

---

**Тема:**

**«Процессы восприятия и управление  
впечатлением»**



**MBA Start**  
Бизнес-образование  
без границ

**Конспект видеолекции**

## Оглавление

Введение .....	4
Раздел 1. Общие представления о восприятии и ощущении.....	5
1.1. Ощущение.....	5
1.2. Восприятие .....	6
Раздел 2. Подходы к изучению восприятия в исторической перспективе .....	10
2.1. Эмпиризм .....	10
2.2. Структурализм .....	11
2.3. Гештальт-психология. Конструктивизм .....	11
2.4. Экологический подход.....	12
2.5. Информационный подход.....	13
2.6. Нейрофизиологический подход. Когнитивная нейрология.....	13
2.7. Восприятие в эволюционном аспекте .....	15
Раздел 3. Функционирование сенсорных систем человека.....	16
3.1. Абсолютный порог и обнаружение слабых сигналов .....	16
3.2. Дифференциальный порог .....	19
3.3. Визуальная система .....	20
3.4. Аудиальная система. Слух и физические характеристики звуковых волн.....	29
Раздел 4. Социальное и межличностное восприятие.....	33
4.1. Понятие социальной перцепции.....	33
4.2. Понятие межличностной перцепции.....	34
4.3. Идентификация и рефлексия.....	36
4.4. Изучение межличностной перцепции. Атрибуция .....	37
4.5. Каузальная атрибуция.....	38
4.6. Эффекты «ореола», «первичности» и «новизны».....	40
4.7. Стереотипы в общении .....	41
4.8. Проблема точности восприятия человека человеком.....	41
4.9. Аттракция.....	44
4.10. Зависимость восприятия от сенсорной системы .....	45
4.11. Речь.....	48
4.12. Метапрограммы .....	49

---

Раздел 5 Управление впечатлением .....	54
5.1. Понятия самопрезентации и управления впечатлением .....	54
5.2. «Драматургическая» концепция Ирвинга Гофмана .....	55
5.3. Самопрезентация и ее тактики .....	57
5.4. Самомониторинг .....	58
5.6. Этический аспект самопрезентации .....	60
Приложение.....	62
Глоссарий.....	65
Список рекомендуемой литературы .....	71

## Введение

**Когнитивная система** (лат. *cognitio* - знание, познание) представляет собой механизм приобретения, преобразования, репрезентации, хранения и воспроизведения знаний. Ее функционирование начинается с любого процесса приобретения информации как из внешнего, так и из внутреннего (организменного) мира, а соответствующим инструментом при этом являются рецепторы-сенсоры зрения, слуха, обоняния, вкуса, осязания (тактильная, болевая, температурная, вестибулярная (гравитационная) чувствительность, давление - то, что относится к кинестетической репрезентативной системе).

На протяжении тысячелетий мыслители пытаются составить представление о том, как происходит восприятие реальности, однако научное изучение данной проблематики насчитывает немногим более ста лет (можно считать, что именно открытие первой психологической лаборатории в Лейпциге Вильгельмом Вундтом в 1879 году знаменовало собой рождение не только научной психологии, но и научной, экспериментальной традиции изучения процесса восприятия).

Подводя итоги этого длительного познавательного процесса, можно констатировать, что мы на удивление мало знаем о процессах и механизмах, лежащих в основе восприятия нами информации. Принципиальный вопрос можно сформулировать следующим образом:

*Как наши органы чувств приобретают, преобразуют и сохраняют информацию об окружающем мире?*

Разные авторы дают множество ответов, каждый из которых отражает их собственное видение этой проблемы. Однако до настоящего времени не появилось систематической, интегрированной концепции, каким образом окружающая среда взаимодействует с человеческими органами чувств и как последние, в свою очередь, трансформируют, структурируют и обрабатывают стимуляцию, превращая ее в восприятие. Обсуждение этих вопросов требует междисциплинарного подхода. В контексте настоящего исследования мы будем широко опираться на одно из лучших современных энциклопедических изданий - работу **Харви Шиффмана "Ощущение и восприятие"**.

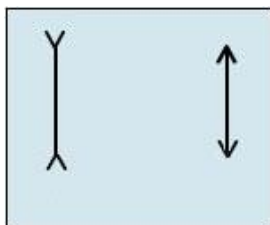
## Раздел 1. Общие представления о восприятии и ощущении

### 1.1. Ощущение

С методологической точки зрения можно сформулировать **два фундаментальных вопроса**.

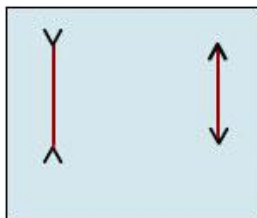
1. Все знания о реальности зависят от наших сенсоров, поэтому существует неразрывная связь между окружающим миром и нашей осведомленностью о нем. Но как информация о действительности становится нашими знаниями о ней? Или иными словами: как все качества, свойства и характеристики объектов мира оказываются представленными и заново воссозданными (репрезентированными) в сознании таким образом, что субъект воспринимает их как реальные предметы, имеющие определенный смысл?
2. Осознание окружающей реальности представляется настолько осязаемым, конкретным и реальным, что субъект считает (верит), что действительность должна существовать именно в том виде (форме), в каком мы его воспринимаем, либо, в крайнем случае, наше восприятие соответствует миру. Однако сколь велико соответствие физического объективного мира субъективному, внутренне репрезентированному образу, созданному нашими ощущениями? Поиски ответа на последний вопрос являются источником существования философии испокон веков (а заодно гарантируют и ее безбедное существование в будущем!).

Вспомним простую и ставшую уже классической **иллюзию Мюллера-Лайера**:



**Рис. 1.1 Иллюзия Мюллера-Лайера. Сравните длину отрезков**

Две вертикальные линии кажутся неравными по длине, однако, вопреки тому, что воспринимают наши органы чувств (в данном случае зрение), линии равны между собой. Таким образом, поскольку наши знания о реальности зависят от наших рецепторов восприятия (органов чувств), необходимо отдавать отчет в том, что мир, созданный нашим восприятием, далеко не всегда соответствует объективному физическому миру. Более того, экспериментально показано, что источники сенсорной информации нередко ввергают нас в ошибки и системные искажения, что дает неверную репрезентацию (образ) реальности.



**Рис. 1.2 Иллюзия Мюллера-Лайера. Сравните длину отрезков**

Ощущением обычно называют начальные процессы обнаружения и кодирования энергии физического мира.

Потенциальными энергетическими сигналами среды являются свет, давление, тепло, химические вещества и т.п., а человеческие органы чувств получают эту энергию и трансформируют ее в биоэлектрический нейронный сигнал, который передается в мозг. В реализации этой начальной стадии познания мира участвуют специальные нейронные единицы - рецепторные клетки (сенсоры), реагирующие на тот или иной вид энергии. Очень важным является вопрос о том, как именно сенсорный опыт связан и с внешним стимулированием, и с функционированием соответствующего сенсора.

Под ощущениями как таковыми понимают непосредственные, фундаментальные, прямые контакты определенного рода.

Иными словами, они дают знание о качестве и характеристических признаках окружающих предметов и явлений, таких как "тяжелый", "громкий", "теплый", "зеленый", и это знание, как правило, является результатом воздействия простого, изолированного раздражителя.

## 1.2. Восприятие

Восприятие является результатом психологических процессов, в которых задействованы такие понятия, как распознавание, смысл, взаимосвязи, контекст, субъективная оценка, предшествующий опыт субъекта, а также его память.

В соответствии с этим различием между ощущением и восприятием глаза могут зафиксировать ряд быстро сменяющихся друг друга на мониторе цветных изображений (это работа ощущения), но то, что мы видим на экране, воспринимаем благодаря ему, представляет собой изображение зрительных событий, в которых предметы взаимодействуют между собой в пространстве. Аналогично внешний звуковой раздражитель заставляет вибрировать барабанные перепонки с определенной амплитудой, создавая узнаваемую его особенность, например, громкость, но мы слышим или воспринимаем разговор или мелодию.

**Следовательно, восприятие включает в себя систематизацию, интерпретацию и осмысление информации, поступающей от сенсорных систем. Иными словами, восприятие представляет собой результат упорядочения ощущений и превращение**

**их в знание о предметах и событиях окружающего мира.**

Определив эти различия, следует отметить, что они имеют, скорее, историческое, нежели практическое или функциональное значение. Беря в руки знакомый предмет - книгу или карандаш, - обращаем ли мы внимание на то давление, которые они оказывают на пальцы, независимо от того, каков предмет на ощупь? Таким образом, **ощущение и восприятие представляют собой взаимосвязанные и неразделимые процессы.**

Как правило, лишь в контролируемых лабораторных условиях можно инициировать изолированные ощущения, не имеющие ни смысловой, ни контекстуальной нагрузки и не связанные с предшествующим опытом испытуемого. Резюмируя изложенное, можно считать, что результатом воздействия окружающей среды обычно является полезная для организма информация, - сравнительная часть которой - простая информация общего характера (например, громкость звука), а часть - более сложная (например, информация, связанная с идентификацией звука).

