**Министерство общего и профессионального образования Российской Федерации**

**Государственный Университет Управления**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по дисциплине: социальная психология**

**на тему : “Перцептивная сторона общения”**

Выполнила : студентка ИС и УП

группа Социология II-1

Маренич Катарина

Проверил : Утлик Э. П

**Москва, 1999 год.**

**Содержание :**

Понятие социальной перцепции и

межличностного восприятия.................................................1

Содержание межличностного восприятия ....................4

Каузальная атрибуция.....................................................5

Ошибки атрибуции ......................................................9

Принципы определения причинности ............................10

Роль установки при восприятии человека человеком .....13

Формирование первого впечатления о человеке .............15

Механизмы и “эффекты” межличностного восприятия....17

Идентификация, эмпатия и рефлексия в процессе

межличностного восприятия .....................................18

“Эффекты” межличностного восприятия ....................20

Явление стереотипизации в межличностном восприятии..22

Межличностная аттракция .....................................25

Место общения в жизни человека .............................29

Список использованной литературы .........................30

**Понятия социальной перцепции и**

**межличностного восприятия.**

Известно множество различных интерпретаций того факта, что человек ищет общество себе подобных. У человека поиск контактов с другими людьми связан с возникающей потребностью в общении. В отличие от животных у человека потребность в общении, контакте, является вполне самостоятельным внутренним стимулом, независимым от других потребностей ( в пище, в одежде и т. д. ) . Она возникает у человека чуть ли не с рождения и наиболее отчетливо проявляется в полтора - два месяца. В процессе общения должно присутствовать взаимопонимание между участниками этого процесса, поэтому большое значение имеет тот факт, как воспринимается партнер по общению, иными словами процесс восприятия одним человеком другого является обязательной составной частью общения и условно может быть назван перцептивной стороной общения.

Рассмотрим на примере, как в общем виде разворачивается процесс восприятия одним человеком (наблюдателем) другого (наблюдаемого). В наблюдаемом нам доступны лишь внешние признаки, среди которых наиболее информативными является внешний облик (физические качества плюс оформление внешности) и поведение (совершаемые действия и экспрессивные реакции). Воспринимая эти качества наблюдатель определенным образом оценивает их и делает некоторые умозаключения (часто бессознательно) о внутренних психологических свойствах партнера по общению. Сумма свойств, приписываемая наблюдаемому, в свою очередь, дает человеку возможность сформировать определенное отношение к нему (это отношение чаще всего носит эмоциональный характер и располагается в пределах континуума “нравится - не нравится”). Перечисленные выше феномены принято относить к социальной перцепции.

Социальной перцепцией называют процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумеваются другие люди, социальные группы, большие социальные общности. Таким образом восприятие человеком человека относится к области социальной перцепции, но не исчерпывает ее. Если говорить о проблеме взаимопонимания партнеров по общению, то более уместным будет термин “межличностная перцепция”, или межличностное восприятие. Восприятие социальных объектов обладает такими многочисленными специфическими чертами что даже употребление самого слова “восприятие” кажется не совсем точным, так как ряд феноменов, имеющих место при формировании представления о другом человеке , не укладывается в традиционное определение перцептивного процесса. В этом случае в качестве синонима “восприятию другого человека” употребляют выражение “познание другого человека”.

Это более широкое понимание термина обусловлено специфическими чертами восприятия другого человека, к которым относится не только восприятие физических характеристик объекта, но и его поведенческих характеристик, формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т. д. Подход к проблемам восприятия, связанный с так называемой транзактной (трансактной) психологией, особенно подчеркивает мысль о том, что активное участие субъекта восприятия в транзакции предполагает учет роли ожиданий, желаний, намерений, прошлого опыта субъекта как специфических детерминант перцептивной ситуации.

В целом в ходе межличностной перцепции осуществляется : эмоциональная оценка другого, попытка понять причины его поступков и прогнозировать его поведение, построение собственной стратегии поведения.

Выделяют четыре основных функции межличностной перцепции :

* познание себя
* познание партнера по общению
* организация совместной деятельности
* установление эмоциональных отношений

Структура межличностного восприятия обычно описывается как трёхкомпонентная. Она включает в себя: субъект межличностного восприятия, объект межличностного восприятия и сам процесс межличностного восприятия. В связи с этим все исследования в области межличностной перцепции можно разделить на две группы. 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 - механизмы познания и различные эффекты, возникающие при восприятии людьми друг друга. Например эффекты ореола, эффект новизны и эффект первичности, а также явление стереотипизации.

**Содержание межличностного восприятия.**

Относительно субъекта и объекта межличностного восприятия в традиционных исследованиях установлено более или менее полное согласие в том плане, какие характеристики их должны учитываться при исследованиях межличностного восприятия. Для субъекта восприятия все характеристики разделяются на два класса: физические и социальные. В свою очередь социальные характеристики включают в себя внешние (формальные ролевые характеристики и межличностные ролевые характеристики) и внутренние (система диспозиций личности, структура мотивов и т. д.). Соответственно такие же характеристики фиксируются и у объекта межличностного восприятия.

