

Лекция 6. Элементы социальной психологии и их учет в деятельности врача

Пограничный характер социальной психологии

Само сочетание слов «социальная психология» указывает на специфическое место, которое занимает эта дисциплина в системе научного знания. Возникнув на стыке наук – психологии и социологии, социальная психология до сих пор сохраняет свой особый статус. Это приводит к тому, что каждая из «родительских» дисциплин довольно охотно включает ее в себя в качестве составной части.

Такая неоднозначность положения научной дисциплины имеет много различных причин.

- 1) Главной из них является объективное существование такого класса фактов общественной жизни, которые сами по себе могут быть исследованы лишь при помощи объединенных усилий двух наук: психологии и социологии, например, безработица. С одной стороны, любое общественное явление имеет свой «психологический» аспект, поскольку общественные закономерности проявляются не иначе как через деятельность людей, а люди действуют, будучи наделенными сознанием и волей. С другой стороны, в ситуациях совместной деятельности людей возникают совершенно особые типы связей между ними, связей общения и взаимодействия, и анализ их невозможен вне системы психологического знания.
- 2) Другой причиной двойственного положения социальной психологии является сама история становления этой дисциплины, которая вызревала в недрах одновременно и психологического, и социологического знания и в полном смысле слова родилась «на перекрестке» этих двух наук. Все это создает немалые трудности как в определении предмета социальной психологии, так и в выявлении круга ее проблем.
- 3) Вместе с тем потребности практики общественного развития диктуют необходимость исследования таких пограничных проблем, и вряд ли можно «ожидать» окончательного решения вопроса о предмете социальной психологии для их решения. Запросы на социально-психологические исследования в условиях современного этапа развития общества поступают буквально из всех сфер общественной жизни, особенно в связи с тем, что в каждой из них сегодня происходят радикальные изменения. Такие запросы следуют из области промышленного производства, различных сфер воспитания, системы массовой информации, области демографической политики, борьбы с антиобщественным поведением, спорта, сферы обслуживания и т.д. Можно утверждать, что практические запросы опережают развитие теоретического знания в социальной психологии.

Практические запросы опережают развитие теоретических исследований.

Практическая сторона СП включает в себя:

- инструментарий (методики, техники);
- фактический/эмпирический материал;
- опыт практического применения полученных данных в конкретных сферах.

Теоретическая сторона вытекает из практической и зависит от нее. Функции теоретической стороны:

- описание полученных данных и включение их в систему;
- функция объяснения или интерпретации, проникновения в сущность;
- концептуальная функция или функция построения концептуальной модели исследуемого явления.

Исследования идут от практики к теории, и наоборот. Некоторые вещи имеют лишь феноменальное описание.

Пять больших разделов СП: 1) введение, где даются характеристика предмета социальной психологии, история развития основных идей, методологические принципы; 2) закономерности общения и взаимодействия, где раскрывается связь между межличностными и общественными отношениями, а общение рассматривается как их реальное проявление, где исследуются структура и функции общения, а также его механизмы, 3) социальная психология групп, где дается классификация групп (больших и малых) и выявляются особенности общения в реальных социальных группах, а также вопросы о внутренней динамике групп и их развитии; 4) социальная психология личности, где рассматривается, каким образом общие механизмы общения и взаимодействия, специфически проявляющиеся в различных социальных группах, «задают» личность в определенном социальном контексте и, с другой стороны, каковы формы активности личности в дальнейшем развитии общественных отношений; 5) практические приложения социальной психологии, где анализируются специфика прикладного исследования, реальные

возможности социальной психологии в формулировании практических рекомендаций, кратко характеризуются те сферы, где прикладные исследования наиболее развиты, а также описываются основные формы и способы социально-психологического воздействия.

Общая характеристика общения: понятие, функции, виды и структура.

Общение понимается как деятельность – это сложный многоплановый процесс установления и развития контактов и связей между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, восприятие, понимание другого человека и выработку единой стратегии взаимодействия.

Общение обычно включено в практическое взаимодействие людей (совместный труд, учение, коллективная игра и т.п.) и обеспечивает планирование, осуществление и контролирование их деятельности.

Если отношения определяются через понятия «связи», то общение понимают как процесс взаимодействия человека с человеком, осуществляемый с помощью средств речевого и неречевого воздействия и преследующий цель достижения изменений в познавательной, мотивационной, эмоциональной и поведенческой сферах участвующих в общении лиц.

В ходе общения его участники обмениваются не только своими физическими действиями или продуктами, результатами труда, но и мыслями, намерениями, идеями, переживаниями и т.д.

