на лице все написано", оно может выдавать человека, даже когда он этого не хочет. Так как лицо весьма выразительно, очень хорошо видимо для других, а, следовательно, вызывает мощную обратную связь, а также выражения лица достаточно хорошо осознаваемы, то лицо хорошо контролируется. Во всяком случае, во много раз лучше, чем тело.

Итак, при определенных обстоятельствах (например, соблюдении правил этикета), когда человек хочет скрыть свои чувства, лицо становится малоинформативным, а тело - главным источником информации для партнера. Один из психологов даже назвал тело местом "утечки информации" о наших душевных состояниях.

Поэтому в общении важно знать о том, какую информацию можно получить, если перенести фокус наблюдения с лица человека на его тело и его движения, так как жесты, позы, стиль экспрессивного поведения таят в себе очень много информации. Это показано многочисленными исследованиями, проведенными в последние 30 лет. Самым, пожалуй, любопытным результатом этих длительных исследований оказалось то, что практически все люди умеют хорошо "читать" позы и жесты, хотя, конечно, далеко не всегда понимают, как они это делают.

О той информации, которую несет жестикуляция, известно довольно много. Прежде всего, важно количество жестикуляции. Несмотря на то, что нормальное количество жестов различно у разных народов и в разных культурах (больше на юге и меньше на севере), тем не менее, везде их количество и интенсивность растут вместе с возрастанием эмоциональной возбужденности человека, его взволнованности. Возрастает интенсивность жестикуляции и при желании достичь полного понимания между партнерами, особенно если оно почему-либо затруднено.

Показано, что "закрытые" позы (когда человек как-то пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше места в пространстве; "наполеоновская" поза, стоя: руки, скрещенные на груди, и сидя: обе руки упираются в подбородок, и т.п.) воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики или даже страха перед партнером. И действительно, они выражают это содержание. Открытые же позы (стоя: руки раскрыты ладонями вверх, сидя: руки раскинуты, ноги вытянуты) воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта. Есть ясно читаемые позы раздумья (поза роденовского мыслителя), позы критической оценки (рука под подбородком, указательный палец вытянут вдоль виска). Известно, что если человек заинтересован в общении, он в положении сидя будет наклоняться вперед к собеседнику, если же не очень заинтересован - будет откидываться назад.

Человек, желающий заявить о себе, "поставить себя", будет стоять прямо. В напряженном состоянии, с развернутыми плечами, иногда упершись руками в бедра; человек же, которому не нужно подчеркивать свой статус и положение, будет расслаблен, спокоен, находиться в свободной непринужденной позе.

Значение и смысл поз так же, как и остальных элементов экспрессивного поведения, могут быть поняты любым человеком. Вряд ли нужно специальное обучение чтобы понять: если человек весь как-то скрючен, зажат, напряжен, то ему, скорее, плохо, чем хорошо. Если в движениях и позах чувствуется необыкновенная легкость, он раскрепощен, свободен,- вероятно, у него хорошее настроение. Так же легко, как поза, может быть понято и значения общего рисунка походки - моментов вставания, усаживания и т.п., т.е. значение стиля передвижения и изменения поз.

Походка, например, является одним из важнейших ключей к пониманию внутреннего состояния человека. Не зря походка так узнаваема - она строго индивидуальна. Вместе с тем в походке хорошо видны многие характеристики человека. Поэтому неудивительно, что походка хорошим врачам служила диагностическим симптомом различных болезней.