Содержание межличностного восприятия зависит от характеристик как субъекта, так и объекта восприятия потому, что они включены в определенное взаимодействие, имеющее две стороны: оценивание друг друга и изменение каких-то характеристик друг друга благодаря самому факту своего присутствия. Интерпретация поведения другого человека может основываться на знании причин этого поведения. Но в обыденной жизни люди не всегда знают действительные причины поведения другого человека. Тогда, в условиях дефицита информации, они начинают приписывать друг другу как причины поведения, так и какие-то общин характеристики. Предположение о том, что специфика восприятия человека человеком заключается во включении момента причинной интерпретацииповедения другого человека, привело к построению целого ряда схем, претендующих на раскрытие механизма такой интерпретации. Совокупность теоретических построений и экспериментальных исследований, посвящённым этим вопросам, получила название области каузальной атрибуции.

**Каузальная атрибуция.**

Исследования каузальной атрибуции в широком смысле слова рассматриваются как изучение попыток “рядового человека”, “человека с улицы” понять причину и следствие тех событий, свидетелем которых он является.

Иными словами, акцент делается на так называемой “наивной психологии”, на её интерпретациях “своего” и “чужого” поведения, что и выступает составной частью межличностного восприятия. Родоначальником исследований по каузальной атрибуции является

Ф. Хайдер, впервые сформулировавший и саму идею каузальной атрибуции и давший систематическое описание различных схем, которыми пользуется человек при построении причинного объяснения поведения другого человека. Из других авторов, работающих в этой области, наиболее значительные исследования проводили Э. Джонс и К. Дэвис, а также Г. Келли. По мере развития идей каузальной атрибуции изменялось первоначальное содержание концепции. Если ранее речь шла лишь о способах приписывания причин поведения, то теперь исследуют способы приписывания более широкого класса характеристик: интенций, чувств, качеств личности. Действительно, мы часто приходим к выводу, что намерения и диспозиции других людей соответствуют их поступкам. Если мы видим что объект А отпускает саркастические замечания, издевается над объектом Б, то скорее всего мы подумаем, что А - недружелюбный человек. “ Теория соответствующих предположений “ Джоунса и Девиса уточняет условия, при которых такие атрибуции наиболее вероятны. Однако основной тезис остаётся неизменным: люди, познавая друг друга, стремятся к познанию причин поведения и вообще причинных зависимостей, окружающего их мира. При этом они, естественно, опираются на ту информацию, которую могут получить об этих явлениях. Однако, поскольку сплошь и рядом этой информации оказывается недостаточно, а потребность сделать причинный вывод остаётся, человек в такой ситуации начинает не столько искать истинные причины, сколько приписывает их интересующему его социальному объекту.

Таким образом, содержанием процесса познания другого человека становится процесс этого приписывания, т. е. каузальная атрибуция. Сегодня среди исследователей межличностного восприятия существует мнение, что открытие явления каузальной атрибуции означает важнейший шаг по пути развития знаний о процессах межличностного восприятия.

Когда поведение объекта восприятия демонстрирует мало “резонов”, субъект восприятия вынужден в большей степени апеллировать к интенциям и диспозициям воспринимаемого, а это и порождает простор для различных форм приписывания. Сразу следует оговориться, что дальнейшие исследования показали, что мера соответствия вывода и наблюдаемого относительно чьего-то поведения зависит не только от двух названных характеристик, но и от других факторов, в частности от различного вида атрибуции: “личной” или “безличной”. В первом случае имеется в виду преобладающее стремление приписать причины каких-либо событий действиям определённых личностей, в то время как во втором случае причины приписываются преимущественно действиям обстоятельств.

Более полное развитие эта идея получила в работах Гарольда Келли, который предпринял попытку построения теории каузальной атрибуции. Основная задача Келли состояла в том, чтобы показать, как осуществляется человеком поиск причин для объяснения поведения другого человека. Согласно Келли при попытках понять причину поведения другого человека мы пользуемся тремя критериями : мы стараемся определить, является ли данное поведение постоянным (критерий постоянства), отличающимся ( критерий исключительности) и обычным ( критерий консенсуса ) или нет. Если в сходных условиях поведение наблюдаемого однотипно, то его считают постоянным. Оно будет отличающимся, если в других случаях проявляется иначе, и наконец, поведение считается обычным, если в сходных обстоятельствах свойственно большинству людей. Если в похожих обстоятельствах человек ведет себя всегда одинаково ( постоянное поведение ), если он ведет себя так же и в других ситуациях ( не отличающееся поведение ) и если в сходных ситуациях так же ведут себя лишь немногие люди ( необычное поведение ), то мы склонны приписывать поведение внутренним факторам. Напротив, если человек в похожих ситуациях ведет себя так же ( постоянное поведение ) , если в других случаях он ведет себя иначе ( отличающееся поведение ) и если в сходных ситуациях такое же поведение сходно большинству людей ( обычное поведение ). Мы объясняем его действие внешними причинами. В общем виде ответ звучит так: всякому человеку присущи некоторые априорные каузальные представления и каузальные ожидания. 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, которая из каузальных схем включается в каждом конкретном случае. “Каузальная схема” – это своеобразная общая концепция данного человека о возможных взаимодействиях различных причин, о том, какие действия в принципе эти причины производят. Для упорядочивания всех возможных каузальных схем Келли выделяет в своих построениях две части: “модель анализа вариаций” и “схемы причинности”.

