**26.03.2020г.**

**Дисциплина\_\_ Основы культуры профессионального общения**

**Группа\_\_\_15, «Парикмахер»**

**Тема: Понимание в процессе общения**

 **Урок-лекция**

 **Тип урока: урок открытия новых знаний**

 **Понимание в процессе общения**

«Счастье — это когда тебя понимают» — так написал в сочине­нии герой кинофильма «Доживем до понедельника». **В**ходе общения человек стремится не просто воспринять собеседника, а познать его, понять логику его поступков и пове­дения. Познание и понимание людьми других и себя происходит в соответствии с **психологическими механизмами восприятия.**Рассмот­рим эти механизмы.

**Идентификация**(от лат. *identificare —*отождествлять) — это упо­добление себя другому. Чтобы понять партнера по общению, не­обходимо поставить себя на его место, так как нельзя по-настоя­щему понять человека, пока не побываешь в **его**«шкуре». В случае неправильного понимания нас окружающими мы говорим: «По­бывали бы вы на моем месте», иными словами, предлагаем окру­жающим «включить» их механизм идентификации. Данный меха­низм позволяет понять ценности, привычки, поведение и нормы другого человека.

**Эмпатия**(от греч. *empatheia —*сопереживание) — это не раци­ональное осмысление проблем другого человека, а эмоциональ­ный отклик, вчувствование, сопереживание. Эмпатия основана на умении правильно представлять, что происходит внутри чело­века, что он переживает, как оценивает события. Установлено, что способность к проявлению эмпатии возрастает с приобрете­нием жизненного опыта. Пожилые люди, многое повидавшие и испытавшие, лучше понимают человека, попавшего в те или иные обстоятельства, нежели молодые люди.

Высшей формой эмпатии является действенная, характеризу­ющая нравственную сущность человека. Например, можно просто сопереживать сокурснику, который «завалил» экзамен, а можно помочь подготовиться к пересдаче.

**Аттракция**(от лат. *attrahere —*привлекать, притягивать) пред­ставляет собой форму познания другого человека, основанную на возникновении к нему положительных чувств: от симпатии до любви. Причиной появления положительного эмоционального от­ношения партнеров по общению нередко бывает их внутреннее и внешнее сходство. Например, молодые люди (юноши, девушки) гораздо лучше понимают друг друга, чем взрослых, которые их окружают (родителей, преподавателей и т.п.).

Чтобы правильно понять партнера по общению, важно знать его отношение к нам, как он воспринимает и понимает нас. В этом случае «работает» механизм, который в психологии называ­ют рефлексия. **Рефлексия**(от лат. *reflexi*— обращение назад) — это способность человека представить, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание другого, но и знание того, как другой понимает нас: наши умственные способ­ности, индивидуально-личностные особенности и эмоциональ­ные реакции. При этом наше внимание переносится с партнера по общению на нас самих и происходит как бы своеобразное уд­воение зеркальных отражений друг друга. В результате, с учетом рефлексии и взаимного отображения партнеров, в общении уча­ствуют уже не двое, а как бы шесть человек: «Я», *каким я являюсь в действительности; «Я», каким я вижу самого себя; «Я», каким меня видит партнер по общению.*

И эти же три позиции можно обнаружить у собеседника\* (\* Рогов Е.И. Психология общения. — М., 2001. — С. 205.).