Все наши знания о находящейся вне нас реальности являются в первую очередь результатом ощущений и восприятий. Наши сенсоры - это единственный механизм обнаружения энергетических и химических сигналов, посылаемых средой, и именно на их основе субъект воспринимает и оценивает действительность. Иными словами, наши знания о мире и внутреннее ощущение физической реальности проистекают из полученной человеком сенсорной информации. Как человек получает информацию о происходящем вокруг? Он постоянно находится в курсе сенсорных событий - зрительных образов, осязательных ощущений, запахов. Если лишиться одного или нескольких сенсоров, субъект сможет приспособиться и обходиться без потерянного, однако при этом его осведомленность об окружающей среде соответственно уменьшится.

## **Восприятие как проблема**

Как правило, мы не осознаем, что восприятие - это проблема, до тех пор, пока не столкнемся с чем-то необычным.

Поскольку существует бесконечное число возможных трехмерных форм, дающих одну и ту же проекцию на плоскость (одну и ту же картину), восприятие может быть неточным и неоднозначным. Замечательно как раз то, что нас так редко беспокоит и обманывает неоднозначность оптической проекции объектов на сетчатке глаза. На обычные объекты в нормальных условиях мы смотрим обоими глазами; так как каждый глаз получает несколько иную проекцию объекта, многие глубинные формы воспринимаются однозначно. К тому же с помощью движений головы мы (сходным образом) избавляемся от неоднозначности. Однако ни тот, ни другой способ не годятся для восприятия глубины на картинах - и все же мы воспринимаем глубину на картинах, в основном, однозначно. Есть, впрочем, и исключения. Эти исключения показывают, как реагирует мозг в тех случаях, когда не удается прийти к **единственному решению.**

Наиболее известный пример такого рода - каркасный куб, нарисованный без соблюдения

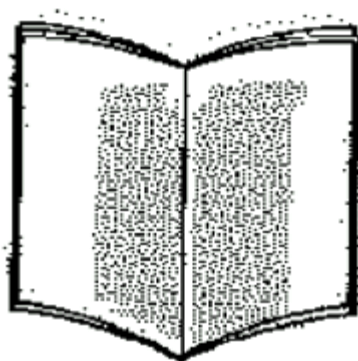
правил перспективы (ближняя и дальняя грани куба одинакового размера), - куб Неккера. Швейцарский кристаллограф Л.А. Неккер описал свой куб в 1832 году. Ретинальное (т.е. расположенное на сетчатке глаза) изображение такого куба получается при проекции с любой из двух разных позиций. Поэтому здесь одинаково возможны два разных ответа на один и тот же вечный вопрос перцепции: что есть этот предмет и где он находится (в данном случае, например, впереди или сзади находится голубая грань)? Мозг, не давая окончательного ответа в этой неясной ситуации, принимает поочередно каждую из двух возможных гипотез.

Перспектива отсутствует - **разницы в размерах граней нет**. При наблюдении фигура спонтанно (самопроизвольно) "переворачивается": одна объемная проекция сменяется другой. По-видимому, в данном случае имеется не одно, а два равноправных решения перцептивной проблемы: что есть данный объект? Мозг "пробует" каждую из этих гипотез поочередно, не останавливаясь окончательно ни на одной из них.



**Рис. 2. Куб Неккера. Это плоскостная проекция куба, видимого с очень большого расстояния**

Другой пример аналогичного характера - каркас полуоткрытой книги, **фигура Маха**.



**Рис. 3. Фигура Маха**

Еще один пример самопроизвольно переворачивающейся фигуры. Она похожа на книгу, обращенную к Вам то раскрытыми страницами, то корешком обложки.

**Глубинная неоднозначность** - лишь одна из форм перцептивной неоднозначности. Неясным может оказаться и то, что представляет собой объект, показанный на картине или спроецированный оптикой глаза на сетчатку. А иногда вообще непонятно, содержит ли данная картина (данное изображение) какой-нибудь объект. Так, глядя на "абстрактную" картину, мы подчас далеко не уверены в том, что художник вообще хотел изобразить какие бы то ни было предметы - пусть даже весьма условно. Впрочем, быть может, он и не хотел этого.

Да это и не обязательно. Даже в чернильных пятнах содержатся намеки на формы предметов. Этот факт положен в основу одного из специальных тестов исследования личности - **теста Роршаха**.



**Рис. 4. Что здесь изображено? Клякса или предмет? Тест Роршаха**

Это один из тестов, характеризующих личность. **Роршах** предложил его, основываясь на том, что наш мозг стремится увидеть предметы даже в фигурах с очень нечеткой структурой. Куб Неккера дает только две альтернативы восприятия. Клякса содержит бесчисленное множество таких альтернатив, причем ни одна из них не довлеет над другими. Поэтому каждый выбирает "объект", представляющий для него лично наибольший интерес, - в этом проявляются индивидуальные особенности восприятия и другие свойства личности. Так, облака иногда похожи на лицо человека, или на корабль, или еще на что-нибудь. Намеренно (или случайно) можно создать картину, в которой "одно и то же" видно как два разных объекта.

Наиболее известный пример такого рода показан на рисунке - это **картина американского психолога Э.Дж. Боринга**.



**Рис. 5. Э.Боринг. "Неоднозначная теща"**

На этом рисунке можно увидеть то портрет молодой девушки, то лицо старухи, причем когда воспринимается один объект, совершенно "исчезает" другой. Девушка на картине видна в профиль; ресницы одного глаза осеняют щеку, на шее у нее - черная лента. Когда на картине "возникает" старуха, то подбородок девушки превращается в громадный нос, а черная лента, окружавшая шею девы, - в узкую щель жесткого рта. Очень любопытно наблюдать за своими ощущениями во время альтернативного восприятия ("вывертывания") этой картины. Значение каждого элемента картины меняется столь разительно, что трудно поверить в объективную неизменность рисунка: один рисунок как будто незаметно и ловко подменяют другим.

## **Раздел 2. Подходы к изучению восприятия в исторической перспективе**

### **2.1. Эмпиризм**

Интерес к дискуссионным вопросам, связанным с ощущением и восприятием, восходит к истокам античной философии. Еще Аристотель (384-322 гг. до н.э.) считал, что все знания об окружающей реальности человек получает благодаря опыту, приобретенному им через ощущения. Кроме того, он создал существующую до сих пор базовую классификацию, включающую пять чувств - зрение, слух, вкус, обоняние и осязание.

Представление о том, что знания являются результатом опыта, приобретаемого благодаря чувствам, стали плодотворным направлением философской мысли XVII и XVIII столетий, получив название эмпиризма. Последний исходит из того, что **единственным источником знаний об окружающем мире является чувственный опыт, то есть то, что мы получаем благодаря нашим сенсорам.** Наиболее известные эмпирики XVI - середины XVII веков - Томас Гоббс (1588-1679), Джон Локк (1632-1704), Джордж Беркли (1685-1753) - отстаивали мысль о том, что все знания являются результатом обучения, ассоциаций и опыта, которыми мы обязаны **чувствам.** В соответствии с локковской трактовкой эмпиризма, изначально человеческий разум представляет собой *tabula rasa* –

чистую доску, на которой в дальнейшем фиксируется опыт, приобретаемый с помощью чувств.

**Джордж Беркли** ставил под сомнение само существование окружающего мира и считал, что мир существует только в нашем восприятии. Иными словами, если мы не ощущаем мира предметов, то его и нет.

Современная трактовка эмпиризма подчеркивает роль чувственного опыта в противоположность научению или врожденным факторам в овладении, например, пространственным восприятием или восприятием речи.

## 2.2. Структурализм

**Структурализм.** Его основоположником можно считать Вильгельма Вундта, заложившего основы структурализма в 1879 г., при создании психологии как экспериментальной науки. Как в естественных науках основное внимание было сосредоточено на изучении структуры базовых элементов материи (атомов, молекул, клеток), так и В. Вундт и Эдуард Титченер (1867-1927) поставили проблемы изучения структуры восприятия, то есть решили выявить базовые элементы сознательного опыта, а именно простейшие ощущения. В соответствии с интерпретацией структуралистов, каждая точка в образованной точками линии вызывает одиночное элементарное ощущение, и восприятие фигуры обусловлено их суммацией. Сегодня мы знаем, что восприятие аспектов окружающего мира происходит не так, однако именно структурализм заставил задуматься над ролью базовых, фундаментальных сенсорных модулей, и до некоторой степени он соответствует ряду современных представлений, базирующихся на элементарной природе ощущения и восприятия.

