2. Личность врача в коммуникативной деятельности. Социальная перцепция.

БГМУ кафедра педагогики и психологии

Профессор Амиров Артур Фердсович

ОБЩЕНИЕ КАК ВОСПРИЯТИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА

перцептивная сторона общения

900igr.net

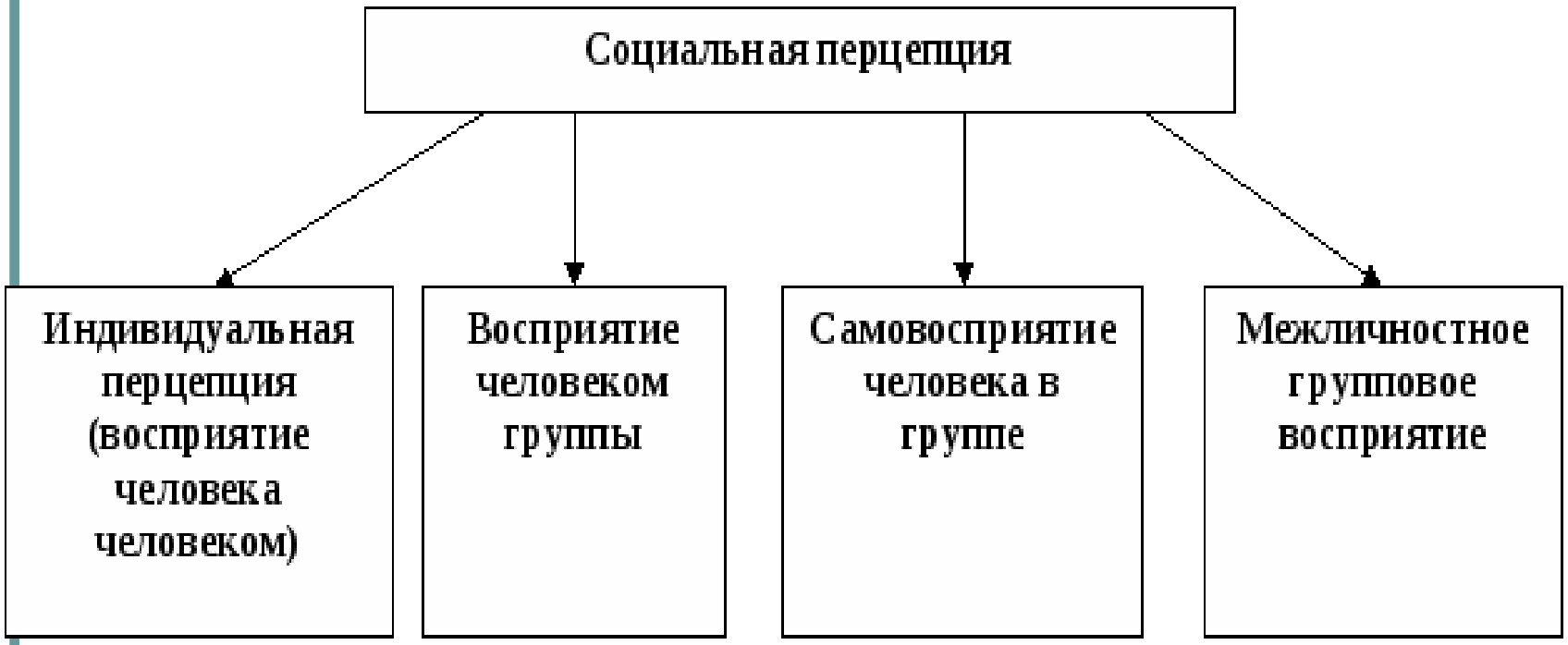
Социальная перцепция …

…восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов (других людей, самих себя, групп, социальных общностей и т.п.)

Термин ввел американский психолог Дж.Брунер в середине XX века.

Перцепция – умение подмечать и выделять различные свойства людей, проникать в их внутренний мир;

Направленность перцепции (восприятия)



Специфические черты социальной перцепции

Социальный объект (индивид, группа и т. д.) не пассивен и не безразличен по отношению к воспринимающему субъекту, как это имеет место при восприятии неодушевленных предметов.