По походке наблюдатель довольно легко может распознавать эмоциональное состояние ее владельца. Так, в исследовании Монтепэра, Гольдштейна и Клаузена испытуемые с большой точностью узнавали по походке такие эмоции, как гнев, злость, страдание, гордость, счастье. Причем оказалось, что самая "тяжелая" походка - при гневе, самая большая длина шага - при гордости. Когда человек испытывает страдание, он почти не размахивает руками, они "висят", а если он счастлив - он "летит", у него более частые и легкие шаги. Вероятно, в том, что перед человеком никогда не стоит задача "просто воспринять" другого. Первое впечатление-это не самоцель. В самом деле, общение наше строится существенно различным образом в зависимости от того, с кем мы общаемся, т.е. для каждой степени превосходства, для каждой категории партнеров есть как бы разные "техники" общения. Особенно хорошо это видно на примере общения взрослых с маленькими детьми. Как многие взрослые не умеют разговаривать с малышами, как часто маленькие дети испытывают трудности в общении с незнакомыми взрослыми. Причина этих неуспехов - отсутствие у тех и других адекватной техники общения при таком огромном и явном превосходстве по всем параметрам. Те же самые моменты проявляются в неудачах общения многих образованных людей с "сильными мира сего".

Выбор "техники" общения в каждом конкретном случае определяется характеристиками партнера. Поэтому наиболее важные в данной ситуации характеристики партнера-это те, которые позволяют его отнести к какой-то категории, группе. Именно эти характеристики и воспринимаются наиболее точно.

В каждой ситуации в фокусе восприятия оказываются те признаки другого человека, которые позволяют определить его принадлежность к той или иной группе в соответствии с особенностями ситуации и требованиями к построению дальнейшего поведения. А все остальные черты и особенности, оказавшиеся "не в фокусе", просто достраиваются по определенным схемам, и именно здесь появляется вероятность ошибки.

Таким образом, всегда восприятие любого другого одновременно и верное и неверное, правильное и неправильное, оно более точное в отношении главных в данный момент характеристик, по которым мы строим поведение, и менее точное в отношении остальных.

Таковы в общих чертах типичные схемы формирования первого впечатления. Однако важно знать, что при формировании мнения о человеке на основе первого впечатления (что в нашей жизни зачастую необходимо) - первое познание не дает точного представления о человеке, и никто не застрахован от ошибок. Не следует слишком категорично судить о людях по первому впечатлению.

**3.2 Эффекты восприятия**

Чтобы обеспечить достаточно точное прогнозирование ситуации межлич­ностного восприятия, необходимо принять в расчет об­ласть явлений, связанных с различного рода моментами, искажающими истинную картину воспринимаемого. Речь идет об “эф­фектах”, возникающих при восприятии людьми друг друга: эффект проекции, эффект средней ошибки, эффект “ореола” (“гало-эффект”), эффект новизны и первичности, а также эффект, или яв­ление, стереотипизации.

**Эффект проекции –** свойство людей приписывать приятному для них собеседнику свои собственные достоинства, а неприятному – свои недостатки, то есть наиболее четко выявлять у других те черты, которые ярко представлены у них самих. По данным Ньюкома, эта тенденция в очень большой степени харак­терна для представителей так называемого авторитарного типа личности и почти не обнаруживается у представителей демократи­ческого типа.

**Эффект средней ошибки** – тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого человека в сторону среднего.

**Эффект логической ошибки** состоит в ложности суждения о постоянстве и тесноте взаимосвязи каких-либо качеств личности (например, любезности и добродушия, доброты и эмпатии).

 **«Эффект последовательности»** - на суждение о человеке наибольшее влияние оказывают сведения, предъявленные о нем в первую очередь. Обычно тот, кто хочет навредить человеку, узнав о нем что-то недостойное и даже не проверив информацию, бежит рассказать начальнику и его ближайшему окружению. Оправдываться и доказывать, что все было не так, на таком неблагоприятном фоне значительно труднее и бесперспективнее.

Очень распространенным является **эффект «авансирования»** - человеку приписывают несуществующие положительные качества, а, сталкиваясь с его неадекватным представлению поведением, разочаровываются, огорчаются.

**Эффект “ореола”** – эффект восприятия людьми друг друга в условиях дефицита информации, когда на восприятие одного человека другим оказывает существенное влияние первичная информация о нем, в результате которой он воспринимается в соответствующем ему свете – положительном или отрицательном.