Модель анализа вариаций описывает структуру каждого акта каузальной атрибуции. Элементами этой структуры являются те же самые элементы, которые обычно описываются как элементы процесса межличностного восприятия: субъект, объект и ситуация. Соответственно этому приписывание причин может осуществляться по трём линиям: причины могут быть “адресованы” субъекту, объекту и ситуации. Для удобства изображения этих трех направлений атрибутивного процесса, которые составляют “каузальное пространство” индивида, Келли предлагает использовать куб, каждое измерение которого обозначает определённое направление приписываемых причин. Приписывание причин субъекту действия даёт “личностную атрибуцию”, объекту действия – “стимульную атрибуцию”, ситуации – “обстоятельную атрибуцию”. Довольно распространённым вариантом является также смешанный тип “личностно-стимульной атрибуции”. Выбор преобладающего типа атрибуции обусловлен индивидуальными характеристиками субъекта восприятия. То есть можно говорить о типе личности со стимульной , обстоятельственной или личностной атрибуцией.

**Ошибки атрибуции.**

В экспериментах было установлено, что различные люди демонстрируют по преимуществу совершенно различные виды атрибуции, т. е. разную степень “правильности” приписываемых причин. Для того чтобы определить степень этой правильности, вводятся три категории:

подобия, т. е. согласия с мнением других людей

различия, т. е. отличия от мнения других людей

соответствия, т. е. постоянства действия причины во времени и пространстве.

Установлены точные соотношения, при которых конкретные комбинации проявления каждого из трёх 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 облегчённых критериев: многие склонны злоупотреблять либо личностной и стимульной, либо обстоятельственной атрибуцией. Так, в частности, было установлено различие в позициях наблюдателя и участника событий. В эксперименте Э Джонсона и Р. Нисбета было показано, что участник событий, как правило приписывает причину обстоятельствам, в то время как наблюдатель - личности деятеля.

Кроме ошибок, возникающих из-за различной позиции субъекта восприятия, выявлен еще целый ряд достаточно типичных ошибок атрибуции. Келли суммировал их следующим образом : 1-й класс - мотивационные ошибки, включающий в себя различного рода “защиты”: пристрастия, асимметрия позитивных и негативных результатов ( успех - себе, неуспех - обстоятельствам ); 2-й класс - фундаментальные ошибки ( свойственные всем людям ), 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); ошибках, связанных с неравными возможностями ролевого поведения ( когда в определенных ролях гораздо “легче” проявить собственные позитивные качества, и интерпретация осуществляется при помощи апелляции к ним ); ошибках, возникающих из-за большого доверия конкретным фактам, чем к общим суждениям и т. д.

**Принципы определения причинности.**

Для того, чтобы обосновать выделение именно такого рода ошибок, необходимо проанализировать схемы причинности, которыми обладает человек. Предполагая описание схем, Келли предполагает два вопроса : насколько точно человек умеет приписать причину или личности воспринимаемого , или объекту, на который направлены действия этой личности, или обстоятельствам и какие в принципе причины заслуживают того, чтобы быть рассмотренными в данном контексте. Для ответа на последний вопрос Келли выдвигает четыре принципа: ковариации, обесценивания, усиления и систематического искажения.

Первый из принципов действует, когда в наличии одна причина, три остальных - когда причин много. Сущность принципа ковариации заключается в том, что эффект приписывается той причине, которая совпадает с ним во времени, ( естественно, что в многообразии причинно-следственных связей между явлениями причиной вовсе не обязательно является та, что совпадает со следствием во времени ).