Воспринимаемый человек стремится трансформировать представление о себе в благоприятную для своих целей сторону.

Специфические черты социальной перцепции

Внимание субъекта социальной перцепции сосредоточено чаще не на самом реальном образе отражения воспринимаемого объекта, а на смысловых, оценочных интерпретациях объекта восприятия и установках.

Специфические черты социальной перцепции

Восприятие социальных объектов характеризуется слитностью познавательных компонентов с эмоциональными (аффективным) компонентами восприятия и зависимостью его от мотивационно-смысловой структуры личности воспринимающего.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ

- **Когнитивный**
  Способность понять человека, его поступки и причины поведения, «проникнуть в его мысли».

Эмоциональный

Способность прочувствовать и оценить его эмоциональное состояние, «проникнуть в его душу».

Поведенческий- способность адекватно реагировать на слова и поступки партнера

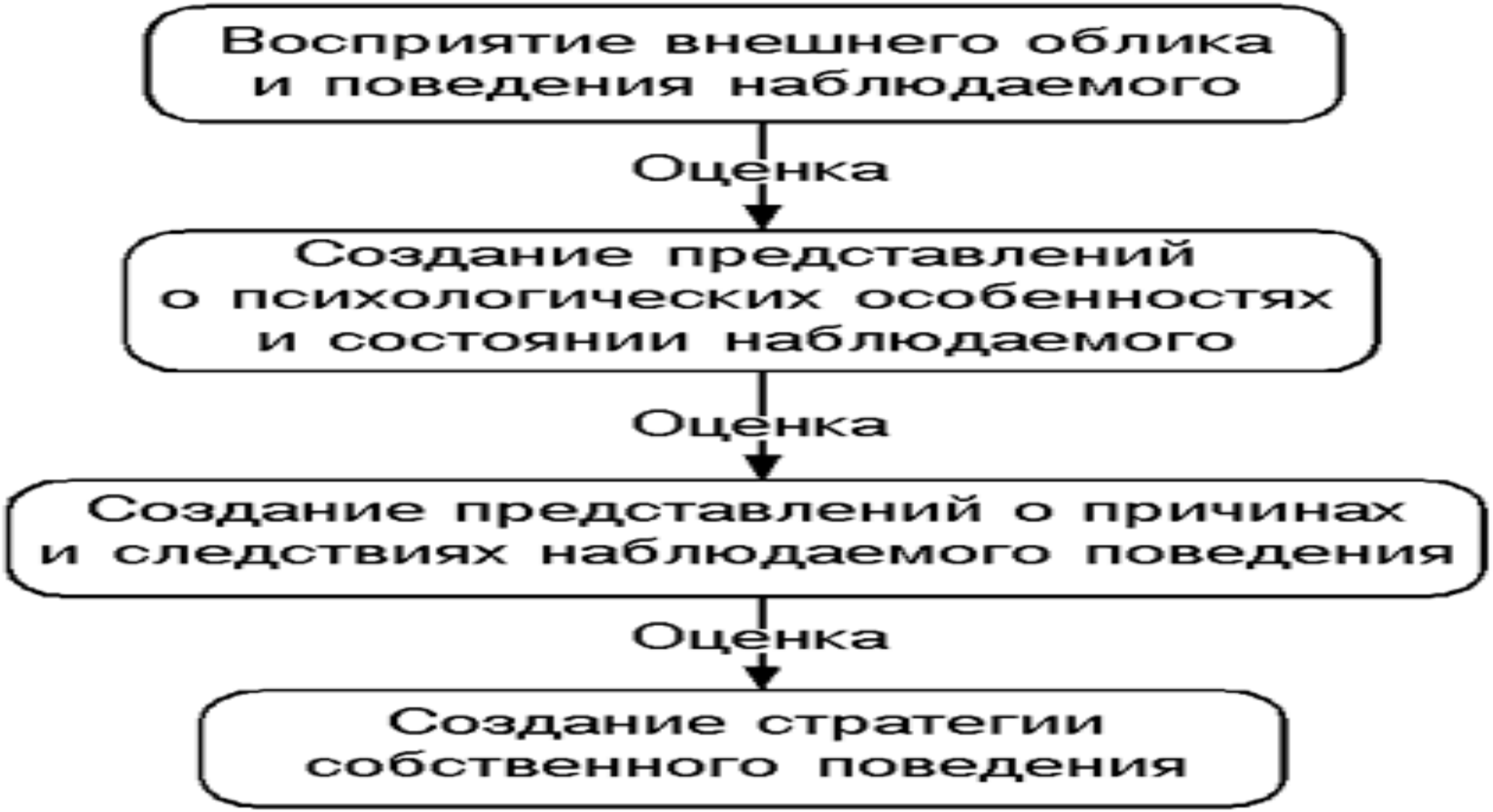
Основные функции перцептивной стороны общения КД