Сущность “эффекта ореола” заключается в формировании спе­цифической установки на воспринимаемого через направленное приписывание ему определенных качеств: информация, получае­мая о каком-то человеке, категоризируется определенным обра­зом, а именно накладывается на тот образ, который уже был создан заранее. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль “ореола”, мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия.

Эффект ореола проявляется при формировании первого впе­чатления о человеке в том, что общее благоприятное впечатление приводит к позитивным оценкам и неизвестных качеств воспри­нимаемого и, наоборот, общее неблагоприятное впечатление спо­собствует преобладанию негативных оценок. В эксперименталь­ных исследованиях установлено, что эффект ореола наиболее явно проявляется тогда, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия, а также когда суждения ка­саются моральных качеств. Эта тенденция затемнить определен­ные характеристики и высветить другие и играет роль своеобраз­ного ореола в восприятии человека человеком. «Эффект ореола» – влияние общего впечатления о человеке на восприятие и оценку частных свойств его личности. Если в группе или у руководителя сложилось мнение о человеке, что он очень хороший, то его плохой поступок расценивается как случайность. И, наоборот, если все считают человека плохим, то хороший поступок этого человека тоже рассматривается как случайность. Этот эффект очень часто мешает адекватно воспринимать людей и создает условия, при которых способные и яркие индивидуальности совершенно не могут работать в данной группе, ибо хорошее не замечается, а плохое утрируется.

Тесно связаны с этим эффектом и **эффекты “первичности” и “новизны”** – тенденция людей при противоречивой информации о другом человеке придавать больший вес данным, полученным вначале (если воспринимается незнакомый человек) или более новой информации (если воспринимается старый знакомый). Оба они касаются значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представ­ления о нем.

Все сказанное позволяет сделать вывод о том, что чрезвычайно сложная природа процесса межличностной перцепции заставляет с особой тщательностью исследовать проблему точности воспри­ятия человека человеком.

Этот вопрос связан с решением более общей теоретико-методологической проблемы, что вообще означает “точ­ность” восприятия социальных объектов. При восприятии физи­ческих объектов мы можем проверить точность восприятия, сопо­ставив его результаты с объективной фиксацией, измерением некоторых качеств и свойств объектов. В случае познания другого человека впечатление, полученное о нем воспринимающим субъ­ектом, не с чем сопоставить, так как отсутствуют методики пря­мой регистрации многочисленных качеств личности другого чело­века.

Ограниченность тестов, связана с их ограниченным репер­туаром замеряемых характеристик (в них фиксируется и измеряется только то, что задано экспериментатором, а не то, что есть на самом деле). Аналогичная проблема воз­никает и в том случае, когда используется метод экспертных оце­нок. Здесь, хотя спектр измеряемых параметров межличностного восприятия и больше, однако, суждения эксперта подвергаются избирательной оценке наблюдателя (экспериментатора), что также не исключает элемента оценки.

Совершенно оче­видно, что исследования в области каузальной атрибуции восполняют представление о процессуаль­ной стороне межличностного восприятия и действитель­но уточняют его специфику. Ряд исследователей полагает, что отличие процессов межличностного вос­приятия от других перцептивных процессов и состоит именно в присутствии момента причинной интерпрета­ции объекта восприятия.

Однако, несмотря на широко развернувшиеся исследования в этой области, многие ключевые вопросы остаются нерешенными. Так, не определено место каузальной атрибуции в структуре межличностного восприятия: одна точка зрения состоит в том, что процесс приписывания причин начинается после того, как возникло первое впечатление о челове­ке, другая – что формирование первого впечатления и процесс атрибуции совершаются одновременно, вместе вписываясь в некоторую, сущест­вующую у субъекта восприятия априорную сетку кате­горий.