## 2.3. Гештальт-психология. Конструктивизм

Гештальт-психология (В. Келлер, М. Вертгеймер, К. Коффка). Это направление возникло как негативная реакция на структурализм в Германии примерно в 1910г., подвергнув критике представления структуралистов о восприятии как о комбинации отдельных ощущений, которые можно разложить на простейшие элементы. С точки зрения гештальтистов, структурный анализ игнорирует существенный фактор восприятия - **взаимосвязь** между раздражителями.

*Так, восприятие треугольника является, скорее, результатом взаимного расположения трех точек, нежели суммой их сенсорных эффектов. Восприятие треугольника, когда представлены только три точки, - яркая иллюстрация целостного и связного восприятия гештальта, то есть восприятия единой интегрированной фигуры, а не простой суммы элементов. Наши знания об окружающем мире являются результатом, скорее, такого восприятия. Вспомним какую-нибудь мелодию. Ее исключительность заключается в связи между нотами. Именно это делает мелодию узнаваемой, более того, до тех пор, пока эта связь остается постоянной, мелодия, даже транспонированная в другую тональность,*

продолжает оставаться узнаваемой.

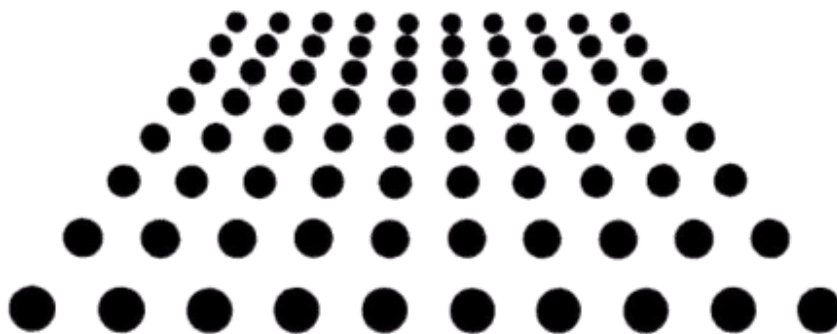
**Кредо гештальтистов: "Целое не есть простая сумма его частей".**

**Конструктивизм.** Этот подход, исходящий из эмпиризма, подчеркивает активную роль наблюдателя в процессе восприятия. Восприятие есть нечто большее, чем простая констатация самого факта воздействия раздражителя. Воспринимаемое нами в любой момент представляет собой ментальную конструкцию (когнитивную репрезентацию), основанную на наших познавательных стратегиях, нашем предшествующем опыте, пристрастиях, ожиданиях, мотивации, внимании и т.д. Иными словами, конструктивизм основан на том, что наблюдатель конструирует или даже "выводит" восприятие рациональным путем из интерпретации поступающих к нему извне сведений. **Принципиальной является идея о том, что возникновению восприятия предшествует конструирование, осознание связи между явлениями и событиями физической реальности, ее опосредование.**

## **2.4. Экологический подход**

**Экологический подход** был разработан Джеймсом Дж. Гибсоном (1904-1979). Он предположил, что внутренние мыслительные процессы играют в восприятии незначительную роль либо вовсе в нем не участвуют. Основой его подхода является идея о том, что, перемещаясь в окружающем мире, наблюдатель *непосредственно* усваивает информацию, необходимую для эффективного адаптивного восприятия. В соответствии с его представлениями, **сигнал, который посылает внешний мир, - информация, поступающая в виде зрительного образа, - содержит все необходимые сведения, вполне достаточные для непосредственного восприятия физического мира, поэтому нет необходимости ни в каком-либо посредничестве, ни в его дополнительной обработке.** По мнению Гибсона, изменения визуальной текстуры поверхностей являются важным источником пространственной информации. Как правило, предметы, лежащие на уходящей вдаль поверхности, воспринимаются нами как трехмерные. Получение непосредственной пространственной информации является результатом проецирования на сетчатку зернистых, или текстурированных, поверхностей. По мере того как расстояние между наблюдателем и поверхностью увеличивается, создается впечатление, что элементы, образующие текстуру поверхности, уменьшаются и все вместе формируют более плотную, гладкую поверхность. Напротив, при уменьшении расстояния между наблюдателем и поверхностью образующие ее элементы начинают казаться более крупными, а сама поверхность - более грубой.

Вторым источником непосредственной информации, касающейся пространственного восприятия, является способ восприятия изображения глазами в тот момент, когда наблюдатель или объекты меняют свое положение в пространстве или приходят в движение. Характер изменений в изображениях, перемещающихся перед глазами, создает немедленное, непосредственное впечатление о пространственном расположении объектов относительно наблюдателя, и не требуется ни обработки информации, ни анализа сигналов о глубине или расстоянии.



**Рис. 6. Впечатление перспективы при конвергенции и уменьшении размера объектов**

Ряды, состоящие из точек (равно как и сплошные линии), воспринимаются в перспективе, если постепенно сближаются (конвергируют). Обычно конвергирующие линии (ряды) благодаря перспективному сжатию изображения с увеличением расстояния вызывают впечатление глубины. На этом рисунке ряды точек воспринимаются, скорее, как объекты, расположенные в трехмерном пространстве, чем как точки, лежащие в ровной плоскости страницы.

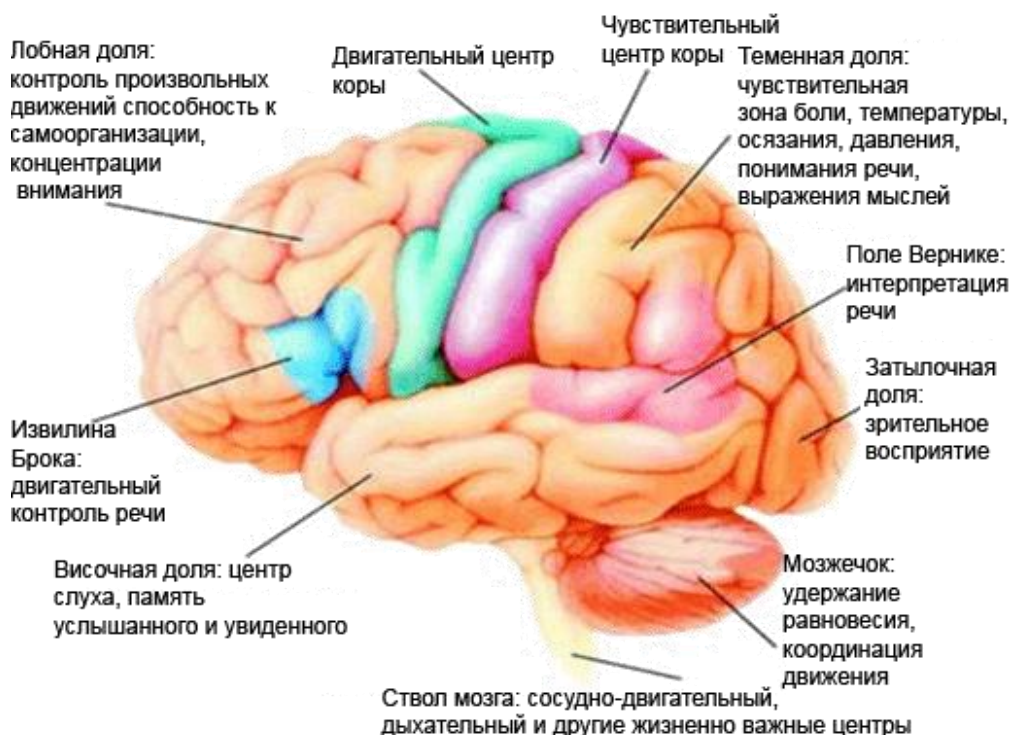
## **2.5. Информационный подход**

**Информационный подход** связан с работами Дэвида Марра (1945-1980). В данном случае реализуется точный анализ визуального восприятия, ориентированный на применение математики, базирующийся на компьютерных имитациях и искусственном интеллекте. Развивается основная мысль Гибсона о том, что **окружающая среда снабжает нас всей информацией, необходимой для восприятия, но также предполагается, что восприятие таких характеристик, как форма или очертания, требуют от наблюдателя некоего дополнительного действия в виде решения проблемы или обработки информации, передаваемой сигналом извне, а именно извлечение из зрительного образа предмета в символической форме некоторых его черт, например, линий, краев, границ, контуров, движения и других признаков.** Подобная информация обрабатывается и трансформируется в представления, отображающие изменения в затененности, освещенности и в других более тонких особенностях текстуры поверхности во многом так же, как компьютерная программа позволяет машине интерпретировать отобранную сенсорную информацию и принимать решения, касающиеся отличительных признаков предметов, например, формы или очертаний. Это относительно новый подход, основанный на современном компьютерном моделировании.