В повседневной жизни человек учится общению с детства и овладевает разными его видами в зависимости от среды, в которой живет, от людей, с которыми взаимодействует, причем происходит это стихийно, в житейском опыте. В большинстве случаев этого опыта бывает недостаточно, например, для овладения особыми профессиями (педагога, актера, диктора, следователя), а иногда и просто для продуктивного и цивилизованного общения.

По этой причине необходимо совершенствовать знание его закономерностей, накапливать навыки и умения их учета и использования.

Каждая общность людей располагает своими средствами воздействия, которые используются в разнообразных формах коллективной жизни. В них концентрируется социально-психологическое содержание образа жизни. Все это проявляется в обычаях, традициях, обрядах, ритуалах, праздниках, танцах, песнях, сказаниях, мифах, в изобразительном, театральном и музыкальном искусстве, в художественной литературе, кино, радио и телевидении. Эти своеобразные массовые формы общения обладают мощным потенциалом взаимовлияния людей. В истории человечества они всегда служили средствами воспитания, включения человека через общение в духовную атмосферу жизни.

Проблема человека находится в центре внимания всех аспектов общения. Увлечение лишь инструментальной стороной общения может нивелировать его духовную (человеческую) сущность и привести к упрощенной трактовке общения как информационно-коммуникативной деятельности. При неизбежном научно-аналитическом расчленении общения на составляющие элементы важно не терять в них человека как духовную и активную силу, преобразующую в этом процессе себя и других.

Общение по своему содержанию – сложнейшая психологическая деятельность партнеров и выполняет определенные **функции**:

1. *Прагматическая* функция общения отражает его потребностно-мотивационные причины и реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности. При этом само общение очень часто выступает самой важной потребностью.

2. Функция *формирования и развития* отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех отношениях. Общаясь с другими людьми, человек усваивает общечеловеческий опыт, исторически сложившиеся социальные нормы, ценности, знания и способы деятельности, а также формируется как личность. В общем виде общение можно определить как универсальную реальность, в которой зарождаются, существуют и проявляются в течение всей жизни психические процессы, состояния и поведение человека.

3. Функция *подтверждения* обеспечивает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя.

4. Функция *объединения—разъединения* людей, с одной стороны, посредством установления между ними контактов способствует передаче друг другу необходимых сведений и настраивает их на реализацию общих целей, намерений, задач, соединяя их тем самым в единое целое, а с другой стороны, она может быть причиной дифференциации и изоляции личностей в результате общения.

5. Функция *организации и поддержания отношений* служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений между людьми в интересах их совместной деятельности.

6. *Внутриличностная* функция общения реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, построенную по типу диалога).

Выделяют следующие функции общения: 1) информационно-коммуникативную (передача, прием информации); 2) аффективно-коммуникативную (обмен эмоциями); 3) регуляционно-коммуникативную (влияние на поведение другого).

Общение чрезвычайно многогранно. Оно может быть представлено в своем разнообразии по **видам**.

1) Различают межличностное и массовое общение. *Межличностное* общение связано с непосредственными контактами людей в группах или парах, постоянных по составу участников.

Массовое общение – это множество непосредственных контактов незнакомых людей, а также коммуникация, опосредованная различными видами средств массовой информации.

2) Выделяют также *межперсональное* общение и ролевое. В первом случае участниками общения являются конкретные личности, обладающие специфическими индивидуальными качествами, которые раскрываются по ходу общения и организации совместных действий.

В случае *ролевой* коммуникации ее участники выступают как носители определенных ролей (покупатель — продавец, учитель — ученик, начальник — подчиненный).

В ролевом общении человек лишается определенной спонтанности своего поведения, так как те или иные его шаги, действия диктуются исполняемой ролью. В процессе такого общения человек проявляет себя уже не как индивидуальность, а как некоторая социальная единица, выполняющая определенные функции.

3) Общение может быть также *доверительным* и конфликтным. Первое отличается тем, что в его ходе передается особо значимая информация.

Доверительность – существенный признак всех видов общения, без него нельзя осуществлять переговоры, решать интимные вопросы. *Конфликтное* общение характеризуется взаимным противостоянием людей, выражениями неудовольствия и недоверия.

4) Общение может быть личным и деловым. *Личное* общение – это обмен неофициальной информацией.

Деловое общение – процесс взаимодействия людей, выполняющих совместные обязанности или включенных в одну и ту же деятельность.

5) Общение бывает прямое и опосредованное. *Прямое (непосредственное)* общение является исторически первой формой общения людей друг с другом. На его основе в более поздние периоды развития цивилизации возникают различные виды опосредованного общения.