Понимание другого человека очень важно для успешного об­щения с ним. Нередко нас интересует, что заставляет собеседни­ка действовать так, а не иначе, т.е. каковы причины его поступ­ков. Ведь зная их, можно спрогнозировать дальнейшее поведение партнера по общению. Если бы человек всегда располагал полной информацией об окружающих людях, с которыми он вступает в общение, то он мог бы безошибочно строить тактику взаимодей­ствия с ними. Но в повседневной жизни мы, как правило, нахо­димся в условиях дефицита информации, не зная истинных при­чин поведения другого человека. Это незнание вынуждает нас приписывать другим самые разнообразные причины их поведения и поступков. В их основе лежит сходство поведения собеседника с каким-то известным образом или анализ наших собственных при­чин, которые обнаруживаются в аналогичной ситуации. Припи­сывание причин поведения другому человеку называется **каузаль­ной атрибуцией**(от лат. *causa atribuo —*причина и придаю, наде­ляю). Исследования показывают, что у каждого человека есть при­вычные объяснения чужого поведения. Одни люди всегда находят виновника случившегося и приписывают причину произошедше­го конкретному человеку, но не себе. Например: получил «неуд» на экзамене — виноват преподаватель, потому что придирается. В этом случае говорят о *личностной атрибуции.*Другие склонны все видеть в обстоятельствах, а не искать виновника, т.е. они привык­ли к *обстоятельственной атрибуции.*Например: опоздал на заня­тия, потому что транспорт плохо ходит. Третьи видят все через *стимульную атрибуцию,*т.е. причина заложена в предмете. Напри­мер: сумка с продуктами упала, потому что плохо стояла. Или причину видят в самом «пострадавшем». Например: отчислили из учебного заведения — сам виноват.

Помимо этого, мы сталкиваемся с внутренней и внешней ат­рибуцией. Например: успех на экзамене однокурсника мы можем приписать его высоким умственным способностям, старатель­ности, усидчивости, упорству и т.п.*{внутренняя атрибуция),*а можем приписать факту, что билет достался легкий, или что во время экзамена удалось воспользоваться шпаргалкой *{внешняя атрибуция).*

При изучении каузальной атрибуции психологи установили интересные закономерности. Так, причину успеха люди обычно приписывают себе, а неудачи — обстоятельствам. Оценка события будет различна в случаях, когда человек был участником или на­блюдателем. Исследования подтвердили, что ошибки атрибуции приводят к предубеждениям при объяснении поведения членов группы. Всегда оправдываются члены своей группы: «Он ответил отказом, потому что его вынудили обстоятельства». При объясне­нии тех же действий членов других групп люди говорят: «Он отве­тил отказом, потому что думает только о себе». Положительное поведение членов «чужой» (не своей) группы чаще всего не заме­чается или рассматривается как редкий, уникальный случай.

Примечательно, что знание закономерностей и ошибок кау­зальной атрибуции помогает сделать ее эффективной для налажи­вания взаимодействия.

**Стереотипизация**(от греч. *stereos typos —*твердый и отпечаток). Стереотип — это устойчивый образ какого-либо явления или че­ловека, складывающийся в условиях дефицита информации, другими словами, штамп, к которому мы обращаемся. Стереотипизация может складываться в результате обобщения личного опыта, к которому присоединяются сведения, полученные из книг, ки­нофильмов. Так, в кино, театре существует понятие «характерный герой» («герой-любовник», «злодей» и т.п.). Многие стереотипы передаются и развиваются в соответствии с образами, заложен­ными в наше сознание родителями.

Наиболее живучи, но не всегда верны этнические стереотипы. Например, стереотипные представления о вежливости и чопор­ности англичан, педантичности немцев, эксцентричности италь­янцев, «загадочности славянской души». Ярче всего этнические стереотипы проявляются в фольклоре, в частности в анекдотах.

Популярны и стойки профессиональные стереотипы. Не рабо­тая в конкретных сферах, мы не задумываясь говорим о точности математика, дисциплинированности военного, о том, что все коммерсанты — спекулянты, а чиновники — бюрократы. Иными словами, каждая профессия имеет свой штамп.

Стереотипное восприятие усиливается за счет хорошего или плохого настроения, самочувствия. Так, при плохом самочувствии люди и события воспринимаются в более негативном свете.

Общение становится возможным, если люди, вступающие во взаимодействие, могут оценить уровень взаимопонимания и дать себе отчет в том, что представляет собой партнер по общению. Это, в свою очередь, повышает культуру деловых отношений.

**Вопросы для самопроверки**

1. Какие психологические механизмы восприятия вам известны?

2. Раскройте сущность каждого механизма.

3. Какие «виды» атрибуции вам известны?

4. Покажите на собственных примерах, как «работают» виды атри­буций.

5. С какими закономерностями и ошибками атрибуций вы сталкива­лись в повседневной жизни?

6. Что такое стереотип и каково его значение в профессиональной деятельности?

7. Что входит в понятие «перцептивная сторона общения»?