## **2.6. Нейрофизиологический подход. Когнитивная нейрология**

**Нейрофизиологический подход** исходит из того, что такие явления, как ощущение и восприятие, лучше всего объясняются известными нейронными и физиологическими механизмами функционирования сенсорных систем. Его сторонники склонны к

редукционизму, в соответствии с которым понимание разнообразных, безусловно, сложных форм подведения возможно только при изучении лежащих в их основе биологических процессов (можно обнаружить в этом процессе некое подобие структурализма, в данном случае сведение к физиологическим механизмам). Однако одних нейрофизиологических механизмов недостаточно для объяснения разницы, существующей, например, между действием раздражителя на глаз и возникающим в результате этого сознательным восприятием.



**Рис.7. "Карта" головного мозга человека**

**Когнитивная нейрология** изучает на нейронном уровне обеспечение мозгом таких сложных форм человеческой деятельности, как мышление и восприятие. Это междисциплинарная область науки, которая возникла на базе экспериментальной и когнитивной психологии, нейрологии и информатики. Этот подход исходит из того, что высшие процессы познания и восприятия представляют собой результат взаимодействия простых мыслительных процессов, каждый из которых, в свою очередь, является следствием нейронной активности той или иной части мозга. Именно поэтому изучение активности взаимосвязанных нервных окончаний, расположенных в разных отделах мозга, может способствовать лучшему пониманию сложных познавательных процессов. Основная задача когнитивной нейрологии - объяснить с помощью экспериментальных методов роль этих нервных окончаний в таком процессе, как восприятие. Основой направления является широкое использование различных методов, наглядно представляющих деятельность различных участков мозга в то время, когда они проявляют специфическую когнитивно-перцептивную активность, то есть методов, позволяющих наблюдать за работающим мозгом.

## 2.7. Восприятие в эволюционном аспекте

Когда мы пытаемся проанализировать процессы ощущения и восприятия, то необходимо исходить из эволюционной точки зрения - благополучие биологических видов зависит от того, насколько хорошо они приспособлены к экологической нише своего существования. При этом необходимо принимать во внимание несколько факторов: живые существа способны выживать только в тех условиях, которые удовлетворяют все жизненно важные потребности, и только тогда, когда они сами имеют такие биологические возможности и такой поведенческий репертуар, которые позволяют им эффективно использовать доступные ресурсы. Кроме того, выживание видов зависит также и от их приспособляемости к изменениям природной среды обитания. Иными словами, чтобы быть жизнеспособными, виды должны *приспосабливаться* к той уникальной совокупности условий, которые им предлагает среда обитания.

Эта приспособительная способность сформировалась в результате постепенного эволюционного процесса, зачастую не лишённого элементов случайности, проходившего на протяжении жизни многих поколений, и результатом этого процесса явилось успешное создание адаптационных механизмов и передача их по наследству потомкам. Это основа эволюционного принципа **естественного отбора**, благодаря которому отбирались и закреплялись лишь те наследуемые признаки, которые благоприятствовали выживанию и репродукции, остальные же - исчезали.

Однако естественный отбор механизмов адаптации к изменениям среды обитания - процесс медленный и, на первый взгляд, недостаточно эффективный, но, с другой стороны, он имеет и некоторые преимущества, которые образно сформулировал Л. Вольперт: эволюция весьма ленива; стоит ей выявить удачные способы заставить животных делать то, что надо, как она начинает пускать их в ход на каждом шагу, тем самым обеспечивая видам выживание.

В контексте настоящего курса особенно важной является идея о том, что эволюционные изменения, сохранённые благодаря естественному отбору, приводят к появлению таких способных к адаптации сенсорных систем, которые позволяют всем видам адекватно реагировать на такие особенности окружающей среды, от которых зависит их выживание.

Для получения информации и ресурсов все формы жизни должны взаимодействовать со своим окружением. У многоклеточных организмов в отличие, например, от амебы и одноклеточных организмов, в процессе эволюции появились специальные рецепторные клетки и структуры. Все эти рецепторные клетки отвечают на стимулирование нейронной активностью. Специализированные сенсорные рецепторы образовались в результате эволюции для того, чтобы помочь видам выжить за счёт избирательного реагирования на определённые формы энергии, которая несёт им жизненно важную информацию в экологической нише обитания.

Сенсорно-рецепторные структуры и механизмы могут быть поняты с точки зрения их

функционального назначения, то есть насколько сенсорные системы биологических видов соответствуют требованиям выживания в конкретных естественных условиях.

Адаптация животных к среде обитания является результатом как экономности, так и эффективности направляющих и формирующих сил естественного отбора. С другой стороны, сенсорные структуры способны адаптироваться и к снижению уровня требований окружающей среды, к примеру, человек, живший охотой, обладал лучшим зрением, слухом, обонянием, чем наши современники, сидящие за компьютером.

Однако, как правило, специализация сенсорных структур увеличивает объем информации, который может быть получен из окружающей среды. По мере увеличения функциональных потребностей видов возникает необходимость в большей чувствительности к разным видам энергии и, в особенности, в способности обнаруживать незначительную разницу между раздражителями. В ходе эволюции эта потребность нередко удовлетворяется за счет развития более специализированных сенсорных механизмов.

## Раздел 3. Функционирование сенсорных систем человека

### 3.1. Абсолютный порог и обнаружение слабых сигналов

В психофизиологии есть понятие **абсолютного порога — минимального стимула (сигнала), который возможно обнаружить**. Данное понятие предполагает наличие точного значения на шкале интенсивности энергии, при достижении которого стимул сразу же становится воспринимаемым. Однако эксперименты свидетельствуют, что есть стимулы определенной интенсивности, которые наблюдатель иногда обнаруживает, а иногда — нет. Это изменение распознаваемости стимулов одной и той же интенсивности свидетельствует об изменении величины порога во времени. Подобный вывод — серьезный вызов традиционному представлению о сенсорном пороге как о проявлении принципа «все или ничего». В настоящее время для решения проблемы восприятия и распознавания сигналов все шире начинает использоваться теория обнаружения сигнала (ТОС), принимающая во внимание психологические установки, предрасположенность к выбору определенных решений о детекции того или иного сигнала.

При обнаружении слабых сигналов (раздражителей) помимо *чувствительности* наблюдателя могут иметь значение и другие факторы: уровень внимания, мотивация выполнения задания, связанного с обнаружением сигнала, ожидание присутствия последних (установки) и другие аналогичные *несенсорные* факторы, которые в совокупности принято называть *искажением ответа* и которые могут влиять на вывод наблюдателя относительно присутствия или отсутствия сигнала. Иными словами, когда, выполняя задание, связанное с обнаружением сигнала постоянной интенсивности, наблюдатель дает различные ответы, нельзя с уверенностью сказать, связано ли это с некими изменениями его чувствительности или это всего лишь результат влияния на ответ таких несенсорных факторов, как нестабильность внимания или мотивации.

Почему обнаружение слабого сигнала дает такие нестабильные результаты? Что является источником подобной нестабильности? Рассмотрим, что происходит с сенсорной системой при воздействии на нее слабого внешнего раздражителя, например, тусклого света или негромкого звука. Если раздражитель достаточно интенсивен, в сенсорных рецепторах на нейронном уровне могут возникнуть потенциалы действия, способные повлиять на нейронную активность мозга. Эта активность сигнализирует нервной системе наблюдателя, что появились свет или звук. Однако **даже при полном отсутствии внешних раздражителей и для сенсорной системы, и для мозга характерна непрерывная спонтанная нейронная активность**. Эта спонтанная активность частично является результатом неупорядоченного возникновения потенциала действия. Ее сравнивают с шумовым фоном в радиоприемнике или со «снегом» на телевизионном экране и считают некой формой постороннего фонового шума в сенсорной системе. Помимо спонтанной сенсорно-нейронной активности нейронный шум может также включать непредсказуемые, случайные последствия усталости и влияние таких несенсорных причин искажений ответа, как уровень колебания внимания наблюдателя или его мотивация выполнения задания, связанного с обнаружением сигнала.