Опосредованное общение – это взаимодействие при помощи дополнительных средств (письма, аудио– и видеотехники).

6) Также выделяют *законченное* и *незаконченное* общение; *кратковременное* и *долговременное*; *вербальное* и *невербальное* и др.

Структура общения. Учитывая сложность общения, необходимо обозначить его структуру, с тем, чтобы затем возможен был анализ каждого элемента. Структуру общения можно характеризовать путем выделения в нем трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной. Схематично структура общения может быть изображена следующим образом:



Схема. Структура общения

Коммуникативная сторона общения, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями.

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Естественно, что все эти термины весьма условны. В реальности мы имеем дело с процессом общения как единым целым.

Общение как процесс коммуникации: передача информации и средства общения

Понятие «коммуникация» является производным от латинского *communicatio*, что означает «сообщение; передача; общее, разделяемое со всеми; общение». Иначе говоря, **коммуникация** – это передача того или иного содержания от одного сознания (индивидуального или коллективного) к другому посредством знаков; это связь, в ходе которой осуществляется обмен информацией между системами как в живой, так и неживой природе.

Коммуникации между людьми имеют ряд специфических **особенностей**:

1. Наличные отношения двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом. При этом взаимное их информирование предполагает налаживание совместной деятельности.

Специфика человеческого обмена информацией заключается в особой роли для каждого участника общения той или иной информации, ее значимости.

2. Возможность взаимного влияния партнеров друг на друга посредством системы знаков.

3. Коммуникативное влияние лишь при наличии единой или схожей системы кодификации и декодификации у коммуникатора (человека, направляющего информацию) и реципиента (человека, принимающего ее).

4. Возможность возникновения коммуникативных барьеров (социальных или психологических). В этом случае четко выступает связь, существующая между общением и отношением.

Средства распространения. Распространение информации в обществе проходит через своеобразный «фильтр доверия—недоверия». Подобный фильтр действует так, что истинная информация может оказаться не принятой, а ложная – принятой.

Содержание и тип информации. В процессе коммуникации перед участниками общения стоит задача не только обменяться информацией, но и добиться ее адекватного понимания партнерами. То есть в межличностной коммуникации как особая проблема выделяется интерпретация сообщения, поступающего от коммуникатора к реципиенту. В ходе коммуникации могут возникать барьеры. *Коммуникативный барьер* – это социальное или психологическое препятствие на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению.

Модель коммуникативного процесса обычно включает пять элементов: коммуникатор — сообщение (текст) — канал — аудитория (реципиент) — обратная связь. Основная цель информационного обмена в общении – выработка общего смысла, единой точки зрения и согласия по поводу различных ситуаций или проблем. Для него характерен механизм *обратной связи*. Содержание данного механизма состоит в том, что в межличностной коммуникации процесс обмена информацией как бы удваивается и помимо содержательных аспектов информация, поступающая от реципиента к коммуникатору, содержит сведения о том, как реципиент воспринимает и оценивает поведение коммуникатора.

Сама по себе информация, исходящая от коммуникатора, может быть двух типов: побудительная и констатирующая.

Побудительная информация выражается в приказе, совете, просьбе. Она рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-то действие.

Констатирующая информация выступает в форме сообщения, она имеет место в различных образовательных системах и не предполагает непосредственного изменения поведения, хотя косвенно способствует этому. Вариант сообщения задается коммуникатором, т.е. тем лицом, от которого исходит информация.

Передача любой информации возможна лишь посредством знаков, точнее знаковых систем. Существует несколько знаковых систем, которые используются в коммуникативном процессе. При грубом делении различают вербальную и невербальную коммуникации, использующие

различные знаковые системы. Соответственно, выделяют вербальные и невербальные средства общения.

Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую *речь*, естественный звуковой язык, т.е. систему фонетических знаков, включающую два принципа: лексический и синтаксический.

Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения. При помощи речи осуществляются кодирование и декодирование информации: коммуникатор в процессе говорения кодирует, а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию.

Главное назначение вербальной коммуникации – установление, поддержание, развитие осмысленного информационного контакта.

Виды вербальной коммуникации:

- ◆ Письменная: определенность источника; постоянство информации; возможность адекватного донесения.
- ◆ Устная: возможно невербальное подкрепление; можно отредактировать и уточнить. Информация может быть предметной (в зависимости от предмета) и модальной (показывает является ли то, о чем говорится существенным, желательным, необходимым, возможным).

