РЯЗАНСКИЙ ЗАОЧНЫЙ ИНСТИТУТ

**МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ**

**Кафедра: Социально-культурная деятельность**

# КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

## По курсу: Практикум по социальной психологии

**студента IV курса группы 1917**

**КОЗЛОВА ВАЛЕРИЯ ВЛАДИМИРОВИЧА**

**Рязань – 2003 г.**

**ТЕМА: *«Аттракция как механизм социальной перцепции»***

### Содержание:

 Введение.

1.Понятие социальной перцепции.

2.Межличностная аттракция в социальной перцепции.

Заключение.

Список литературы.

**Введение.**

Социальная психология анализирует закономерности человеческого поведения и деятельности, которые обусловлены фактором включения людей в реальные социальные группы, и первый эмпирический факт, с которым сталкивается эта наука – факт общения и взаимодействия людей. По каким законам складываются эти процессы, чем детерминированы их различные формы, какова их структура, какое место они занимают в сложной системе человеческих отношений? Содержание, уровень отношений человека с миром различны: каждый индивид вступает в отношения, но и целые группы также вступают в отношения между собой, и, таким образом, человек оказывается субъектом многочисленных и разнообразных отношений.

Природа межличностных отношений существенно отличается от природы общественных отношений: их важнейшая специфическая черта – эмоциональная основа. Поэтому межличностные отношения можно рассматривать как фактор психологического «климата» группы. Эмоциональная основа межличностных отношений включает все виды эмоциональных проявлений личности: аффекты, эмоции и чувства. В социальной психологии обычно характеризуются чувства, причем термин употребляется не в самом строгом смысле. Естественно, что «набор» этих чувств безграничен. Их можно свести в две большие группы: 1) *конъюнктивные* – сближающие людей, объединяющие их чувства. В каждом случае такого отношения другая сторона выступает как желаемый объект, демонстрируется готовность к сотрудничеству, к совместным действиям и т.д. 2) *дизъюнктивные* – сюда относятся разъединяющие людей чувства, когда другая сторона выступает как неприемлемая, может быть, даже как фрустирующий объект, по отношению к которому не возникает желания к сотрудничеству и т.д. Интенсивность и того и другого родов чувств может быть различной.

В процессе общения должно присутствовать взаимопонимание между участниками этого процесса. Само взаимопонимание можно истолковывать по-разному: или как понимание целей, мотивов, установок партнера по взаимодействию, или как не только понимание, но и приятие, разделение этих целей, мотивов, установок, что позволяет не просто «согласовывать действия», но и устанавливать особого рода отношения: близости, привязанности, выражающиеся в чувствах дружбы, симпатии, любви. Две эти стороны взаимопонимания дают основу двум направлениям исследования общения и взаимодействия людей: в первом случае – в плане анализа взаимодействия, во втором – в плане анализа так называемой «аттракции».

В нашей работе мы использовали материалы Г.М.Андреевой, Е.В.Андриенко, Ф.Ф.Бодалева.

**1. Понятие социальной перцепции.**

Процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения и условно может быть назван перцептивной стороной общения.

Часто восприятие человека человеком обозначают как «социальная перцепция». Термин 2социальная перцепция» впервые был введен Дж. Брунером в 1947 году в ходе разработки так называемого «нового взгляда» на восприятие. Вначале под социальной перцепцией понималась социальная детерминация перцептивных процессов. Позднее исследователи 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 к области социальной перцепции, но не исчерпывает ее. В полном объеме процессы социальной перцепции – это сложная и разветвленная схема. Она включает в себя различные варианты не только объекта, но и субъекта восприятия. Когда субъектом восприятия выступает индивид, то он может воспринимать другого индивида, принадлежащего к «своей» группе; другого индивида, принадлежащего к «чужой» группе; свою собственную группу; «чужую» группу. Если даже не включать в перечень большие социальные общности, которые в принципе так же могут восприниматься, то и в этом случае получаются четыре разных процесса, каждый из которых обладает своими специфическими особенностями. Еще сложнее обстоит дело, когда в качестве субъекта восприятия выступает целая группа. Тогда к составленному перечню процессов социальной перцепции следует добавить: восприятие группой своего собственного члена, восприятие группой представителя другой группы, восприятие группой самой себя, восприятие группой в целом другой группы.

В нашей работе целесообразно говорить не вообще о социальной перцепции, а о межличностной перцепции, или межличностном восприятии (или – как вариант – о восприятии человека человеком). Но и сам термин «восприятие» некоторые исследователи считают не совсем точным. Поэтому в социально-психологической литературе продолжается поиск наиболее точного понятия для характеристики описываемого процесса. Цель поиска состоит в том, чтобы включить в процесс восприятия другого человека в более полном объеме некоторые другие когнитивные процессы, например процесс осознания другого человека и т.д. Многие исследователи в этом случае предпочитают использовать выражение «познание». В отечественной литературе, например в исследованиях А.А.Бодалева часто употребляется в качестве синонима «восприятие другого человека» выражение «познание другого человека» (3, 50).