Хотя этот шум и не является частью внешнего раздражителя, который нужно обнаружить, возникая в неоднозначной ситуации, он способен существенно повлиять на обнаружение слабого сигнала. Наблюдатель обычно пытается понять, являются ли испытываемые им ощущения только результатом воздействия шума или на фоне этого шума он воспринимает и сигнал.

Задание, выполняемое наблюдателем в типичном эксперименте, связанном с обнаружением сигнала, заключается в том, чтобы определить, является ли испытываемое им ощущение, определяемое уровнем сенсорной активности, результатом действия сигнала или только одного шума. Согласно ТОС, наблюдатели, решая вопрос о том, присутствует сигнал или нет, вырабатывают для себя некий внутренний *критерий* результирующей сенсорной активности.

В соответствии с ТОС способность обнаруживать слабые сигналы изменяется во времени, поскольку на поведение наблюдателя влияют несколько относительно независимых друг от друга факторов. Один из них — это **изменение уровня шума в самой сенсорной системе**. Иными словами, сенсорные эффекты за счет изменения фонового шума или от постоянного сигнала в сочетании с изменяющимся фоновым шумом в период времени между двумя предъявлениями пограничных сигналов вызывает изменения способности обнаруживать их.

Второй фактор, влияющий на поведение наблюдателя, — его **ожидания**, связанные с присутствием сигнала. В отличие от традиционных психофизических методов, в которых сигнал предъявляется при каждой попытке, в эксперименте по обнаружению сигнала вероятность того, что он будет предъявлен в данный момент, может изменяться. Изменение частоты предъявления сигнала создает условия для несенсорного искажения ответа — ожидания, которое влияет на уровень выбираемого наблюдателем критерия, и

возникновение подобной ситуации в ходе эксперимента вполне возможно.

ТОС исходит из того, что нельзя определить величину абсолютного порога. Однако можно одновременно оценить и чувствительность наблюдателя по отношению к предъявляемому сигналу, уровень его критерия. Информация о влиянии этих двух параметров на обнаружение сигнала может быть получена из анализа связи между относительным количеством попаданий и относительным количеством «ложных тревог», которые зависят от критерия. Обычно для этого от оси ординат откладывают относительное количество положительных ответов на активность сигнал-шум, а на оси абсцисс — относительное количество положительных ответов при отсутствии сигнала («ложные тревоги»). Получающие при этом *рабочие характеристики приемника (РХП)* иллюстрируют связь между относительными количествами попаданий и «ложных тревог» при постоянной интенсивности сигнала. Термин РХП возник из представлений о том, что подобная кривая измеряет и описывает чувствительность наблюдателя при обнаружении сигнала.

Резюмируя изложенное, можно сказать, что не существует одного-единственного, абсолютного стимула с минимальной обнаруживаемой — пороговой — величиной. Однако это не означает, что само понятие порога ощущений следует отбросить. Правильнее признать тот факт, что общее понятие порога включает в себя и описывает отношение величин, восприятие которых зависит от различных несенсорных внешних факторов и индивидуальных особенностей наблюдателя. На самом деле порог как статистическое среднее — очень полезное понятие, имеющее достаточно широкое применение. При этом следует иметь в виду, что существуют пограничные условия стимуляции — например, когда уровень интенсивности сигналов очень невысок или когда время их действия, в течение которого они не вызывают несомненной ответной реакции невелико. Тем не менее, возникает вопрос — могут ли эти незамеченные индивидуумами сигналы оказывать не прямое, но измеряемое влияние на их поведение? Этот вопрос можно сформулировать иначе: возможно ли наблюдать последствия влияния, которое оказывает на поведенческие параметры подпороговая (лежащая ниже порога) стимуляция? Способна ли стимуляция, о которой наблюдатель не *подозревает*, все же оказать на него такое влияние, которое можно оценить?

Подпороговое восприятие — предмет большого числа теоретических и экспериментальных исследований, однако его валидность остается дискуссионной.

Установлено, что чрезвычайно быстро мелькающие картины, на которых представлены сцены, вызывающие положительные или отрицательные эмоции, влияют на последующие оценки нейтральных событий, которые дает индивид.

*Известно, что смысл подпороговых сигналов может быть понятен наблюдателю даже в том случае, когда сами сигналы остаются не обнаруженными. В опытах К. Фаулера (1981) разные слова (например, «повар») мелькали на экране с такой скоростью, что наблюдатели не успевали их прочитать. За этим следовало предъявление двух слов (например, «печь» и «взгляд»). Испытуемым предстояло*

понять, которое из этих двух слов ближе по смыслу к промелькнувшему слову «повар», предъявленному на подпороговом уровне. Результаты экспериментов показали, что выбор, сделанный наблюдателями, слишком правильный, чтобы его можно было назвать случайным. Эти результаты свидетельствуют о том, что такие семантические свойства, как смысл сигнала, предъявляемого на уровне, недостаточном для его обнаружения, в определенной мере воспринимается и обрабатывается наблюдателем.

Способом демонстрации подпорогового восприятия является и феномен *семантической установки*. Суть ее заключается в том, что последовательно предъявляются два слова, и смысл первого предопределяет восприятие второго. Так, представление слова «медсестра» может служить установкой для распознавания или узнавания слова, являющегося тест-объектом, — «доктор».

## 3.2. Дифференциальный порог

**Дифференциальный порог, или порог различения** — это минимальная разница между двумя сигналами, необходимая для того, чтобы они были восприняты как разные сигналы.

Это мера наименьшей обнаруживаемой разницы между двумя сигналами, которая дает ответ на следующий вопрос: насколько должны отличаться друг от друга два сигнала, чтобы они были восприняты как разные раздражители?

На практике дифференциальный порог, так же как и абсолютный, — это статистически определяемый параметр — разница между величинами двух сигналов, — как правило, сравнимых и стандартных, — обнаруживаемая в 50% случаев. Он представляет собой степень изменения физического сигнала, необходимую для того, чтобы вызвать *едва различимую разницу* (EPP) в ощущениях. Важно понимать, что дифференциальный порог представляет собой меру способности наблюдателя отличить друг от друга два сигнала разной интенсивности, которая измеряется в физических единицах. В отличие от дифференциального порога EPP — результирующая психологическая единица, которая является единицей измерения субъективного опыта, или *сенсорной величиной*.

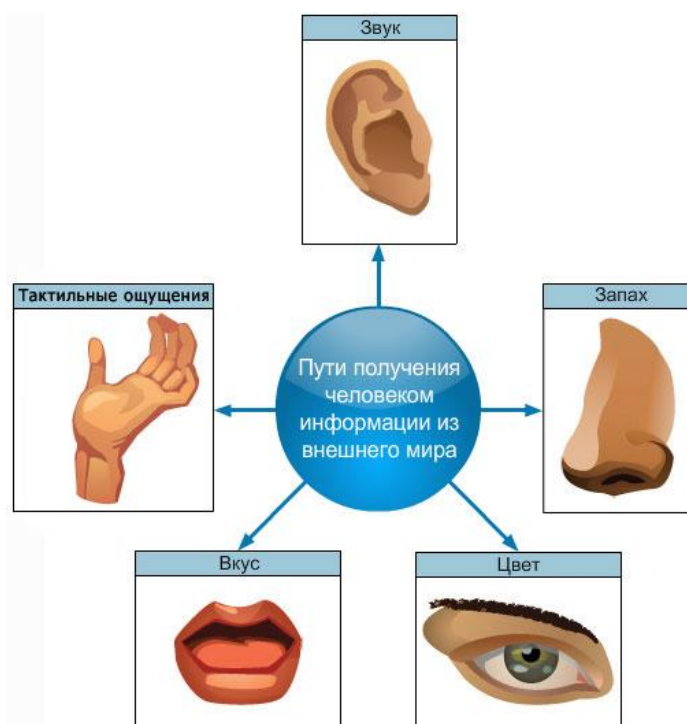
Подводя итог изложенному, можно сказать, что любой сигнал редко воспринимается субъектом изолированно. Исключение составляют разве что специально созданные в лаборатории условия. А это значит, что на восприятие сигнала могут влиять и связи, существующие между ним и его контекстом, или фоном. А это значит, что нельзя пренебрегать контекстом — влиянием на восприятие сигнала обстановки, предшествующей ему или создающейся впоследствии.

В этом состоит общий принцип восприятия сигналов: оно зависит не только от непосредственной сенсорной информации, которую сигналы несут в себе (например, размер, форма, положение в пространстве, цвет), но также и от контекста, в котором они возникают. Таким образом, на восприятие конкретного сигнала влияют все фоновые

раздражители, включая те, что предшествовали ему, а в некоторых случаях и те, что возникли после него.