Невербальная коммуникация. Невербальные средства общения нужны для того, чтобы: регулировать течение процесса общения, создавать психологический контакт между партнерами; обогащать значения, передаваемые словами, направлять истолкование словесного текста; выражать эмоции и отражать истолкование ситуации, т.е. их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний партнеров по коммуникативному процессу.

Виды невербальных средств общения:

1. Визуальные средства общения – это:

- ◆ кинесика (жестикация) – движения рук, ног, головы, туловища;
- ◆ направление взгляда и визуальный контакт;
- ◆ выражение глаз;
- ◆ выражение лица (мимика);
- ◆ поза (пантомимика), в частности, локализация, смены поз относительно словесного текста;
- ◆ кожные реакции (покраснение, появление пота);
- ◆ дистанция (расстояние до собеседника, угол поворота к нему, персональное пространство);
- ◆ вспомогательные средства общения, в том числе особенности телосложения (половые, возрастные) и средства их преобразования (одежда, косметика, очки, украшения, татуировка, усы, борода, сигарета и т.п.).

2. Акустические (звуковые) средства общения – это:

- ◆ паралингвистические, т.е. связанные с речью (интонация, громкость, тембр, тон, ритм, высота звука, речевые паузы и их локализация в тексте);
- ◆ экстралингвистические, т.е. не связанные с речью (смех, плач, кашель, вздохи, скрежет зубов, шмыганье носом и т.п.).

3. Тактильно-кинестезические (связанные с прикосновением) средства общения – это:

- ◆ физическое воздействие (ведение слепого за руку и др.);
- ◆ такесика (пожатие руки, хлопанье по плечу).

4. Ольфакторные средства общения – это:

- ◆ приятные и неприятные запахи окружающей среды;
- ◆ естественный и искусственный запахи человека и др.

Все невербальные средства имеют значение дополнения к вербальной коммуникации, т.е. сообщают о готовности поддержать коммуникацию или прекратить ее, поощряют партнера к продолжению диалога, наконец, способствуют тому, чтобы обнаружить полное свое «Я», или, напротив, скрыть его.

Общение как процесс взаимодействия и взаимовлияния людей

Интерактивная сторона общения – это условный термин, обозначающий характеристику тех компонентов общения, которые связаны с взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности.

Взаимодействие – это процесс непосредственного или опосредованного воздействия социальных объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь.

Социальное взаимодействие представляет собой процесс, в котором люди действуют и реагируют на действие других.

Социальное взаимодействие изучается на двух **уровнях**: *макроуровень* включает такие крупные структуры, как правительство и торговля; такие институты, как религия и семья. *Микроуровень* состоит из самых мелких элементов межличностного общения. Хотя при любых социальных условиях люди взаимодействуют на обоих уровнях.

Теории взаимодействия:

1) *Психоаналитическая*. Индивиды образуют социальные группы и остаются в них отчасти потому, что у них формируются чувства преданности и покорности лидерам группы. Это происходит не потому, что лидеры обладают какими-то особыми чертами, а обусловлено тем, что мы отождествляем лидеров с богоподобными личностями, какими в детстве казались наши отцы. Межличностное взаимодействие в основном определяется представлениями, усвоенными в раннем детстве, и конфликтами, пережитыми в том периоде.

2) Основой *теории обмена* стало представление о социальном взаимодействии; он уделил главное внимание воздействию вознаграждений и затрат на поведение людей. Согласно этой теории, поведение человека обусловлено 4 принципами:

- a) Чем чаще поступок вознаграждается, тем чаще он повторяется;
- b) Если в прошлом в определенной ситуации имело место вознаграждение, люди стремятся снова создать такую ситуацию;
- c) Если вознаграждение велико, люди готовы затрачивать для его получения больше усилий;
- d) Когда потребности человека почти полностью удовлетворяются, он в меньшей степени стремится прилагать усилия ради их удовлетворения (ученые, удостоенные Нобелевской премии, в дальнейшем работают менее продуктивно).

3) Концепция *социальной драматургии* (теория управления впечатлениями) трактует социальные ситуации как драмы в миниатюре, по ходу действия которых люди стремятся создать и поддержать о себе определенные впечатления, как правило, хорошие. Люди с плохой репутацией могут испытывать трудности в процессе управления впечатлениями.

4) *Символический интеракционизм*. Сущность теории: взаимодействие людей – это непрерывный диалог, в процессе которого они наблюдают друг друга, намерения друг друга, осмысливают эти намерения, проводят их, на них реагируют. Взаимодействие на уровне символов и значений этих символов. Люди учатся одинаково интерпретировать значение определенных символов. Часто интерпретативный аспект общения отрывается от содержания предмета.