Если причина не одна, то человек при интерпретации руководствуется 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 альтернатив одна из причин отбрасывается из-за того, что есть конкурирующие причины), или принципом систематического искажения (когда в специальном случае суждений о людях недооцениваются факторы ситуации и, напротив, переоцениваются факторы личностных характеристик ). Какой из принципов будет включен в построение вывода о поведении другого человека, зависит от многих обстоятельств, в частности от так называемых “каузальных ожиданий” личности. Этим термином в концепции Келли обозначена расположенность каждого наблюдаемого поступка или события в пространстве двух векторов : по оси “типическое - уникальное” и по оси “социально желательное - социально нежелательное”. Предполагается, что каузальные ожидания человека строятся на том, что “нормальным” поведением является поведение типичное и социально желательное. Когда демонстрируется именно такой образец поведения, нет необходимости для специального поиска его причин. В случаях отклонения включается механизм каузальной атрибуции.

Отдельно нужно рассмотреть случай “атрибуции ответственности” - та особая ситуация приписывания, когда поведению личности приписывается не просто причина, но ответственность за то или иное действие или поступок. Этот вид атрибуции возникает всякий раз, когда люди берутся за моральную оценку действий друг друга. Особой проблемы не возникает, когда известно, что человек совершил преднамеренный поступок. Если же поступок был совершен не преднамеренно, то вопрос об ответственности превращается в целую проблему. Это происходит потому, что при его решении субъект восприятия строит вывод об ответственности на основании приписывания как личностных характеристик, так и роли обстоятельств. Идея о существовании двух видов атрибуции - личной и безличной - приобретает здесь особое значение.

На экспериментальном уровне вопрос о приписывании ответственности ставится традиционно как вопрос о связи, существующей между мерой приписываемой ответственности и видом атрибуции. Одна из гипотез, подтвержденных в экспериментальных исследованиях, заключалась в том, что вместе с увеличением тяжести последствий какого- либо поступка усиливается тенденция приписывать причины в большей степени личности, совершившей этот поступок, чем обстоятельствам.

На основе многочисленных экспериментальных исследований атрибутивных процессов был сделан вывод о том, что они составляют основное содержание межличностного восприятия.

**Роль установки при восприятии человека человеком.**

О важной роли установок как факторов, определяющих межличностное восприятие и притяжение говорил Г. Бирн. Он дифференцирует установки на важные и второстепенные, что позволяет определить иерархию личностных качеств в большей или меньшей мере определяющих межличностное притяжение. Используя процедуру “подставного” влияния личностных характеристик (представленными вопросниками, заполненными экспериментатором определенным образом), он обнаружил, что сходство в установках усиливает чувство симпатии к мнимым незнакомцам. Причем симпатия проявляется в большей мере тогда, когда сходство обнаруживается по важным качествам, а различие - по второстепенным. Таким образом каждый человек не только оценивает свои качества и качества других людей как положительный и отрицательные, но и как важные, значимые и второстепенные.

Большое значение при восприятии людьми друг друга имеют не только сходные между собой установки каждого из участников, но и наличие установки у субъекта восприятия относительно воспринимаемого. Особенно большой вес они имеют при формировании первого впечатления о незнакомом человеке. М. Ротбарт и П. Биррелл просили оценить выражение лица человека, изображенного на фотографии, причем одной половине людей предварительно было сказано, что он лидер гестапо, виновный в варварских медицинских экспериментах на заключенных концентрационного лагеря, а другой - что это лидер подпольного антинацистского движения, чье мужество спасло жизни тысячам людей. Те, кто принадлежал к первой половине опрашиваемых, интуитивно оценили его как жестокого человека и нашла подтверждающие это мнения черты лица. Другие - сказали что видят на фотографии человека доброго и сердечного. Сходные эксперименты проводил и отечественный психолог А. А .Бодалев. Он показывал фотографию одного и того же человека двум группам студентов. Но предварительно первой группе было сообщено, что человек на предъявленной фотографии является закоренелым преступником, а второй группе- что он крупный ученый. 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 подбородок - о силе воли в преодолении трудностей на пути познания.

Одна из трудностей, связанных с установками в межличностном восприятии связана с тем, что многие из наших установок обусловлены предубеждениями относительно тех или иных явлений или людей, рационально обсуждать которые слишком трудно.

Надо сказать предубеждения отличаются от стереотипов, речь о которых пойдет ниже. Если стереотип представляет собой обобщение, которого придерживаются члены одной группы относительно другой, то предубеждение предполагает еще и суждение в терминах “плохой” или “хороший”, которое мы выносим о людях, даже не зная ни их самих, ни мотивов их поступков.

Формирование предубеждений связана с потребностью человека определить свое положение по отношению к другим людям ( особенно в плане превосходства ). Следует заметить, что из всей информации об интересующей нас группе людей мы склонны принимать к сведению лишь ту, которая согласуется с нашими ожиданиями. Благодаря этому мы можем укрепляться в своих заблуждениях на основании лишь отдельных эпизодов. Например, если на 10 водителей, допускающих небрежное управление автомобилем, приходиться хотя бы одна женщина, то это автоматически “подтверждает” предубеждение, что женщины не умеют водить.