Обратимся теперь к рассмотрению конкретно-специфических сенсорных систем человека, в частности, к визуальной и аудиальной, так как они наиболее значимы.

- 90 % информации о мире дает визуальная система;
- 8-9% — аудиальная (слуховая) система;
- 1-2% — кинестетическая система (запахи, вкусовые и тактильные ощущения).



**Рис. 8. Пути получения человеком информации из внешнего мира**

### 3.3. Визуальная система

Функциональная значимость зрения, с точки зрения получения критически важной информации об окружающей среде, бесспорна. В обработке визуальной информации участвует примерно половина коры головного мозга.

Физическим раздражителем для зрительной системы является свет, то есть электромагнитное излучение, которое характеризуется как длиной волны, так и интенсивностью.

Человеческий глаз является очень чувствительным детектором света. Предельная возможность порогового зрения определяется физической природой света, то есть если бы глаз был более чувствительным, то свет мог бы восприниматься не как непрерывное волновое явление, а как дискретная энергия, выделяющаяся квантами — фотонами.

Те животные, у которых в результате эволюции развилось цветное зрение, приобрели определенные биологические преимущества. Цвет является источником дополнительной информации о различиях между объектами, он придает физическую целостность окружающему нас миру.

## Перцептивная обработка информации

Как уже отмечалось, восприятие — нечто значительно большее, нежели передача нервной системой нейронных импульсов в определенные участки мозга. Восприятие предполагает осознание субъектом самого факта стимулирования и определенные представления о нем, а чтобы это произошло, необходимо предварительно ощутить «ввод» сенсорной информации, то есть испытать ощущение. Таким образом, можно сказать, что **восприятие есть процесс осмысления стимуляции наших сенсорных рецепторов**. Поэтому восприятие представляет собой задачу сосредоточения на сенсорном сигнале, анализе и интерпретации для создания осмысленного представления об окружающем мире.

Окружающий мир постоянно через сенсорные каналы снабжает мозг информацией. Но мы не можем обращать внимание на всю доступную информацию. Связь между воздействием на субъект окружающей среды и его осознанием этого воздействия осуществляется путем избирательного отбора информации.

Как мозг и сенсорные системы справляются с грандиозным информационным потоком? Ответа на этот «простой» вопрос до сих пор нет, но, как правило, то, на чем сосредотачивается внимание индивида в каждый момент, является результатом высокоизбирательного процесса, ограничивающего информационный поток.

В соответствии с теорией интеграции отличительных признаков восприятие признаков объекта является результатом двух основных стадий обработки информации, отличающихся друг от друга уровнем направленного на признаки внимания и затраченными усилиями. На начальной стадии — *стадии предвнимания* — происходит быстрое извлечение и обработка информации, полученной рецепторами и позволяющей воспринимать базовые, простые и заметные отличительные признаки объекта — *перцептивные примитивы*, — играющие роль фундаментальных единиц, или элементов, восприятия. Обработка этих элементов на стадии предвнимания происходит автоматически и быстро, без сознательных усилий и сосредоточения. Процессы, характерные для этой стадии, происходят параллельно, то есть все элементы, попадающие в поле зрения, обрабатываются одновременно.

*Стадия сфокусированного внимания* протекает не мгновенно, а требует от наблюдателя усилий и пристального изучения объекта, например, требующий времени *последовательный поиск*, когда изображение рассматривается элемент за элементом. В отличие от стадии предвнимания, когда обработка информации происходит быстро и сразу по нескольким направлениям, на этой второй стадии требуется тщательное изучение объекта и сознательное, направленное внимание. Стадия сфокусированного

внимания позволяет индивиду перцептивно скомбинировать и сгруппировать различные базовые элементы — перцептивные примитивы, не идентифицированные на предыдущей стадии, — в сложные целостные объекты.

Какие можно выделить примитивные признаки, которые дают возможность узнавать и идентифицировать объекты?

Согласно Б. Джулему, существуют некоторые простейшие элементы текстуры — *текстоны*, которые представляют собой специфические, различные характеристики элементов, образующие текстуру. К ним относятся:

- форма;
- кривизна;
- линейные сегменты;
- ширина;
- высота;
- соединения частей;
- углы наклона;
- углы пересечения разных наклонов.

Чем больше отличаются друг от друга текстоны разных элементов, тем проще отличить друг от друга и сами элементы.

*Теория распознавания по компонентам* И. Бидермана исходит из того, что распознавание объекта начинается с обработки информации о наборе примитивных отличительных признаков. Любой воспринимаемый трехмерный предмет может быть разложен на ряд элементарных составляющих — геометрических модулей, или компонентов, называемых *геонами* («геометрическими ионами»), причем существует 24 базовых геона. Комбинируя их в разных вариантах можно получить объект практически любой формы. Для узнавания предмета достаточно трех его геонов.

## Перцепция в информационном подходе

Рассмотрим теперь *информационный подход* к механизму восприятия, исходящий из представления о восприятии как процессе, основанном на сборе, представлении (репрезентировании), обработке и распознавании информации, отражающей свойства наблюдаемого субъектом реального мира.

Этот подход, как уже отмечалось, был предложен Дэвидом Марром и исходит из того, что такие значимые перцептивные действия, как распознавание объекта, включают в себя решение зрительной системой проблемы, связанной с *обработкой информации*. «Что значит «видеть»? Обычно, отвечая на такой вопрос, человек сказал бы, что «видеть» — это узнавать при осмотре, что и где находится (Аристотель считал так же). Другими словами, зрение — это процесс определения по изображениям, что именно присутствует

в окружающем мире и где находится», — писал Д. Марр.

По мнению Марра, визуальная система анализирует изображение на сетчатке и извлекает из него информацию точно так же, как компьютеры решают сложные задачи. В соответствии с информационным подходом принципиальной моделью, позволяющей понять механизм восприятия, является то, как компьютер раскладывает образ на элементы и анализирует его. Теория Марра сформировалась на основе компьютерного моделирования зрительной системы в момент распознавания ею объекта. Информационный подход пытается проследить весь процесс зрительного распознавания — начиная от спроецированного на сетчатке образа и вплоть до активного узнавания предмета наблюдателем. Начальный этап решения задачи распознавания объекта — дробление этой задачи на ряд последовательно выполняемых операций. Результаты обработки («обсчета») информации, получаемые на каждой предыдущей стадии, являются исходными данными для следующей стадии, и этот процесс продолжается вплоть до окончательного решения перцептивной проблемы, то есть до того момента, когда предмет распознан.

Марр считает сетчаточное изображение достаточным для восприятия, потому что в нем содержатся все необходимые «вводные данные» — стимуляция, которая должна быть проанализирована для получения информации.

Действия зрительной системы представлены в виде последовательности выкладок и элементарных расчетов, выполняемых на основании сетчаточного образа. Информационный подход скорее представляет собой описание последовательности операций, выполняемых компьютерной программой, предназначенной для обработки и анализа информации о некоторых физических свойствах окружающего мира, нежели традиционное описание того, как визуальная система и мозг обрабатывают сенсорный сигнал. Поэтому этот подход тесно связан с такими областями познания, как искусственный интеллект и информатика.

Однако фундаментальным вопросом работы когнитивных механизмов все-таки является проблема того, каким образом отдельные элементы поля зрения перцептивно объединяются в образование целостной фигуры, а другие становятся фоном?

## **Перцепция в гештальт-подходе**

Фактически для поиска ответа на этот вопрос и возникло такое направление, как гештальт-психология (от нем. «Gestalt» — форма, целостная конфигурация), созданное Максом Вертгеймером, Куртом Коффкой и Вольфгангом Келлером.

Если структуралисты полагали, что восприятие представляет собой сумму базовых, элементарных единиц («сырых» ощущений), то, с точки зрения гештальтистов, разложение восприятия на элементарные компоненты без утраты смысла невозможно. Каждая базовая единица восприятия сама является восприятием, то есть «гештальты» и есть фундаментальные единицы.