- a) Поведение людей по отношению друг к другу и к предметам внешнего мира определяется тем значением, которое они им придают.
- b) Люди реагируют не только на поступки других людей, но и на предшествующие им намерения.

5) *Теория этнометодологии* рассматриваются принимаемые на веру правила, регулирующие взаимодействия людей (эти правила могут определять, когда уместно что-то сказать или промолчать, или пошутить и т.д.).

6) *Транзактный анализ* – направление, предлагающее регулирование действий участников взаимодействия через регулирование их позиций, а также учет характера ситуаций и стиля взаимодействия.

С точки зрения транзактного анализа, каждый участник взаимодействия в принципе может занимать одну из трех позиций, которые условно можно обозначить как Родитель, Взрослый, Ребенок. Они условно обозначены «*Эго-состояниями*» («состояниями Я»). Эти позиции ни в коей мере не связаны обязательно с соответствующей социальной ролью: это лишь чисто психологическое описание определенной стратегии во взаимодействии (позиция Ребенка может быть определена как позиция «Хочу!», позиция Родителя как «Надо!», позиция Взрослого – объединение «Хочу» и «Надо»).

Транзакция – единица общения, в которой инициатор общения выступает транзакционным стимулом, а собеседник проявляет транзактную реакцию.

Взаимодействие эффективно тогда, когда транзакции носят «*дополнительный*» характер, т.е. совпадают: если партнер обращается к другому как Взрослый, то и тот отвечает с такой же позиции.

Если же один из участников взаимодействия адресуется к другому с позиции Взрослого, а тот отвечает ему с позиции Родителя, то взаимодействие нарушается и может вообще прекратиться. В данном случае транзакции являются «*пересекающимися*». Житейский пример приводится в следующей схеме (рис. 7.2.).

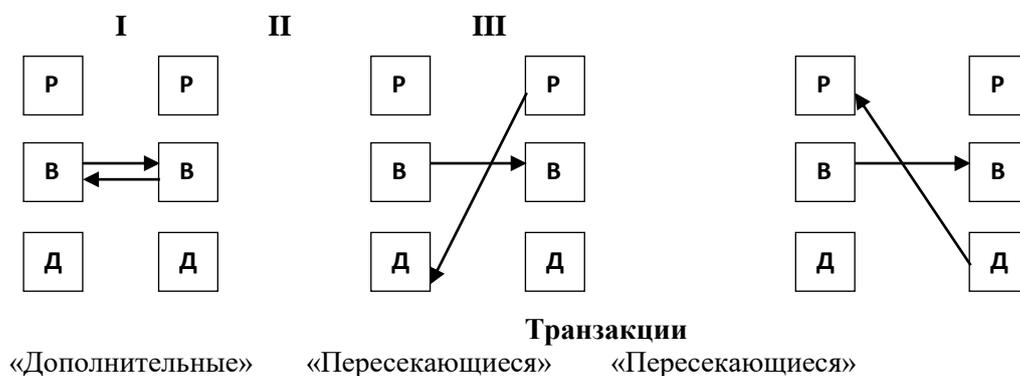


Рис. 7.2. Распределение позиций во взаимодействии (транзактный анализ)

Жена обращается к мужу с информацией: «Я порезала палец» (апелляция к Взрослому с позиции Взрослого). Если он отвечает: «Сейчас перевяжем», то это ответ также с позиции Взрослого (I). Если же следует сентенция: «Вечно у тебя что-то случается», то это ответ с позиции Родителя (II), а в случае: «Что же я теперь должен делать?», демонстрируется позиция Ребенка (III). В двух последних случаях эффективность взаимодействия невелика.

Второй показатель эффективности – адекватное понимание ситуации (как и в случае обмена информацией) и адекватный стиль действия в ней. Э. Берн уделяет особое внимание различным *ритуалам, полуритуалам* (имеющим место в развлечениях) и *играм* (понимаемым весьма широко, включая интимные, политические игры и т.п.).

Каждая ситуация диктует свой стиль поведения и действий: в каждой из них человек по-разному «подает» себя, а если эта самоподача не адекватна, взаимодействие затруднено. Различают три основных стиля действий: *ритуальный, манипулятивный и гуманистический*. На примере использования ритуального стиля особенно легко показать необходимость соотнесения стиля с ситуацией. Ритуальный стиль обычно задан некоторой культурой. Например, стиль приветствий, вопросов, задаваемых при встрече, характера ожидаемых ответов. Так, в американской культуре принято на вопрос: «Как дела?» отвечать «Прекрасно!», как бы дела ни обстояли на самом деле. Для нашей культуры свойственно отвечать «по существу», притом не стесняться негативных характеристик собственного бытия («Ой, жизни нет, цены растут, транспорт не работает» и т.д.). Человек, привыкший к другому ритуалу, получив такой ответ, будет озадачен, как взаимодействовать дальше.