**Формирование первого впечатления о другом человеке.**

Важной сферой исследования межличностной перцепции является изучение процесса формирования первого впечатления о другом человеке. Описаны три наиболее типичные схемы, в соответствии с которыми протекает этот процесс. Каждая “схема” запускается определенным фактором, присутствующим в ситуации знакомства. Выделяют факторы превосходства, привлекательности партнера и отношения к наблюдателю.

Фактор превосходства - запускает схему социального восприятия в ситуации неравенства партнеров (точнее, когда наблюдатель ощущает превосходство партнера по какому-то важному для него параметру - уму, росту, материальному положению и т. п.). Суть происходящего заключается в том, что человек, который превосходит наблюдателя по какому-либо 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 усилий нужно 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 по общению как привлекательного внешне, при этом ошибка состоит в том, что внешне привлекательного человека люди также склонны переоценивать по другим важным для них социально-психологическим параметрам. Существует так называемый стереотип привлекательности : что красиво - то хорошо. Дети усваивают этот стереотип очень рано . Золушка и Белоснежка красивые - и хорошие. Сводные сестры и колдунья безобразные - и плохие.

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.

Весь смысл взаимодействия субъекта и объекта межличностного восприятия состоит в том, что воспринимающий строит систему выводов и заключений относительно воспринимаемого на основе своеобразного “прочтения” его внешних данных. “Качество” такого прочтения обусловлено как способностями читающего, так и ясностью текста.

Именно поэтому для результата межличностного восприятия значимыми являются характеристики и субъекта, и объекта. Однако если продолжать линию предложенных образов, то можно предположить, что качество чтения обусловлено и таким важным фактором, как условия, в которых осуществляется процесс, в частности освещённость текста, наличие или отсутствие помех при чтении и т. д. Переводя понятие “условия чтения” на язык экспериментальных исследований межличностного восприятия, необходимо включить в анализ и такой компонент, как ситуация межличностного восприятия.

Психологическая характеристика “взаимодействия” субъекта и объекта межличностного восприятия заключается в построении образа другого человека. При этом возникают два вопроса: каким способом формируется этот образ и каков этот образ, т. е. каково представление субъекта об объекте. Именно для ответа на эти вопросы необходимо включение в исследование межличностного восприятия описания не только субъекта и объекта, но и всего процесса.

**Механизмы и “эффекты”**

**межличностного восприятия.**

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

К механизмам межличностной перцепции относят механизмы:

познания и понимания людьми друг друга ( идентификация, эмпатия)

познания самого себя ( рефлексия )

формирования эмоционального отношения к человеку (аттракция)

**Идентификация, эмпатия и рефлексия в процессе межличностного восприятия.**

В процессе общения человек познает себя через понимание другого человека, осознавая оценку себя этим другим и сопоставляя себя с ним. В процесс включены два человека, каждый из которых является активным субъектом, и по существу осуществляется одновременно как бы “двойной” процесс - взаимного восприятия и познания (поэтому само противопоставление субъекта и объекта здесь не вполне корректно). При построении стратегии взаимодействия двух людей, находящихся в условиях этого взаимопознания, каждому из партнёров приходится принимать в расчёт не только свои собственные потребности, мотивы, установки но и потребности, мотивы, установки другого. Всё это приводит к тому, что на уровне каждого отдельного акта взаимного познания двумя людьми друг друга могут быть выделены такие стороны этого процесса, как идентификация и рефлексия.

Существует большое количество исследований каждой из этих сторон процесса межличностного восприятия. Естественно, что идентификация понимается здесь не в том её значении, как она первоначально интерпретировалась в системе психоанализа. В контексте изучения межличностного восприятия идентификация обозначает тот простой эмпирический факт, установленный в ряде экспериментов, что простейший способ понимания другого человека есть уподобления себя ему. Это, разумеется, не единственный способ, но в реальном общении между собой люди часто пользуются этим способом: предложение о внутреннем состоянии партнёра по общению строится на основе попытки поставить себя на его место.

Установлена тесная связь между идентификацией и другим близким по содержанию явлением - эмпатией.

Эмпатия также является особым способом понимания другого человека. Только здесь имеется в виду не столько рациональное осмысление проблем другого человека, сколько стремление эмоционально откликнуться на его проблемы. При этом эмоции, чувства субъекта эмпатии не тождественны тем, которые переживает человек, являющийся объектом эмпатии. То есть если я проявляю эмпатию к другому человеку, я просто понимаю его чувства и линию поведения, но свою собственную могу строить совсем по-иному. В этом отличие эмпатии от идентификации, при которой человек полностью отождествляет себя с партнером по общению и , соответственно, испытывает те же чувства, что и он, и ведет себя подобно ему.