Когда гештальтисты занимались исследованиями восприятия, то они сумели определить свойства фигур, позволяющих человеку воспринимать форму. Существует фундаментальная организуемая тенденция воспринимать глобальные — когерентные — характеристики физического мира на основе расположения, местоположений и взаимодействия образующих его объектов. Вертгеймер описал следующие факторы:

- **фактор близости** — предметы могут группироваться на основании того, что отделяющее их расстояние кажется небольшим. Воспринимаемая близость — группирование — может быть как пространственной, так и временной;

**Близко расположенные кукурузные зернышки группируются при восприятии в початок**



**Рис. 9. Близко расположенные кукурузные зернышки группируются при восприятии в початок**

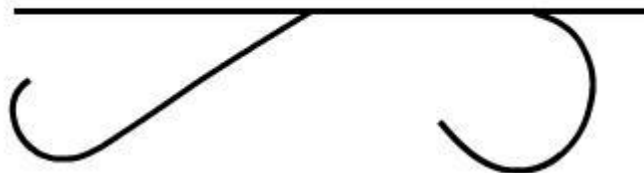
- **фактор сходства** — тенденция группировать элементы, кажущиеся похожими, аналогична тенденции группировать элементы, расположенные на небольшом расстоянии друг от друга;

**Фактор Сходства**



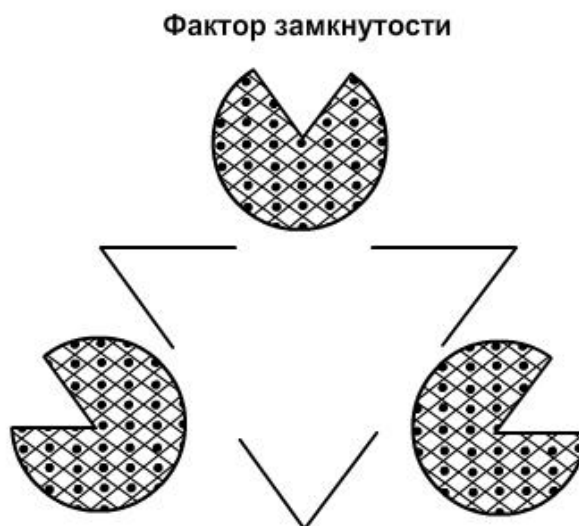
**Рис. 10. Иллюстрация фактора сходства**

- **фактор «хорошего продолжения»** — элементы, лежащие на одной прямой или кривой линии простой формы, легко воспринимаются как единое целое;



**Рис. 11. Иллюстрация фактора «хорошего продолжения»**

- **фактор «общей судьбы»** — в соответствии с этим фактором элементы,двигающиеся в одном направлении, перцептуально объединяются в одну группу. Подобное группирование происходит на основе идентичности, но этот принцип применим к элементам, *находящимся в движении*;
- **фактор симметрии** — приоритет в перцептивном группировании отдается более естественным, сбалансированным и симметричным фигурам;
- **фактор замкнутости** — при группировании предпочтение отдается тому варианту, который благоприятствует восприятию более замкнутой или завершенной фигуры. Незавершенным фигурам в определенной мере свойственна тенденция восприниматься как завершенные, особенно если стимулы предъявляются на короткое время;



**Рис. 12. Иллюстрация фактора замкнутости**

- **фактор однотипной связи** — восприятие отдельно взятой структуры, образованной физически связанными между собой элементами. Влияние однотипной связи на восприятие оказывается даже более сильным, нежели влияние сходств и близости элементов;

- **закон прегнантности**, или закон *хорошей формы* — совокупность многих из перечисленных выше факторов, постулирующая существование тенденции к восприятию самой простой и стабильной конфигурации из всех возможных вариантов. Однако, хотя описательный термин «хорошая» интуитивно понятен, вкладываемый в него смысл нуждается в уточнении. Попытка количественно оценить структурные свойства формы, делающие ее «хорошей», была предпринята Хохбергом и Мак-Алистером. Они предположили, что форма тем лучше, чем меньше информации требуется для ее распознавания. Иными словами, на практике больше вероятно реализация той перцептивной альтернативы, для которой нужно меньше информации, чем для других и которая базируется на «лучшей» из возможных форм. Следовательно, с гештальтистской точки зрения, «хорошей» является простая и стабильная форма.



**Рис. 13. Иллюстрация фактора прегнантности. «Схватывание» изображения: наше сознание способно воссоздавать из отдельных элементов изображения известного нам объекта изображение всего объекта. В третьем рисунке уже есть достаточное количество деталей для узнавания объекта**

В реальности гештальтистские принципы не проявляются обособленно, независимо друг от друга, они взаимодействуют, создавая условия для четкого и осмысленного восприятия. Многочисленные иллюстрации действия указанных факторов можно увидеть на сайте [www.log-in.ru](http://www.log-in.ru)

## **Перцептивная установка**

Как уже отмечалось, восприятие — это нечто большее, чем образование проекции стимула на сетчатке. Одной только совокупности внешних визуальных раздражителей — паттернов отдельных объектов, образованных линиями, точками и изменениями светлоты, — еще недостаточно для создания того осмысленного, структурированного визуального мира, который человек воспринимает на самом деле. Восприятие окружающего мира зависит и от определенной предрасположенности наблюдателя, и от его намерений. В обработке входящей визуальной информации важную роль играют и психологические процессы, более избирательные и изменчивые, чем рассмотренные выше гештальтистские принципы. На восприятие влияют и прошлый опыт, и напоминания, и ожидания, и внушение, и окружающая обстановка, и именно этим влиянием определяется готовность определенным образом — беспристрастно или

предвзято — реагировать на визуальное стимулирование. То, что субъект настроен на определенное восприятие окружающего мира, является результатом всех этих влияний — определенной **перцептивной установкой**.

*В «Гамлете» Шекспир намекает на роль внушения в организации восприятия и придании смысла знакомым, но кажущимся бесформенными конфигурациям — облакам. Об этом идет речь в отрывке, в котором Гамлет откровенно издевается над Полонием:*

*Гамлет. Вы видите вон то облако, почти что вроде верблюда?*

*Полоний. Ей-богу, оно действительно похоже на верблюда.*

*Гамлет. Но, по-моему, оно похоже на ласточку.*

*Полоний. У него спина, как у ласточки.*

*Гамлет. Или как у кита?*

*Полоний. Совсем как у кита.*

Следовательно, **перцептивная установка** — это своего рода определение **перцептивных приоритетов**, или готовность воспринимать мир, являющаяся **следствием предшествующего опыта и контекста**, в котором происходит **восприятие**. С помощью нисходящего процесса обработки информации перцептивная установка привлекает к участию в восприятии те допущения и тот предшествующий опыт, которые необходимы для выработки генеральных стратегий, применимых ко всей конфигурации. В свою очередь, эти подходы определяют восприятие элементов и их деталей. Следовательно, восприятие элементов «картины» определяется изначальной «большой картиной».

## **Константность восприятия**

В повседневной жизни люди постоянно движутся и воспринимают всевозможные объекты с разного расстояния, под разными углами зрения и при разном освещении. Благодаря этому **характер стимуляции сетчатки постоянно меняется, однако вопреки этому воспринимаемый мир отличается стабильностью и неизменностью**. Эта способность называется **константностью восприятия**, которая значительно расширяет наши представления о восприятии пространства.

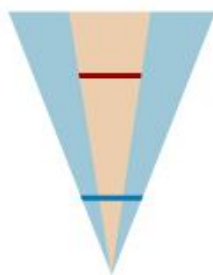
Константность восприятия — одно из наиболее значительных достижений эволюции, однако при всей важности этот механизм зрительной системы еще недостаточно изучен. Константность восприятия реализуется автоматически и дана нам от рождения, поэтому человек обычно не задумывается о той роли, которую она играет в его взаимодействии с окружающим миром. Без константности восприятия непрерывно меняющиеся условия симуляции превратились бы в ряд хаотичных зрительных ощущений. Данная страница является белой независимо от того, чем она освещена — Солнцем, яркой настольной лампой, огнем зажигалки. При удалении или приближении к ней не кажется, что ее величина заметно увеличивается или уменьшается, однако в соответствии с законами геометрии величина изображения страницы на сетчатке пропорциональна расстоянию

между страницей и читателем. По своей форме страница — прямоугольник, и ее форма не зависит от того, под каким углом смотреть на нее, однако ее изображение на сетчатке по своей форме практически всегда гораздо ближе к трапеции, нежели к прямоугольнику. Способность воспринимать неизменными отличительные признаки окружающей обстановки базируется отнюдь не только на абсолютном количестве отраженного света или на форме и величине ретинального изображения. Константность восприятия — нечто большее, чем простое восприятие изолированных визуальных стимулов. Наблюдатель должен каким-то образом оценить и интерпретировать сигналы, принимаемые им в ходе стимуляции, учитывая всю совокупность обстоятельств, в которых она происходит.