- В процессе социальной перцепции (восприятия) осуществляется *оценка* партнера, попытка понять причины его поступков, прогнозирование его поведения, создание собственной стратегии поведения.
- Поэтому, перцептивная сторона общения предлагает реализацию следующих **4-х *основных функций*:**

-оценка и познание партнера по общению;

-познание себя; -установление эмоциональных отношений;-организация деятельности.

Этапы социальной перцепции



Формирование первого впечатления

На первых этапах общения основная роль отводится различным устойчивым схемам восприятия образа, поступков и чувств другого человека.

Прежде всего это относится к формированию первого впечатления о партнере и связанных с этим процессом эффектах:

«Эффект ореола»

- **«Эффект ореола» проявляется в том, что** *общее благоприятное впечатление* приводит к позитивным оценкам и неизвестных качеств воспринимаемого и, наоборот, *общее неблагоприятное впечатление* способствует преобладанию негативных оценок.
- Данный эффект наиболее ярко проявляется в случае дифицита информации о партнере

«Эффект первичности»

- **«Эффект первичности»** касается значимости порядка поступления информации о партнере для составления мнения о нем. По отношению к незнакомому человеку более значимой оказывается первая информация о нем, полученная из первого источника

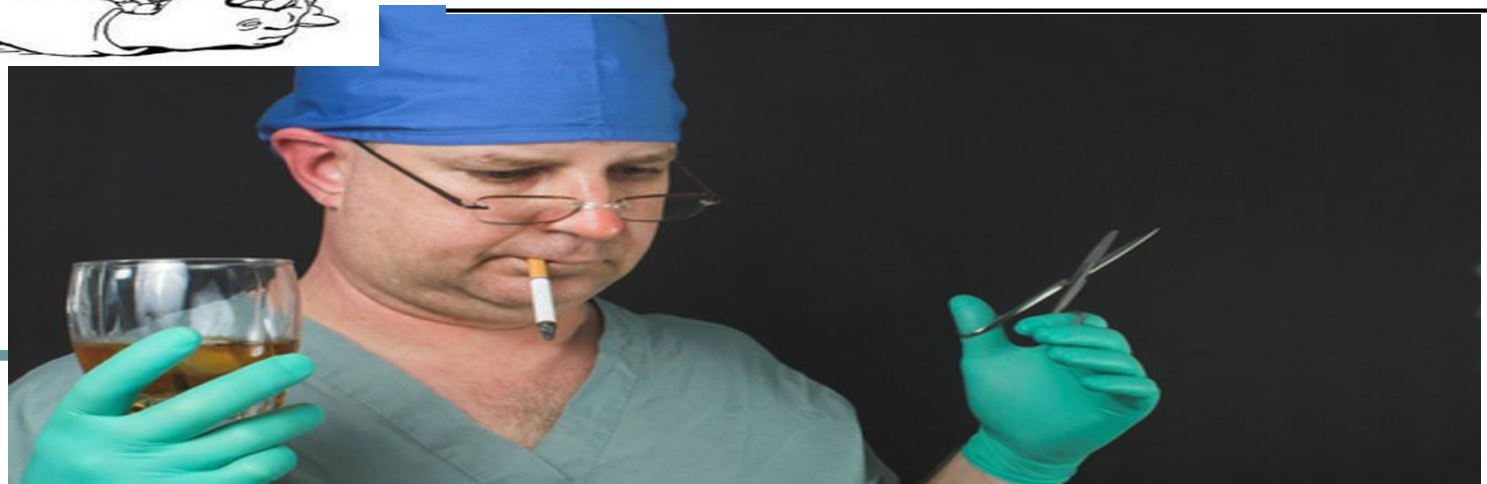
«Эффект новизны»

- **«Эффект новизны»** заключается в том, что по отношению более знакомому человеку наибольшей значимостью отличается последняя по времени поступления информация о нем.