Безотносительно к тому, какой из этих двух вариантов понимания исследуется (а каждый из них имеет свою собственную традицию изучения), требует своего решения ещё один вопрос: как будет в каждом случае тот, “другой” воспринимать меня, понимать линию моего поведения. От этого будет зависеть наше взаимодействие. Иными словами процесс взаимодействие осложняется явлением рефлексии. В социальной психологии под рефлексией понимается осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание и понимание другого, но и знание того, как этот другой понимает меня. Общая модель образования рефлексивной структуры может быть представлена следующим образом.

Есть два партнера А и Б. Между ними устанавливается коммуникация А Б и обратная информация о реакции Б на А -

Б А. Кроме этого, у А и Б есть представление о самих себе А` и Б` соответственно, а также представление о другом. У А это представление о Б - Б``, а 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 неизвестно, так как ни А, ни Б не знают о существовании несовпадающих с объективной реальностью А`, Б`, А`` и Б``, при этом между А и А``, а также между Б и Б`` нет каналов коммуникации. Явление рефлексии имеет место тогда, когда А пытается понять, представить себе А``, или Б - Б``.

Построение моделей типа рассмотренной имеет большое значение. В ряде исследований делаются попытки анализа рефлексивных структур группы, объединенной совместной деятельностью. Тогда сама схема возникающих рефлексий относится не только к диадическому взаимодействию, но и к общей деятельности группы и опосредованных ею межличностных отношений.

**“Эффекты” межличностного восприятия.**

Среди эффектов межличностного восприятия наиболее исследованы три : эффект ореола ( “галоэффект”), эффект новизны и первичности а также эффект, или явление, стереотипизации.

Сущность эффекта ореола заключается в формировании специфической установки на наблюдаемого через направленное приписывание ему определенных качеств : информация, получаемая о каком-то человеке, категоризируется определенным образом, а именно - накладывается на тот образ, который 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. ( когда речь идет о положительной переоценке качеств этот эффект называют еще “эффектом Полианны”, а когда речь идет об отрицательной оценке - “дьявольским” эффектом ). 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 высветлить другие и играет роль своеобразного ореола в восприятии человека человеком.

Тесно связаны с этим эффектом и эффекты “первичности” ( или “порядка”) и “новизны”. Оба они касаются значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем. В ситуациях, когда воспринимается незнакомый человек преобладает эффект первичности. Он состоит в том , что при противоречивых после первой встречи данных об этом человеке, информация, которая была получена раньше, воспринимается как более значимая и оказывает большее влияние на общее впечатление о человеке. Противоположный эффекту первичности - эффект новизны, который заключается в том, что последняя, то есть более новая информация, оказывается более значимой, действует в ситуациях восприятия знакомого человека.

Известен также эффект проекции - когда приятному для нас собеседнику мы склонны приписывать свои собственные достоинства, а неприятному - свои недостатки, то есть наиболее четко выявлять у других именно те черты, которые ярко представлены у нас. Еще один эффект- эффект средней ошибки - это тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого в сторону среднего.

В более широком плане все эти эффекты можно рассмотреть как проявления особого процесса, сопровождающего восприятие человека человеком, а именно процесса стереотипизации.

**Явление стереотипизации в межличностном восприятии .**

Наше восприятие других людей зависит от того, как мы их “классифицируем”, - подростки, женщины, преподаватели, негры, гомосексуалисты, политические деятели и т. д. Подобно тому, как восприятие отдельных предметов или событий со сходными особенностями позволяет нам формировать понятия, так и люди обычно классифицируются нами по их принадлежности к той или иной группе, социально-экономическому классу или по их физическим характеристикам (пол, возраст, цвет кожи и т. д. ). Однако, эти два типа категоризации существенно различаются, поскольку в последнем речь идет о социальной реальности и о бесконечном разнообразии типов людей, составляющих общество. Создающиеся таким образом стереотипы часто порождают у нас слишком условное и упрощенное представление о других людях. Впервые термин “социальный стереотип” был введен У. Липпманом в 1922 году, и для него в этом термине содержался негативный оттенок, связанный с ложностью и неточностью представлений, которыми оперирует пропаганда. В более же широком смысле 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 , при познании людьми друг друга, имеют и специфическое происхождение, и специфический смысл. Как правило, стереотип возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта, в результате стремления делать какие-то выводы в условиях ограниченной информации. Очень часто стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например, принадлежности его к какой-то профессии. Тогда ярко выраженные черты у встреченных в прошлом представителей этой профессии распространяются на всех представителей данной профессии. Здесь проявляется тенденция “извлекать смысл” из предшествующего опыта, строить заключения по сходству с этим предшествующим опытом, не взирая на его ограниченность.

Стереотипы редко бывают плодом нашего личного опыта. Чаще всего мы приобретаем их от той группы, к которой принадлежим, особенно от людей с уже сложившимися стереотипами ( родителей, учителей), а так же о средств массовой информации, обычно дающих нам упрощенное представление о тех группах людей, о которых мы не располагаем больше никакими сведениями.