Типы взаимодействия. Наиболее распространенным является дихотомическое деление: кооперация и конкуренция (согласие и конфликт, приспособление и оппозиция).

Кооперация – это такое взаимодействие, при котором его субъекты достигают взаимного соглашения о преследуемых целях и стремятся не нарушать его, пока совпадают их интересы.

Конкуренция – это взаимодействие, характеризующееся достижением индивидуальных или групповых целей и интересов в условиях противоборства между людьми.

В обоих случаях как тип взаимодействия (сотрудничество или соперничество), так и степень выраженности этого взаимодействия (успешное или менее успешное сотрудничество) определяет характер межличностных отношений между людьми.

В процессе осуществления этих типов взаимодействия, как правило, проявляются следующие ведущие стратегии поведения:

1. *Сотрудничество*, направленное на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей (реализуется либо мотив кооперации, либо мотив конкуренции).

2. *Противодействие*, предполагающее ориентацию на свои цели без учета целей партнеров по общению (индивидуализм).

3. *Компромисс*, реализующийся в частном достижении целей партнеров ради условного равенства.

4. *Уступчивость*, предполагающая жертву собственных интересов для достижения целей партнера (альтруизм).

5. *Избегание*, которое представляет собой уход от контакта, потерю собственных целей для исключения выигрыша другого.

Общение как восприятие людьми друг друга

Как уже было установлено, в процессе общения должно присутствовать взаимопонимание между участниками этого процесса. Само взаимопонимание может быть здесь 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. 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.

Взаимопонимание – *социально-психологический феномен, сущность которого проявляется в: 1) согласовании индивидуального осмысления предмета общения и 2) взаимоприемлемой двусторонней оценке и принятии целей, мотивов и установок партнеров по взаимодействию, в ходе которых наблюдается близость или схожесть (полная или частичная) когнитивного, эмоционального и поведенческого реагирования на приемлемые для них способы достижения результатов совместной деятельности.*

Причинами недопонимания могут быть:

- ◆ отсутствие или искажение восприятия людьми друг друга;
- ◆ различия в структуре подачи и восприятия речевых и иных сигналов;
- ◆ дефицит времени для умственной переработки получаемых и выдаваемых сведений;
- ◆ умышленное или случайное искажение передаваемой информации;
- ◆ отсутствие возможности исправить ошибку или уточнить данные;
- ◆ отсутствие единого понятийного аппарата для оценки личностных качеств партнера, контекста его речи и поведения;
- ◆ нарушение правил взаимодействия в процессе выполнения конкретной задачи;
- ◆ потеря или перенос на другую цель совместных действий и др.

Для достижения взаимопонимания между людьми необходимо создавать специальные условия. Важнейшими условиями взаимопонимания являются:

- ◆ понимание речи взаимодействующей личности;
- ◆ осознание проявляющихся качеств взаимодействующей личности;
- ◆ выявление влияния на личность ситуации взаимодействия с партнером;
- ◆ выработка соглашения и практическое его выполнение по установленным правилам.

Соблюдение условий взаимопонимания на практике, в жизни является критерием достигнутого взаимопонимания. Оно будет тем выше, чем более приемлемы для совместной деятельности разработанные правила взаимодействия. Они не должны сковывать партнеров. Для этого их необходимо периодически исправлять, т.е. согласовывать совместные усилия людей и обстоятельства их реализации. Лучше всего это делать в ситуации равноправного положения индивидов.

Социальная перцепция – *это процесс восприятия социальных объектов, под которыми обычно подразумеваются люди и социальные группы.*

Особенностями социальной перцепции являются:

1. *Активность* субъекта социальной перцепции, означающая, что он (индивид, группа и т.д.) не пассивен и не безразличен по отношению к воспринимаемому, как это имеет место при восприятии неодушевленных предметов. И объект и субъект социального восприятия воздействуют друг на друга, стремятся трансформировать представления о себе в благоприятную сторону.

2. *Целостность* воспринимаемого, показывающая, что внимание субъекта социальной перцепции сосредоточено прежде всего не на моментах порождения образа как результата

отражения воспринимаемой реальности, а на смысловых и оценочных интерпретациях объекта восприятия.