это более широкое понимание термина обусловлено исследованиями специфических черт восприятия социальных объектов, к которым относится восприятие не только физических характеристик объекта, но и «поведенческих» его характеристик, т.е. формирование представления об его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т.д. Кроме того, в содержание этого понятия включается формирование представления о тех отношениях, которые связывают субъект и объект восприятия. Упоминаемый выше Дж.Брунер сформулировал мысль о том, что при восприятии социальный объектов велико значение ряда дополнительных факторов, которые не играют столь существенной роли при перцептивных процессах вообще. Так, например, такая характерная черта, как селективность восприятия здесь проявляется своеобразно, поскольку в процесс селекции включается значимость целей познающего субъекта, его прошлый опыт и т.д. Тот факт, что новые впечатления об объекте восприятия категоризируются на основе сходства с прежними впечатлениями, дает основание для возникновения стереотипизации. Другой подход к проблемам восприятия, который так же был использован в социально-психологических исследованиях по межличностной перцепции, связан со школой «транзактной психологии» (Кентрил, Ительсон, Килпатрик). Здесь была подчеркнута мысль о том, что всякая перцепция есть обмен или взаимодействие (транзакция) между воспринимающим и воспринимаемым. Фиксируя активное участие субъекта восприятия в транзакции, авторы этой идеи подчеркивают роль ожиданий, желаний, намерений, прошлого опыта субъекта как специфический детерминант перцептуальной ситуации. именно этот ряд аргументов наряду с идеями Брунера был использован в социальной психологии при характеристике особенностей межличностного восприятия. Учет всех этих обстоятельств представляется особенно важным, когда познание другого человека рассматривается как составная часть процесса общения, как основание не только для понимания партнера, но и для установления с ним согласованных действий, а также установления особого рода отношений близости, привязанности и пр.

Таким образом, в социальной психологии термин «социальная перцепция», или, в узком смысле слова, «межличностная перцепция», «восприятие другого человека», употребляется в несколько вольном смысле, хотя последние исследования и в общей психологии восприятия характеризуются известным сближением восприятия и других познавательных процессов. 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. Но интерпретация другого человека или группы всегда зависит от предшествующего социального опыта воспринимающего, от поведения объекта восприятия в данный момент, от системы ценностных ориентаций воспринимающего и от многих факторов как субъективного так и объективного порядка.

Выделяют механизмы социальной перцепции – способы, посредством которых люди интерпретируют, понимают и оценивают другого человека. Наиболее распространенными механизмами являются следующие: эмпатия, аттракция, каузальная атрибуция, идентификация, социальная рефлексия.

**2.Межличностная аттракция в социальной перцепции.**

Особый круг проблем межличностной перцепции возникает в связи с включением в этот процесс специфических эмоциональных регуляторов. 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, связанная с выяснением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название исследования аттракции. Буквально аттракция – привлечение, но специфический оттенок в значении этого слова в русском языке не передает всего содержания понятия «аттракция». Аттракция – это и процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, и продукт этого процесса, т.е. некоторое качество отношения. Эту многозначность термина особенно важно подчеркнуть и иметь в виду, когда аттракция исследуется не сама по себе, а в контексте третьей, перцептивной, стороны общения. С одной стороны встает вопрос о том, каков механизм формирования привязанностей, дружеских чувств или наоборот, неприязни при восприятии другого человека, а с другой стороны, какова роль этого явления (и процесса, и «продукта» его) в структуре общения в целом, в развитии его как определенной системы, включающей в себя и обмен информацией, и взаимодействие, и установление взаимопонимания.

Включение аттракции в процесс межличностного восприятия с особой четкостью раскрывает ту характеристику человеческого общения, которая уже отмечалась выше, а именно 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.

Долгое время считалось, что сфера изучения таких феноменов, как дружба, симпатия, любовь, не может быть областью научного анализа, скорее, это область искусства, литературы и т.д. До сих пор встречается точка зрения, что рассмотрение этих явлений наукой наталкивается на непреодолимые препятствия не только вследствие сложности изучаемых явлений, но и вследствие различных, возникающих здесь этических затруднений.

Однако логика углубления в изучение межличностного восприятия заставила социальную психологию «принять» и эту проблематику, и в настоящее время насчитывается довольно большое количество экспериментальных работ и теоретических обобщений в этой области.

Аттракцию можно рассматривать как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент, когда этот «другой» оценивается преимущественно в категориях, свойственных аффективным оценкам. Эмпирические (в том числе экспериментальные) исследования главным образом и 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. Если весь процесс межличностной перцепции не может быть рассмотрен вне возникающего при этом определенного отношения, то процесс аттракции есть как раз возникновение положительного эмоционального отношения при восприятии другого человека. Теоретические интерпретации, которые даются полученным данным, не позволяют говорить о том, что уже создана удовлетворительная теория аттракции. В исследованиях западных социальных психологов объяснение феномена дается преимущественно в методологически узких рамках бихевиористского подхода (аттракция возникает при условии «подкрепления»).