Само по себе явление стереотипизации не плохо и не хорошо. Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга может привести к двум различным следствиям. С одной стороны к определенному упрощению процесса познания другого человека. В этом случае стереотип не обязательно несет на себе оценочную нагрузку : в восприятии человека не происходит “сдвига” в сторону его эмоционального принятия или непринятия. Остается просто упрощенный подход, который, хотя и не способствует точности построения образа другого, тем не менее необходим, так как значительно сокращает процесс познания. Особенно легко и эффективно полагаться на стереотипы при дефиците времени, усталости, эмоциональном возбуждении, слишком молодом возрасте, когда человек еще не научился различать многообразие. Другими словами, процесс стереотипизации выполняет объективно необходимую функцию, позволяя быстро, просто и достаточно надежно упрощать социальное окружение индивида. Этот процесс можно сравнить с устройством “грубой настройки” в таких оптических приборах, как микроскоп или телескоп, наряду с которыми существует и устройство тонкой настройки, аналогом которого в сфере межличностного восприятия выступают такие тонкие и гибкие механизмы, как идентификация, эмпатия, социально-психологическая рефлексия. Во втором случае стереотипизация ведет к возникновению предубеждений. Если суждение строиться на основе прошлого ограниченного опыта, а опыт был негативным, всякое новое восприятие представителя той же группы окрашивается отрицательным отношением. Возникновение таких предубеждений зафиксировано в многочисленных экспериментальных исследованиях, но естественно, они особенно влияют не в условиях лабораторных опытов, а в реальной жизни, когда могут нанести ущерб общению людей и их взаимоотношениям. Особенно распространены этнические стереотипы - образы типичных представителей определенной нации, которые наделяются фиксированными чертами внешности и особенностями характера (например, стереотипные представления о чопорности англичан, легкомысленности французов, эксцентричности итальянцев, характерные для нашей культуры).

**Межличностная аттракция.**

Особый круг проблем межличностного восприятия возникает в связи с включением в этот процесс специфических эмоциональных регуляторов. Люди не просто воспринимают друг друга, но и формируют по отношению друг к другу определенные отношения. На основе сделанных оценок рождается разнообразная гамма чувств - от неприятия до симпатии и даже любви. Область исследований , связанная с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку получила название исследование аттракции. Буквально аттракция означает “привлечение”. Аттракция - это и процесс формирования привлекательности какого-то человека для наблюдателя, и продукт этого процесса, то есть некоторое качество отношения. Эту многозначность термина обязательно нужно иметь в виду, когда аттракция исследуется не сама по себе, а в рамках перцептивной стороны общения. С одной стороны, встает вопрос о том, каков механизм возникновения симпатии и формирования привязанностей, или, наоборот, неприязни при восприятии другого человека, а с другой - какова роль этого явления ( и процесса, и продукта его ) в структуре общения в целом. Рассмотрим, как возникает и развивается аттракция ( то есть проследим процесс формирования межличностной привлекательности).

Составляющими взаимной привлекательности являются симпатия и притяжение. Симпатия это эмоциональная положительная установка на объект. При взаимной симпатии эмоциональные установки создают целостное внутригрупповое ( внутрипарное ) состояние удовлетворения взаимодействием ( непосредственно или опосредовано). Притяжение, как одна из составляющих межличностной привлекательности, в основном связано с потребностью человека быть вместе, рядом с другим человеком. Притяжение чаще всего ( но не всегда ) связано с переживаемой симпатией, то есть симпатия и притяжение могут иногда проявляться независимо друг от друга. В том случае, когда они достигают максимального своего значения и совпадают, связывая субъектов общения, можно уже говорить о межличностной привлекательности. Возникновение отношений между людьми определяется произвольным выбором, хотя он и не всегда полностью осознается партнерами. Кроме того, выбор должен быть взаимным, иначе невозможна реализация индивидуальных потребностей во взаимодействии. Первично возникшее межличностное притяжение определяет дальнейшее взаимодействие двух людей. Поскольку взаимные выборы не задаются внешними условиями инструкциями, возникает вопрос о том, что притягивает - отталкивает двух людей, вызывает взаимные симпатии - антипатии. В настоящее время существует два направления в исследовании межличностного притяжения : одно утверждает первичную значимость сходства между людьми и подобие установок для образования симпатий; другое считает, что взаимная дополняемость является решающей в определении межличностного восприятия.

Чем ближе чьи-либо установки нашим собственным, тем симпатичнее нам кажется человек. Этот “эффект согласия” был проверен ситуациях реальной жизни путем наблюдения за возникновением приязни. Этим занимались такие психологи как Т.Ньюком, У.Гриффит и Р.Вейч, и результаты их экспериментов подтвердили данное предположение : сходство рождает удовлетворение. Причем это можно сказать также и о внешнем, физическом сходстве двух людей.

