



*«Московский государственный технический
университет имени Н.Э. Баумана»
(МГТУ им. Н.Э. Баумана)*

Факультет: Информатика и системы управления

Кафедра: ИУ7

ОСНОВЫ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Студент группы ИУ7-63,
Степанов Александр Олегович

Преподаватель:
Анна Владимировна Чернышева

2020 г.

Оглавление

1	Общение как социально - социологическая проблема	2
1.1	Вопросы	2
1.2	3 стороны общения	2
1.3	2 вида общения	3
1.4	Основные механизмы познания человека	3
1.5	Воздействие на партнера	3
1.6	Схема восприятие	4
1.6.1	Фактор превосходства	4
1.6.2	Фактор привлекательности	4
1.6.3	Фактор отношения к нам	4
1.6.4	Эффект ореола	4
1.7	Самоподача	4
1.8	Барьеры непонимания	5
1.8.1	Типы барьеров (механизмы защиты)	5
1.8.2	Защита от барьеров	6
1.9	Стили общения	6

1 | Общение как социально - социологическая проблема

1.1 Вопросы

1. Понятие общение, структура и средство общения
2. Характеристика и содержание общения и механизмы воздействия
3. Поступки и самоподача общения
4. Коммуникативная сторона общения
5. Интерактивная сторона общения
6. Стили общения

Общение – это сложный многоплановый процесс становления и развития контактов между людьми, который порождается потребностями совместной деятельности и включает в себя обмен информацией, выработку совместной, единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека

1.2 3 стороны общения

- **Коммуникативная сторона** – обмен информацией между людьми
- **Интерактивная сторона** – организация взаимодействия между индивидами
- **Перцептивная сторона** – процесс восприятия друг друга

1.3 2 вида общения

- **Вербальное** – общение при помощи слов (осознанное)
- **Невербальное** – общение при помощи жестов, поз, взглядов (неосознанное)
 - **Кинетика** – позы, жесты, мимика (эмоциональная реакция человека)
 - **Паралингвистика** – особенности произношения, темб, высота голоса, громкость речи, смех, плач, ошибки
 - **Проксемика** – это пространственное расположение собеседников относительно друг друга
 - **Визуальный контакт** – контакт глаз

1.4 Основные механизмы познания человека

- **Идентификация** – отождествление, уподобление
- **Эмпатия** – сопереживание, способность к постижению эмоционального состояния собеседника
- **Рефлексия** – обращение назад, знания того, как партнер понимаю меня

1.5 Воздействие на партнера

- **Заражение** – бессознательное, невольное подверженность человека определенным психическим состоянием
- **Внушение** – целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого (авторитет – главное при внушении)
- **Убеждение** – с помощью логического обоснования добиться согласия собеседника принять информацию (воздействие интеллектуальное)
- **Подражание** – принятие и воспроизведение внешних черт человека
 - Подражание конкретному человеку
 - Подражание нормам поведения группы

1.6 Схема восприятие

1.6.1 Фактор превосходства

Если мы имеем дело с человеком, который нас превосходит, то мы его переоцениваем. Если мы имеем дело с человеком, которого мы чем-то превосходим, то мы его недооцениваем

1.6.2 Фактор привлекательности

Чем более внешне привлекателен человек, тем более переоцениваем его остальные качества и наоборот.

1.6.3 Фактор отношения к нам

Если человек, к нам хорошо относится, то мы его переоцениваем и наоборот.

1.6.4 Эффект ореола

При формировании первого впечатления, общее позитивное впечатление приводит к переоценке.

1.7 Самоподача

Управление вниманием может быть произвольным, а может быть непроизвольным. **Самоподача** – управление вниманием партнера.

Управление восприятием партнера происходит при запуске следующих механизмов:

1. **Самоподача превосходства:** признаки – знаки превосходства (одежда, манеры речи и поведения). Важна для профессионалов в общении с людьми (психологи, телеведущие и т.д.).

2. **Самоподача привлекательности** – также является предметом управления. Самоподача привлекательности важна для всех. Правило простое: привлекательными нас делает та работа, которую мы провели с одеждой чтобы добиться привлекательности.
3. **Самоподача отношения** – есть вербальные и невербальные способы самоподачи.
4. **Самоподача актуального состояния и причин поведения**

Самоподача может послужить ошибок при восприятии другим человеком. Коммуникация в общении важна для ее участников.

1.8 Барьеры непонимания

В процессе общения мы стремимся удовлетворить свои потребности. Что препятствует эффективной коммуникации? Откуда появляются барьеры и как их преодолеть?

Барьеры непонимания – во многих ситуациях желания и побуждения человека неправильно понимаются другими людьми. Кажется, что человек «защищается» и возводит преграду от наших переживаний. Любому человеку есть что защищать от внешнего воздействия. Если поддаться влиянию человека, то придется свое устройство мира менять (а это нужно что-то делать и придется приспособливаться к изменениям – нет комфорта).

1.8.1 Типы барьеров (механизмы защиты)

1. **Избегание** – уклонение от контактов с нежелательными партнерами (защита от источников информации).
2. **Авторитет** – мы делим людей на 2 категории: авторитетные (доверяем им) и неавторитетные (не доверяем). Авторитетность зависит от социального положения, статуса, привлекательности, хорошего отношения и многого другого.
3. **Непонимание** – защита от самой информации.

Систему барьеров можно охарактеризовать как автоматизированную охранную систему. Но возможна «ложная тревога». Во многих ситуациях эта система может навредить человеку (нужная и актуальная информация не воспринимается). Для каждого человека важно общаться так, чтобы его понимали окружающие, чтобы слова не наталкивались на стену непонимания.

1.8.2 Защита от барьеров

1. **От избегания** – нужно чтобы было внимание со стороны слушателя, и чтобы оно было постоянным и не рассеивалось. Общение эффективно, если и говорящий и слушающий одинаково вкладываются в общение.
 - (а) Прием привлечения внимания «нейтральной фразы» – фраза не связана с основной темой, но она имеет ценность для всех присутствующих.
 - (б) Второй прием – «прием завлечения» – говорящий произносит нечто трудно воспринимаемым образом. Слушающему приходится предпринимать специальные усилия, а эти усилия предполагают концентрацию внимания.
 - (с) Третий прием – «прием установления зрительного контакта» – очень часто используются во многих типах общения (и в массовых, и в личных). Прием обращения внимания также – «прием акцентировки»

1.9 Стили общения

Стиль общения определяется огромным списком факторов – положением, мировоззрением, статуса и т.д.

1. **Ритуальный**
2. **Манипулятивный** – когда к партнеру относятся как к средству достижения цели (им пользуются).
3. **Гуманистический** – доверительное, психотерапевтическое общение. Связано с настроенностью партнера. Это обоюдное внушение (оба партнера друг другу доверяют)