«Эффект стереотипизации»

- **«Эффект стереотипизации»** - восприятие, классификация и оценка воспринимаемого партнера путем отнесения его к определенней социальной группе (этнической, профессиональной, возрастной) с присущими ей средними чертами.
- Стереотипизация возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта, в результате стремления делать выводы на базе ограниченной информации.
- Стереотипизация позволяет упростить и сократить процесс восприятия, хотя и не способствует точности образа. Чем ограниченнее прошлый опыт воспринимающего, чем он негативнее, тем вероятнее стереотипизация приведет к возникновению предубеждения.

Стереотипы



Эффект Пигмалиона

(феномен оправдывающихся ожиданий)

Пигмалион и Галатея

это явление, которое состоит в том, что человек, убежденный в верности той или иной информации, непроизвольно ведет себя таким образом, что данная информация получает подтверждение.

- **Царь Кипра, греческий скульптор Пигмалион, по легенде, создал статую девушки удивительной красоты И чем дольше любовался** он делом своих рук, тем больше находил в нем замечательных достоинств. Вскоре Пигмалиону стало казаться, что ни одна из земных женщин не способна сравниться со статуей, которую он изваял. Назвав свое творение Галатеей, Пигмалион проводил дни и ночи напролет, восхищаясь красавицей из слоновой кости, любуясь ее нагими прелестями, одаривая ее щедрыми дарами, шепча нежные слова любви…
В день праздника влюбленный скульптор обратился к Афродите со страстной мольбой оживить его любимую, и богиня любви откликнулась на его просьбу. Не помня себя от счастья, помчался Пигмалион в свою мастерскую, где ждала его прекраснейшая из женщин. Живая, теплая и любящая – Галатея оказалась именно такой, какой и хотел видеть ее тот, кто ее придумал. Пигмалион получил то, что хотел, - его вера и страстное желание помогли мечте воплотиться в реальность. Подобный психологический феномен оправдывающихся ожиданий и лежит в основе эффекта Пигмалиона.

Эффект каузальной атрибуции

- **Каузальная атрибуция** (от лат. *causa* — причина лат. *attributio* — приписывание) — феномен межличностного восприятия. Заключается в интерпретации, приписывании причин действий другого человека особенно в условиях дефицита информации о действительных причинах его действий.

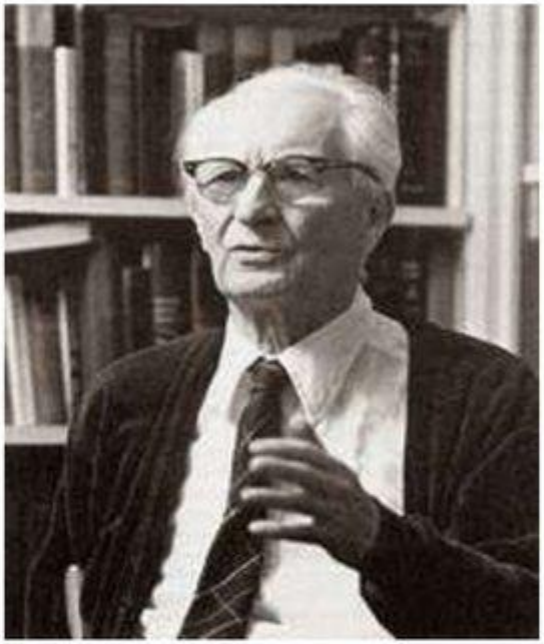
  Мера и степень атрибуции зависят от двух показателей:

- соответствие поступка **ролевым** ожиданиям — чем больше соответствие, тем меньше дефицит информации, следовательно, степень приписывания будет меньше;
- соответствие действия культурным нормам.