Исследование аттракции в контексте групповой деятельности открывает широкую перспективу для новой интерпретации функций аттракции, в частности функции эмоциональной регуляции межличностных отношений в группе. Такого рода работы занимают значительное место в общей логике социальной психологии. Естественное развитие идеи о специфике человеческого общения как единстве его трех сторон позволяет наметить пути изучения аттракции именно в контексте общения индивидов в группе.

Таким образом, «*аттракция* – особая форма восприятия и познания другого человека, основанная на формировании по отношению к нему устойчивого позитивного чувства».(2, 205)

Благодаря положительным чувствам симпатии, привязанности, любви, дружбы и т.д. между людьми возникают определенные отношения, позволяющие более глубоко познать друг друга. По образному выражению представителя гуманистической психологии А.Маслоу, такие чувства позволяют увидеть человека «под знаком вечности», то есть увидеть и понять самое лучшее и достойное, что в нем есть.

 Аттракция как механизм социальной перцепции рассматривается обычно в трех аспектах: процесс формирования привлекательности другого человека; результат данного процесса; качество отношений. Результатом действия этого механизма является особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент.

Аттракция может существовать только на уровне индивидуально-избирательных межличностных отношений, характеризующихся взаимной привязанностью их субъектов. Вероятно, существуют различные причины того, что к одним людям мы относимся с большей симпатией, чем к другим. Эмоциональная привязанность может возникнуть на основании общих взглядов, интересов, ценностных ориентаций или как избирательное отношение к особой внешности человека, его поведению, чертам характера и т.д. Любопытным является то, что такие отношения позволяют лучше понимать другого человека. С известной долей условности можно сказать, что чем больше человек нам нравится, тем больше мы его знаем и лучше понимаем его поступки (если, конечно, речь не идет о патологических формах привязанности).

Аттракция значима также и в деловых отношениях. Поэтому большинство психологов, работающих в сфере бизнеса, рекомендуют профессионалам, связанным с межличностными коммуникациями, выражать к клиентам самое позитивное отношение даже в том случае, если на самом деле они не испытывают к ним симпатии. Внешне выраженная доброжелательность имеет обратное действие – отношение действительно может измениться на позитивное. Таким образом, специалист формирует у себя дополнительный механизм социальной перцепции, позволяющий получить большую информацию о человеке. Однако следует помнить, что чрезмерное и искусственное выражение радости не столько формирует аттракцию, сколько разрушает доверие людей. Доброжелательное отношение далеко не всегда можно выразить посредством улыбки, особенно если она выглядит фальшивой и слишком устойчивой.

**Заключение.**

Таким образом, в данной работе мы выяснили, что социальная перцепция – это восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов, прежде всего самих себя, других людей, социальных групп. Термин ввел американский психолог Дж.Брунер для обозначения факта социальной обусловленности восприятия, его зависимости не только от характеристик объекта, но и от прошлого опыта субъекта, его целей, намерений, от значимости ситуации.

Перцептивная сторона общения включает в себя процесс формирования образа другого человека, что достигается «прочтением» за физическими характеристиками партнера его психологических свойств и особенностей поведения.

Социальными психологами установлено, что восприятие социальных объектов качественно отличается от восприятия материального мира. Это происходит потому, что, во-первых, социальный объект не пассивен и не безразличен по отношению к воспринимающему субъекту. Воздействуя на субъект восприятия, воспринимаемый человек стремиться трансформировать представление о себе в благоприятную для своих целей сторону. Во-вторых, внимание субъекта социальной перцепции сосредоточено прежде всего не на моментах порождения образа как результата отражения воспринимаемой реальности, а на смысловых и оценочных интерпретациях воспринимаемого объекта, в том числе причинных. В-третьих, восприятие социальных субъектов характеризуется большей слитностью познавательных компонентов с эмоциональными (аффективными), большей зависимостью от мотивационно-смысловой структуры деятельности воспринимающего субъекта.

Мы выяснили, что область исследований, связанная с выяснением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку – это исследование аттракции. А аттракция как механизм социальной перцепции рассматривается в трех аспектах: процесс формирования привлекательности другого человека, результат данного процесса, качество отношений. И результатом действия этого механизма является особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент.

**Список литературы.**

1. Андреева Г.М. Социальная психология: Учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: МГУ, 1988. – 432 с.
2. Андриенко Е.В.Социальная психология: Учебное пособие для вузов /Под ред. В.А.Сластенина. – М.: Академия, 2001. – 264 с.
3. Бодалев А.А.Восприятие и понимание человека человеком. – М., 1982. – С.5.
4. Социальная психология: Учебное пособие для вузов / Сост.: Р.И.Мокашенцев, А.В.Мокашенцева. – Новосибирск: Сибирское соглашение; М.: ИНФРА-М, 2001. – 408с.