3. *Мотивированность* субъекта социальной перцепции, которая свидетельствует, что восприятие социальных объектов характеризуется большой слитностью его познавательных интересов с эмоциональными отношениями к воспринимаемому, явной зависимостью социальной перцепции от мотивационно-смысловой ориентированности воспринимающего.

Функции социальной перцепции: а) познание себя; б) познание партнеров по взаимодействию; в) установление эмоциональных отношений; г) организация совместной деятельности.

Виды социальной перцепции. Она обычно проявляется как:

1. Восприятие членами группы: а) друг друга; б) членов другой группы.
2. Восприятие человеком: а) самого себя; б) своей группы; в) «чужой группы».
3. Восприятие группой: а) своего человека; б) членов другой группы.
4. Восприятие группой другой группы (или групп).

Процесс социальной перцепции представляет собой деятельность его субъекта (наблюдателя) по оценке внешнего облика, психологических особенностей, действий и поступков наблюдаемого лица или объекта, в результате которой у субъекта социальной перцепции складывается конкретное отношение к наблюдаемому и формируются определенные представления о возможном поведении конкретных людей и групп.

В зависимости от этих представлений субъект социальной перцепции прогнозирует и свои отношения, и поведение в различных ситуациях взаимодействия и общения с другими людьми.

Эффекты социальной перцепции. Более всего исследованы три таких «эффекта»: эффект ореола («галлоэффект»), эффект новизны и первичности, а также эффект, или явление, стереотипизации.

1) *Эффект установки* играет значительную роль при формировании первого впечатления о незнакомом человеке, что было выявлено в экспериментах.

Двум группам студентов была показана фотография одного и того же человека. Но предварительно первой группе было сообщено, что человек на предъявляемой фотографии является закоренелым преступником, а второй группе о том же человеке было сказано, что он очень крупный ученый. После этого каждой из групп было предложено составить словесный портрет сфотографированного человека. В первом случае были получены соответствующие характеристики: глубоко посаженные глаза свидетельствовали о затаенной злобе, выдающийся подбородок – 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.

Аналогичные эксперименты были осуществлены с формированием установки «учительница» и «актриса» при предъявлении женских фотографий.

2) *Сущность эффекта ореола* заключается в тенденции переносить предварительно полученную благоприятную или неблагоприятную информацию о каком-либо человеке на реальное его восприятие. Воспринимаемые черты как бы накладываются 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.

3) Тесно связаны с этим эффектом и *эффект «первичности и новизны»*. Он касается значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем: ранее предъявленная информация рассматривается как «первичная», а поздно предъявленная как «новая».

4) На восприятие других людей большое влияние оказывает процесс *стереотипизации*. Под социальным стереотипом понимается устойчивый образ или представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы.

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.

Механизмы восприятия и понимания людьми друг друга.

1) *Идентификация* – это социально-психологический процесс познания личностью или группой других людей в ходе непосредственных или опосредованных контактов с ними, при котором осуществляется сравнение или сопоставление внутренних состояний или положения партнеров, а также образцов для подражания со своими психологическими и другими характеристиками.

Идентификация в противоположность нарциссизму играет огромную роль в поведении и духовной жизни человека. Ее психологический смысл заключается в расширении круга переживаний, в обогащении внутреннего опыта. Она известна как самое раннее появление эмоциональной привязанности к другому человеку. С другой стороны, идентификация часто выступает элементом психологической защиты людей от объектов и ситуаций, вызывающих страх, порождающих тревожные и напряженные состояния.

2) *Эмпатия* – это эмоциональное сопереживание другому человеку. Через эмоциональный отклик люди познают внутреннее состояние других. Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит внутри другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Ее почти всегда интерпретируют не только как активное оценивание субъектом переживаний и чувств познающего человека, но и безусловно как положительное отношение к партнеру.

3) *Аттракция* представляет собой форму познания другого человека, основанную на формировании устойчивого позитивного чувства к нему. В этом случае понимание партнера по взаимодействию возникает благодаря появлению привязанности к нему, дружеского или более глубокого интимно-личностного отношения. При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально положительное отношение.

4) *Рефлексия* – это механизм самопознания в процессе взаимодействия, в основе которого лежит способность человека представлять себе то, как он воспринимается партнером по общению. Это не просто знание или понимание партнера, а знание того, как партнер понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отношений друг с другом.

5) *Каузальная атрибуция* – механизм интерпретации поступков и чувств другого человека (каузальная атрибуция – стремление к выяснению причин поведения субъекта).

