



Психология общения

ПЛАН

- ◎ 1. Понятие об общении
- ◎ 2. Коммуникативная сторона общения
- ◎ 3. Интерактивная сторона общения
- ◎ 4. Перцептивная сторона общения

ПОНЯТИЕ ОБ ОБЩЕНИИ

- Это процесс установления и развития контакта между людьми, обмена информацией. Восприятия участниками общения друг другом и их взаимодействия
- (Б.Д.Парыгин)

ФУНКЦИИ ЧЕЛОВЕКА КАК СУБЪЕКТА ОБЩЕНИЯ

- коммуникативная
- информационная
- КОГНИТИВНАЯ
- ЭМОТИВНАЯ
- конативная
- креативная

КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

- Акт и процесс установления контактов между субъектами взаимодействия посредством выработки общего смысла передаваемой и воспринимаемой информации - это коммуникация
- Главная задача коммуникации - достижение социальной общности

КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

- Коммуникация - intersубъектный процесс (В.Н.Мясищев)
- Суть коммуникативного процесса - совместное постижение предмета
- Средства общения: вербальные и невербальные

ИНТЕРАКТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

- Взаимодействие, непосредственная организация совместной деятельности
- Типы взаимодействия: кооперация и конкуренция

ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

- Перцептивная сторона общения - это процесс взаимовосприятия и познания партнеров по общению и установление на этой основе взаимопонимания.
- Часто восприятие человека человеком обозначают термином "социальная перцепция", введенным Дж. Брунером в 1947 году в ходе разработки так называемого "нового взгляда" (New Look) на восприятие. Позднее за этим термином закрепилось понимание процесса восприятия всех "социальных объектов" (другие люди, социальные группы и большие социальные общности), т.е. более широко, чем просто восприятие человеком человека.

ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ (МЕХАНИЗМЫ)

- ⦿ **Идентификация** – уподобление себя партнеру по общению, является одним из самых простых способов понимания другого человека. Здесь предположение о внутреннем состоянии собеседника строится на основе попытки поставить себя на его место. Психологи в этих процессах усматривают влияние переноса.
- ⦿ **Эмпатия** – другое, близкое по содержанию к идентификации, явление, понимаемое как "вчувствование", умение распознавать эмоции окружающих, откликаться на них. Здесь имеется в виду не рациональное осмысление проблем другого человека, а стремление эмоционально его понять и эмоционально откликнуться на его переживания. Это вовсе не означает, что человек тем самым полностью одобряет линию поведения партнера и ее поддерживает. Он ее понимает и принимает, но свое поведение может строить иначе.
- ⦿ **Рефлексия** – определяется в процессах общения как знание и понимание того, как другой человек знает и понимает меня самого. В общении это выглядит как своеобразный удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга, последовательное взаимоотражение. Именно от этого зависит подлинное взаимопонимание, личностное развитие. Личность становится для себя тем, что она есть, через то, что она представляет собой для других.

ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ (ЭФФЕКТЫ)

○ **Эффект ореола**—происходит приписывание воспринимаемому человеку качеств на основе образа, который сложился ранее о нем из различных источников информации. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль "ореола", мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия. Эффект ореола проявляется и при формировании первого впечатления о человеке, когда первое благоприятное впечатление приводит к позитивной оценке и еще неизвестных качеств человека, и наоборот, общее неблагоприятное впечатление способствует преобладанию негативных оценок.

ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ (ЭФФЕКТЫ)

◎ Эффекты "первичности" и "новизны"— зависят от порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем. При восприятии незнакомых людей преобладающей является самая первая известная информация о нем. Напротив, в ситуациях восприятия знакомого человека действует эффект новизны, который заключается в том, что последняя, т.е. более новая, информация о нем оказывается наиболее значимой.

ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ (ЭФФЕКТЫ)

- **Стереотипизация**—это сложившийся некоторый устойчивый образ события, явления или человека, которым мы пользуемся как своеобразным "сокращением" при взаимодействии. В более широком плане и все описанные выше эффекты можно рассмотреть как проявления стереотипизации. Впервые термин "социальный стереотип" был введен У. Липпманом в 1922 году и содержал негативный оттенок, связанный с ложностью или неточностью восприятия. В житейском плане это всевозможные предубеждения и предвзятости.

ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ (ЭФФЕКТЫ)

- Область исследований, связанных с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название "аттракция". Буквально аттракция – привлечение, но здесь не просто привлечение, а процесс формирования привлекательности какого-то человека и продукт этого процесса, т.е. некоторое качество отношения к нему. Аттракцию можно рассматривать как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