**Заключение**

Просмотрев все имеющиеся труды и разработки по данной тематике, я могу сказать, что она очень плохо разработана в нашей стране, а зарубежные труды не доступны, или их перевод очень не качественный. Сама тема исследована не глубоко, не смотря на то, что ей занимались многие ведущие исследователи. Есть базовые разработки десятилетней давности, а концептуально новых идей по межличностному восприятию просто нет.

*Выводы по работе*.

В данной работе мною была достигнута поставленная цель – дать целостную характеристику процесса межличностного восприятия, раскрыть особенности межличностного восприятия человеком самого себя, других и отношения других к познающему человеку, уточнить социальную технологию формирования первого впечатления. А также решены основные задачи:

- изучен процесс межличностного восприятия;

- систематизированы основные, наиболее распространенные разработки ученых в области межличностного восприятия;

- описаны основные механизмы межличностного восприятия: рефлексия, идентификация, эмпатия, аттракция, стереотипизация, каузальная атрибуция, даны краткие характеристики, каждого из них;

- проанализированы основные эффекты восприятия и влияние установок в формировании первого впечатления.

Мои практические *рекомендации* касаемо изучения механизмов межличностного восприятия – этой темой необходимо заниматься целостно, используя знания других дисциплин, органично включая их в разработку научных теорий, которые не просто голословно будут указывать, на эффекты, которые влияют на первое впечатление, но и изучение самого процесса восприятия человека, другим человеком, от момента, когда человек еще не знает что встретит другого, до заключительного этапа когда люди прощаются. Разработки далеки от практики. Для меня, как будущего специалиста важно знать не просто как мой клиент может воспринять меня, или я его, а практические рекомендации, с какой проблемой может быть связано неадекватное восприятие человека, к чему это приведет в дальнейшем, как предупредить возникновение непонимания между людьми и его коррекции. Смысл вышеизложенного в том, что все разработки не направлены на определенную деятельность, на определенного специалиста, они существуют сами по себе, а в век переизбытка информации, когда необходимо изучить большое количество информации для того чтобы выработать свою методику работы этот недодел сильно сказывается.

Итак, я рассмотрела одну из составляющих частей общения - его перцептивную сторону. В заключение хотелось бы сказать несколько слов о роли самого общения в человеческой жизни.

 Сент-Экзюпери сказал об общении, что это “единственная роскошь, которая есть у человека”. В общении открываются реализуются все стороны отношений человека - и межличностные, и общественные. Вне общения просто немыслимо человеческое общество. Общение выступает в нем как способ цементирования индивидов и вместе с тем и как способ развития самих этих индивидов. Ученые не первый десяток лет пытаются вникнуть в процесс взаимопонимания, взаимодействия, возникновения первого впечатления. Однако, несмотря на достаточное количество систематизированных данных, практических экспериментов, человек остается человеком, со своей схемой поведения. Она может меняться в зависимости от ситуации, от отношения человека к этой ситуации, от самого человека, в конце - концов. Главной же задачей социального работника является не коррекция, консультирование или утверждение диагноза, а методичное накопление практических знаний, систематизация их, и корректное использование в повседневной работе.

Список используемой литературы:

1. Андреева Г.М. Место межличностного восприятия в системе перцептивных

процессов и особенности его содержания // Межличностное восприятие в группе. М., 1981.

2. Андреева Г.М. Социальная психология — М.: Аспект Пресс, 1998.— 376 с

3. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А., Социальная психология:

Хрестоматия: Учебное пособие для студентов вузов — М: Аспект Пресс, 2003.— 475 с.

4. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982.

5. Выготский Л. С. История развития высших психологических функций. Собр. соч. М., 1983, т. 2.

6. Гибш X., Форверг М. Введение в марксистскую социальную психологию. М., 1972.

7. Годфруа Ж., Что такое психология: В 2-х т. Т. 2: Пер. с франц.-М.: Мир, 1992.-376

8. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений. М., 1987.

9. Данилин К.Е. Формирование внутригрупповых установок и рефлексивной структуры группы // Межличностное восприятие в группе. М., 1981.

10. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с

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

12. Кон И.С. Открытие «Я». М., 1978.

13. Майерс Д. Социальная психология Санкт-Петербург: Питер Ком, 1998.

14. Маслоу Абрахам МОТИВАЦИЯ И ЛИЧНОСТЬ Перевод А.М. Татлыбаевой

Abraham H. Maslow. Motivation and Personality (2nd ed.) N.Y.: Harper & Row, 1970; СПб.: Евразия, 1999 Терминологическая правка В.ДанченкоК.: PSYLIB, 2004

15. Матяш Т. П. Сознание как целостность и рефлексия. — Издательство Ростовского университета, 1988. 184 с

16. Муздыбаев К. Психология ответственности. Л., 1983.

17. Петровская Л.А. Компетентность в общении. М., 1989.

18. Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М., 1968.

19. Рубинштейн С.Л. Принципы и пути развития психологии. М., 1960.

20. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. — 461 с.

21. Соловьева О.В. Обратная связь в межличностном общении. М., 1992.

22. Стефаненко Т. Г. Социальные стереотипы и межличностные отношения // Общение и оптимизация совместной деятельности. М., 1987

23. Щекин Г.В. Визуальная психодиагностика: познание людей по их внешнему облику. М., 1992

Периодические издания:

24. Кон И. Психология предрассудка. "Новый мир", М, 1966, № 9

25. Жуков Ю. М. Проблемы измерения точности межличностного восприятия // Вестник Московского университета. Психология. 1978, № 1.

.

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., Аспект Пресс, 1998.— 376 с., С 102 [↑](#footnote-ref-1)
2. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. — 461 с. С 234 [↑](#footnote-ref-2)
3. Андреева Г. М. Место межличностного восприятия в системе перцептивных процессов и особенности его содержания // Межличностное восприятие в группе. М., 1981. С. 30 [↑](#footnote-ref-3)
4. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982. С. 5 [↑](#footnote-ref-4)
5. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А.. Социальная психология: Хрестоматия:— М: Аспект Пресс2003. С 136 [↑](#footnote-ref-5)
6. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982 С . [↑](#footnote-ref-6)
7. Рубинштейн С.Л. Принципы и пути развития психологии. М., 1960.с.180 [↑](#footnote-ref-7)
8. Выготский Л. С. История развития высших психологических функций. Собр. соч. М., 1983, т. 2.с 196 [↑](#footnote-ref-8)
9. Кон И. Открытие «Я». М, 1978 С. 110 [↑](#footnote-ref-9)
10. Гибш X., Форверг М. Введение в марксистскую социальную психологию. М., 1972 с 72 [↑](#footnote-ref-10)
11. Данилин К.Е. Формирование внутригрупповых установок и рефлексивной структуры группы // Межличностное восприятие в группе. М., 1981. С 123 [↑](#footnote-ref-11)
12. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений Издательство московского университета 1987 С.87 [↑](#footnote-ref-12)
13. Кон И. Психология предрассудка «Новый мир» М.1966 № 9. [↑](#footnote-ref-13)
14. Петровская Л.А. Компетентность в общении. М., 1989 С 67 [↑](#footnote-ref-14)
15. Келли Г. Процесс каузальной атрибуции // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984 С 146. [↑](#footnote-ref-15)
16. Майерс Д. Социальная психология Санкт-Петербург: Питер Ком, 1998. С 163 [↑](#footnote-ref-16)
17. Сарджвеладзе Н.И. Личность и ее взаимодействие с социальной средой .Тбилиси: "Мецниереба", 1989 с. 48 [↑](#footnote-ref-17)
18. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с С 267 [↑](#footnote-ref-18)
19. Годфруа Ж., Что такое психология М.: Мир, 1992.-376 С 240 [↑](#footnote-ref-19)
20. Щекин Г.В.Визуальная психодиагностика: познание людей по их внешнему облику. М., 1992 С 22 [↑](#footnote-ref-20)