Гипотеза о том, что притягиваются люди, которые противоположны по своим внутренним качествам и как бы дополняют друг друга, не была экспериментально доказана. Было выявлено, что определенная взаимодополнительность ( комплиментарность ) может развиваться по мере развития отношений, но изначально люди все таки склонны выбирать тех, чьи потребности и личные качества подобны их собственным, исключение составляет пол партнера по общению. Таким образом, сходство имеет важное значение для установления отношений, а для их продолжения необходима комплиментарность.

“Я -концепция” человека также оказывает большое влияние на удовлетворенность своим партнером по общению. Субъективная удовлетворенность выше в том случае, когда совпадает представление человека о самом себе ( его “ Я - концепция ” ) и восприятие данного лица другим человеком, межличностное притяжение прямо связано с со взаимным согласием “ Я - концепций ” . Личность Р является привлекательной для другой личности О, если она ( личность О) воспринимается Р так же, как сама она ( О ) оценивает себя. Сознание человека, что он понимаем другим, способствует дальнейшему успешному взаимодействию. Сходство и различие “Я - концепций” имеет неодинаковое значение для межличностных притяжений, что зависит от контекста , в котором обнаруживается это подобие - контраст. Результаты экспериментов, проведенных С. Тейлором и В. Меттелом, показали что приятно ведущий себя индивид, имеющий сходную “Я - концепцию” с партнером по взаимодействию, нравится больше, чем приятный, но контрастный другой. Неприятный и подобный другой нравится в значительной степени меньше, чем неприятный и контрастный (несхожий) другой.

Большое значение в межличностной привлекательности имеет такой фактор как функциональная дистанция - то есть то, как часто люди сталкиваются в повседневной жизни. Было замечено, что чем короче эта дистанция, то есть чем чаще сталкиваешься с объектом, тем симпатичней и привлекательней он кажется. Люди, оказавшиеся соседями по комнате в общежитии, чаще становятся друзьями а не врагами. Оказывается, простое нахождение объекта в поле человека - визуализация, заставляет его (человека) относится к объекту ( будь то картина, здание или другой человек ) с большей симпатией. Р. Зайенс провел эксперимент, который подтвердил это предположение. Группе студентов предъявлялись бессмысленные слова и “китайские” иероглифы. Студенты должны были сказать, что по их мнению, означают эти слова и иероглифы. Чем большее количество раз им приходилось видеть бессмысленное слово или “китайский” иероглиф, тем более они склонны были говорить, что это означает нечто хорошее. То же самое происходило при предъявлении студентам фотографий неизвестных им людей. Наиболее приятными испытуемым казались именно те лица, которые во время эксперимента попадались чаще остальных. Зайенс и его сотрудники выяснили, что нахождение в поле зрения приводило к чувству симпатии, даже если экспонируемому предмету внимание испытуемых специально не привлекалось . На самом деле наиболее сильный эффект простое нахождение в поле зрения дает как раз в тех случаях, когда люди воспринимают раздражители, не осознавая их присутствия.

Нельзя недооценивать роль физической привлекательности в формировании впечатления о человеке. Многие люди считают, что они не придают большого значения внешности своих партнеров по общению. Существует масса пословиц типа “ не все то золото, что блестит” или “нельзя ценить книгу по ее обложке” , говорящих о том, что красота - это поверхностное качество и не стоит обращать на нее внимание. Тем не менее эмпирически доказано, что внешность на самом деле имеет большое значение.

Диапазон ситуаций, в которых партнеры выбирают друг друга характеризует степень обобщенности, интегрированности отношений. Большая дифференциация отношений сказывается на особенностях восприятия и понимания партнерами друг друга, своего положения в системе группового эмоционального фона отношений.

Исследование аттракции в контексте групповой деятельности открывает широкую перспективу для новой интерпретации функции аттракции, в частности функции эмоциональной регуляции межличностных отношений в группе.

**Место общения в жизни человека.**

Итак, мы рассмотрели одну из составляющих частей общения - его перцептивную сторону. И 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.

**Список использованной литературы :**

Андреева Г. М. Социальная Психология.

Москва : Аспект пресс, 1998.

Современная западная социальная психология: тексты .

Под ред. Андреевой Г. М., Богомоловой Н.Н., Петровской Л. А.

Москва : издательство МГУ, 1984.

Обозов Н. Н. Межличностные отношения . Ленинград :

издательство ЛГУ, 1979.

Межличностное восприятие в группе .

Под ред. Андреевой Г. М. и Донцова А. И.

**5.** Майерс Д. Социальная психология .

Санкт-Петербург : Питер Ком, 1998.

**6.** Общение и оптимизация совместной деятельности.

Под редакцией Андреевой Г. М., Яноушека Я.

Москва, издательство МГУ, 1987.