Понятие каузальной атрибуции было сформулировано в середине 20 века американскими социальными психологами:

Гарольд Келли

Фриц Хайдер



Ли Росс

Эффект каузальной атрибуции

Чем меньше мы о человеке знаем, тем более склонны ему что-либо приписывать, придумывать о нем.

Если свои успехи мы чаще приписываем себе, неудачи объясняем сложившейся ситуацией, то для чужих успехов и неудач - всё с точностью наоборот.

Пример: «Мы опоздали на поезд, потому, что ты долго собиралась. Нет потому, что ты поздно вызвал такси……»

Эффект каузальной атрибуции

- Г. Гибш и М. Форверг в ходе изучения процесса каузальной атрибуции, обратили внимание на то что, схожесть собственного и чужого представлений об одном человеке, значительнее в группах, связанных единой системой ценностей и деятельности.

- К примеру, исследование показало, что существующие представления о пациентах и сущности их поведения у врачей разных больниц значительно не расходятся (Ганс Гибш).

Эффект авторитета

Врач может скорее убедить человека отказаться от курения, чем коллега по работе.

По этой же причине реклама, стремящаяся увеличить спрос на косметику или моющие средства, часто прибегает к услугам знаменитых спортсменов, телеведущих или кинозвезд.

Авторитет врача играет большую роль в установлении оптимального психологического контакта с больным, а следовательно, во многом определяет эффективность лечения. Хороший контакт, установленный между больным и врачом имеет исключительно важное значение на всех этапах лечебного процесса.

Отсутствие такого контакта может быть одной из основных причин неверной диагностики и безуспешного лечения.

Механизмы социальной перцепции

- **Механизмы социальной перцепции** – это способы, посредством которых люди интерпретируют и оценивают других людей.

Основные механизмы социальной перцепции

Идентификация

- такой способ познания другого, при котором предположение о его внутреннем состоянии и возможном поведении строится, на основе попытки поставить себя на его место, т.е. уподобить себя другому.

Врач добивается временного «соединения» с пациентом, чтобы прочувствовать эмоциональное состояние и переживания больного.

Идентификация

- **На механизм индентификации первым** обратил внимание Дж. Холмс и описал его на примере общения неких Джона и Генри.
- **Дж. Холмс доказал, что в действительности в ситуации общения участвуют как минимум шесть человек: Джон, каков он есть на самом деле; Джон, каким он сам видит себя; Джон, каким его видит Генри. Соответственно такие же “позиции” со стороны Генри.**

Впоследствии Т. Ньюком и Ч. Кули усложнили ситуацию до восьми персон, добавив еще: Джон, каким ему представляется его образ в сознании Генри, и соответственно тоже для Генри.

Эмпатия

- **Эмпатия** (от греч. empatia — сопереживание) - постижение эмоционального состояния другого. Ситуация партнера по общению не столько «продумывается», сколько «прочувствуется».
- **ЭМПАТИЯ** — проникновение в чувства, в состояние и переживания другого человека (сочувствие, соучастие, солидарность, сожаление, сопереживание, сорадость, сострадание, соболезнование).
- Термин «эмпатия» введен в психологию Э. Титченером (1909г.).

Сочувствие как особая форма эмпатии

Слова не нужны….

Проявление эмпатии – тактильный контакт

- Среди всех видов межличностной коммуникации именно тактильные ощущения являются наиболее эффективным источником информации о партнере.
  Прикосновения являются проявлением эмпатии, симпатии, духовного родства и воспринимаются непосредственно. Нуждается в дозировании.