Исследования показывают, что у каждого человека есть свои «излюбленные» схемы причинности, т.е. привычные объяснения чужого поведения: а) люди с личностной атрибуцией в любой ситуации склонны находить виновника случившегося, приписывать причину произошедшего конкретному человеку; б) в случае пристрастия к обстоятельственной атрибуции люди склонны прежде всего винить обстоятельства, не утруждая себя поисками конкретного виновника; в) при стимульной атрибуции человек видит причину случившегося в предмете, на который было направлено действие (ваза упала потому, что плохо стояла) или в самом пострадавшем (сам виноват, что попал под машину).

При изучении процесса каузальной атрибуции выявлены различные закономерности. Например, причину успеха люди чаще всего приписывают себе, а неудачу – обстоятельствам. Характер приписывания зависит также и от меры участия человека в обсуждаемом событии. Оценка будет различна в случаях, если он был участником (соучастником) или наблюдателем. Общая закономерность состоит в том, что по мере роста значимости случившегося испытуемые склонны переходить от обстоятельственной и стимульной атрибуции к личностной (т.е. искать причину случившегося в осознанных действиях личности).

б) *Децентрация* – это противоположность эгоцентризму; возможная смена позиции и координация своей точки зрения с другими возможными точками зрения; это способность отказаться от того, чтобы принимать свое Я за точку отчета и умение переключаться на другую точку зрения. Неадекватная децентрация – когда она используется для манипуляции. Уровни децентрации: а) смена перцептивной позиции и координация своей точки зрения с точкой зрения другого. б) принятие точки зрения другого.

Социально-психологическое влияние людей друг на друга

Влияние в психологическом воздействии – осуществление своих функций субъектом воздействия, его деятельность, приводящая к изменению каких-либо особенностей индивидуальности объекта, его сознания и поведения.

Социальное влияние имеет место в том случае, если в результате взаимодействия повторный ответ человека на некую проблему более сближается с ответом другого человека, чем с собственным первоначальным ответом, т.е. Поведение одного человека становится подобно поведению других людей.

Виды влияния:

Индивидуально-специфическое влияние лица, осуществляющего психологическое воздействие, заключается в передаче (или навязывании) людям еще не освоенных ими образцов личностной и другой активности, в которых выражаются его индивидуально-психологические характеристики (доброта, общительность или, наоборот, недоброжелательность, эгоизм и т.п.).

Функционально-ролевое влияние субъекта психологического воздействия – форма осуществления им своих функций и взаимодействия с другими людьми, выражающаяся в навязывании другим людям социальных ценностей и поступков, способов возможного поведения, задаваемых теми целями, которые он преследует, и определяемых той ролью, которую он играет (или исполняет).

Направленное влияние – это такое влияние субъекта психологического воздействия, которое ориентировано на определенных людей или их конкретные личностные качества и социально-психологические особенности. Направленное влияние бывает прямым и косвенным. *Прямое* влияние – это непосредственное влияние самого субъекта психологического воздействия или его личностных качеств на других людей. *Косвенное* влияние – воздействие, направленное не непосредственно на объект влияния, а на окружающую его среду.

Ненаправленное влияние – это влияние, не нацеленное на какой-то определенный объект.

Конформность и внушаемость.

В связи с проблемой социального влияния следует различать конформность и внушаемость. *Конформность* – подверженность человека групповому давлению, изменению своего поведения под влиянием других лиц, сознательная уступчивость человека мнению большинства группы для избежания конфликта с ней. *Внушаемость*, или *суггестия* – непроизвольная податливость человека мнению других лиц или группы (человек и сам не заметил, как изменились его взгляды, поведение, это происходит само собой, искренне).

Виды конформности: а) *внутренняя личная конформность* (усваиваемая конформная реакция) – мнение человека действительно меняется под воздействием группы, человек соглашается, что группа права, и изменяет свое первоначальное мнение в соответствии с мнением группы, впоследствии проявляя усвоенное групповое мнение, поведение и при отсутствии группы; б) *внешняя, публичная конформность* – демонстративное согласие с группой по разным причинам (чаще всего, чтобы избежать конфликтов, неприятностей лично для себя или близких людей) при сохранении собственного мнения в глубине души.

Нонконформизм выступает как опровержение человеком мнения большинства, как протест подчинения, как кажущаяся независимость личности от мнения группы, хотя на самом деле и здесь точка зрения большинства является основой для поведения человека. Конформизм и нонконформизм – это родственные свойства личности, это свойства положительной и отрицательной подчиненности влияниям группы на личность, но именно подчиненности.