Эмпатия

Различают

- эмоциональную эмпатию, основанную на механизмах *проекции* и подражания моторным и аффективным реакциям другого человека;
- когнитивную эмпатию, базирующуюся на интеллектуальных процессах (сравнение, аналогия и т. п.);
- предикативную эмпатию, проявляющуюся как способность человека предсказывать аффективные реакции другого в конкретных ситуациях.
- **В качестве особых форм эмпатии выделяют к примеру: сопереживание — переживание субъектом тех же эмоциональных состояний, которые испытывает другой человек, через отождествление с ним; сочувствие — переживание собственных эмоциональных состояний по поводу чувств другого.**

Рефлексия

- **Рефлексия** - осознание человеком того, как он воспринимается партнером по общению. Рефлексия - процесс самопознания субъектом внутренних психических актов и состояний в коммуникациях и совместной деятельности. Важную роль в становлении личности врача играет рефлексивная практика.

Взаимопонимание

- Взаимопонимание между отдельными людьми предполагает познание, осмысление интересов и позиций друг друга.
- Познание личности является сложным и динамичным процессом. Его структурные элементы:
- восприятие внешнего облика;
- предположительное соотнесение внешних признаков с личностными качествами;
- объяснение поведения, поступков, формирование первого впечатления;
- понимание личности другого.

Взаимопонимание

- Взаимопонимание достигается только при активном и внимательном слушании, стремлении обменяться информацией, предоставить другому достаточную автономию, вести разговор на паритетных началах.
- Взаимопонимание устанавливается полнее, если происходит обмен мнениями, опытом, ценностными ориентациями, проявляется **эмпатия** и уважение друг к другу.

Барьеры на пути к взаимопониманию

- **Барьеры на пути взаимопониманию**. Их очень много:

антипатии, необщительность, молчаливость, недоверие, предубеждения, предвзятость, ревность, авторитарность, нереальное видение другого - только как хорошего или только как плохого человека.

Экспектация (ожидания от человека)

- Клятва Гиппократа – выражает основополагающие морально-этические принципы поведения врача (впервые записана Гиппократом в эллинистической Александрии ок. 300 г. до н. э)
- Международная клятва врача или более известная как «Женевская Декларация Всемирной Медицинской Ассоциации» (1948). Есть не что иное, как современный аналог клятвы Гиппократа. Содержит восемь принципов поведения врача.
- Хельсинская декларация этических принципов проведения медицинских исследований с участием людей (1964). Хельсинкская декларация делает акцент на информированном согласии, тем не менее, допуская согласие представителя субъекта исследования, при условии, что он является недееспособным лицом.
- Кодекс врачебной этики Р.Ф. Одобрен Всероссийским Пироговским съездом врачей 7 июня 1997 г.

Экспектация

- В отличие от официальных регуляторов поведения (кодексов, предписаний, должностных инструкций и т.д.), ожидания, основанные на традиционных и **стереотипных** представлениях могут носить неформализованный и не всегда осознаваемый характер, когда люди следуют социальным ролям.

(Пример: Стэнфордский тюремный эксперимент Ф.Зимбардо)

Самопрезентация

Деятельность и поведение, направленное на создание благоприятного впечатления о себе (самопредъявление, самоподача, управление впечатлением – impression management, self-presentation)

Виды самопрезентации:

приобретающая (мотивация достижения)

защитная (избегание неудач)

Самопрезентация врача

Врач **может заслуживать доверие больного в том случае, если он гармоничен, спокоен, уверен, но не надменен, его манера поведения настойчивая и решительная, сопровождающаяся человеческим участием и деликатностью**

Д**ля возникновения доверия к медицинскому работнику важно первое впечатление пациента от встречи с ним. Сюда относится мимика медицинского работника, его жестикуляция, тон голоса, выражение лица, манера разговора, а также его внешний вид**

Социальное восприятие и социальное познание

Восприятие другого человека – это:

- восприятие не только физических, но и поведенческих характеристик;
- формирование представления о его намерениях, мысл… способностях, эмоциях, установках;
- формирование представлений об отношениях, связывающих субъекта и объекта восприятия;
- и интерпретация на этой основе его поступков.

Процесс восприятия другого человека включает познавательные процессы. Роль познавательных процессов точнее отражает термин «**познание другого**».

Восприятие и оценка партнерами друг друга всегда субъективны и нередко подвержены изменениям в зависимости от конкретных условий

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

профессор Амиров Артур Фердсович