Константность восприятия способствует тому, что воспринимаемый физический мир практически таков, каков он есть на самом деле, в этом смысле константность — наглядный пример адаптивного механизма, соответствующего биологическим потребностям человека. Однако при некоторых условиях константность, судя по всему, уменьшает полноту и точность нашего восприятия, которое становится искаженным, или ошибочным, то есть иллюзорным.

Изучено огромное количество визуальных иллюзий восприятия. Среди них можно перечислить наиболее известные:

- иллюзия Луны (характеризуется тем, что воспринимаемый размер небесного тела (Луны, Солнца) при нахождении его низко над горизонтом больше, чем при нахождении его высоко в небе);
- иллюзии Мюллера-Лайера (см. рис. 1);
- иллюзия Понцо и др.



Иллюзия Понцо

**Рис. 14. Иллюзия Понцо. Верхний отрезок кажется намного короче нижнего, но это не так**

### **Объяснение возникновения иллюзий**

Исследователи предложили много способов объяснения и большое количество факторов, определяющих возникновение иллюзий. **Главная гипотеза состоит в том, что происхождение каждой отдельной иллюзии связано с несколькими источниками, часть которых определяется структурой глаза и нейронными процессами,**

происходящими на сетчатке, а часть — когнитивными факторами более высокого уровня, включая логические суждения и предшествующий опыт. Можно предположить существование двух не зависящих друг от друга первичных уровней механизмов искажения, каждый из которых может участвовать в создании иллюзорного восприятия:

- *оптико-ретиальные (структурные) компоненты;*
- *когнитивные компоненты.*

В основе первых лежат анатомические или физиологические механизмы зрительной системы. Структурные факторы включают искажения, создаваемые такими формирующими ретиальное изображение элементами глаза, как роговица и хрусталик, а также фактор кривизны самой сетчатки глаз.

К числу когнитивных компонентов, вносящих свой вклад в возникновение иллюзий, относятся предшествующий опыт, научение и внимание. Кроме того к ним относятся:

- продолжительность нахождения в поле зрения человека стимула, вызывающего визуальную иллюзию;
- научение в результате опыта.

Хорошо известно, что эффект многих зрительных иллюзий при их продолжительном воздействии на зрительную систему снижается. Установлено, что обратная связь, или научение в результате опыта, играет решающую роль в снижении подверженности влиянию иллюзии Мюллера-Лайера. Однако, несмотря на то, что «степень иллюзорности» многих иллюзий при их продолжительном воздействии на визуальную систему и снижается, как правило, нулевого значения она не достигает.

Обсуждая пространственные иллюзии, хотелось бы подчеркнуть следующее. Мы неоднократно говорили о том, что в результате эволюции зрительная система получила возможность извлекать полезную, точную пространственную информацию из естественных визуальных образов. Иллюзии ни в коем случае не опровергают этого положения. Несмотря на огромное количество зрительных иллюзий, они являются замечательным показателем успеха, достигнутого визуальной системой человека в ходе эволюции, ибо она все-таки очень редко позволяет вводить себя в заблуждение, результатом которого становится искаженное восприятие пространства.

### **3.4. Аудиальная система. Слух и физические характеристики звуковых волн**

Слух — уникальный источник жизненно важной информации о том, что происходит в непосредственной близости от человека, а аудиальная система — одна из самых «бдительных» сенсорно-перцептивных систем: она всегда начеку и в любой момент готова к восприятию звуковых сигналов. Мир наполнен звуками, некоторые из этих звуков — всего лишь шум, случайные звуки (гул, скрежет, лязг и скрип), которые в большинстве

случаев не несут никакой важной информации. Однако часть слышимых звуков несет в себе полезную информацию о том, что происходит в непосредственной близости от субъекта — в первую очередь, это относится к тем звукам, с помощью которых индивид определяет местоположение объектов.

Слух является основой, на которой базируется наша социальная структура. Эволюция голосового аппарата человека и сложного мозга создала основу для возникновения единственной в своем роде формы звуковой коммуникации с использованием языка.

Звуки, которые мы слышим, являются результатом преобразования определенной формы механической энергии и представляют собой паттерны последовательных возмущений давления, происходящих в разных средах — жидких, твердых или газообразных. Паттерн изменений давления воздуха, представленный в виде компрессий (сжатий) и декомпрессий (разрежений) окружающего воздуха, называется **звуковой волной**.

Основными физическими характеристиками звуковых волн являются:

- частота;
- амплитуда, или интенсивность;
- сложность.

Перечислим сразу же соответствующие психологические (субъективные) эффекты звука:

- высота;
- громкость;
- тембр.

**Частота** является характеристикой, свидетельствующей о том, насколько быстро протекает цикл изменений давления и измеряется числом циклов изменений давления, происходящих в течение 1 секунды.

Для описания звуковых волн используется также **длина звуковой волны** — линейное расстояние между двумя последовательными компрессиями (от лат. «compressio» — сжатие).

Частота характеризует физическое свойство звука — число изменений звукового давления в секунду. Психологическим параметром аудиального стимула, непосредственно связанным с его частотой, является абсолютная высота тона, и звуки разной высоты вызывают у человека разные ощущения: они могут казаться высокими или низкими.

Звуки отличаются друг от друга не только по высоте, но и по **амплитуде** — количеству изменения звукового давления, то есть степени смещения относительно положения покоя.

**Громкость** — слуховое ощущение, или психологический параметр, определяемый величиной амплитуды. Звуковые волны с большими амплитудами, соответствующими большим изменениям звукового давления, воспринимаются как громкие звуки, а волны с небольшими амплитудами, соответствующие незначительным изменениям звукового давления, воспринимаются как звуки малой интенсивности.

Большинство звуков, которые человек слышит в реальной жизни, — это сочетание акустических сигналов, каждый из которых может быть представлен своей собственной синусоидой, вследствие чего их общая, суммарная синусоида отличается **сложностью**. Как правило, любой источник сложных звуковых колебаний одновременно создает звуковые волны с разными частотами.

Однако аудиальная система может лишь приблизительно анализировать сложные волны: она разлагает их на составляющие компоненты и направляет информацию о представленных в ней частотах на более высокие уровни аудиальной системы в головном мозге. Этот феномен известен как **акустический закон Ома**: когда на человека воздействует относительно сложный звук (аккорд, образованный несколькими нотами), то индивид оказывается способным оценить вклад, внесенный в него отдельно каждой нотой, то есть воспринять индивидуальные частотные компоненты сложного звука.

Психологическим аспектом восприятия звука, отражающим сложность звуковой волны, является тембр.

## Аудиальная адаптация

Аудиальной адаптацией называется снижение чувствительности к какому-либо звуку, наступающее после продолжительной стимуляции им.

На практике это означает, что воспринимаемая громкость физически неизменного звука с течением времени уменьшается. Иными словами, долго звучащий тон со временем начинает казаться менее громким.

*Известно, что результатом трехминутного непрерывного воздействия звука, интенсивность которого равна 80 дБ (децибелов), становится снижение чувствительности к нему примерно на 20 дБ, то есть спустя 3 минуты он воспринимается как звук с интенсивностью, равной 60 дБ. Аудиальная адаптация — весьма распространенное явление, она объясняет, почему, например, человек сразу же замечает внезапную остановку таких постоянно работающих приборов, как холодильник и или кондиционеры воздуха: резкое прекращение аудиальной стимуляции обостряет наше восприятие.*

Если продолжительное воздействие интенсивного звука снижает чувствительность к громкости, разумно предположить, что длительное воздействие относительно слабого аудиального стимула способствует повышению чувствительности к звукам низкой

интенсивности. **Увеличение чувствительности вследствие относительной нехватки аудиальной стимуляции аналогично темновой адаптации — процессу привыкания к плохому освещению, которое проявляется в том, что пребывание в темноте способствует значительному увеличению чувствительности визуальной системы.** Не исключено, что под воздействием всех аудиальных впечатлений дня чувствительность уха к ночным звукам уменьшается.

## **Способность пространственной локализации звуков**

Однако, резюмируя изложенное, необходимо обратить внимание на одно принципиальное обстоятельство. Практически все приведенные численные данные были получены лабораторным путем с использованием строго контролируемых и монотонных тонов, то есть чистых тонов относительно длительного звучания, которые совершенно не похожи на звуки, которые встречаются в природе. Искусственные звуки отличаются от естественных, прежде всего, именно своей частотой и продолжительностью, в природе продолжительно звучащие чистые тона — крайне редкое явление.

Способность пространственной локализации звуков жизненно важна и для животных, и для человека. Благодаря ей становится возможным определить местоположение источника звука и избежать столкновения с ним, кроме того, оно направляет визуальное внимание. Чтобы точно определить положение источника звука в пространстве, нужно определить как его направление, так и его удаленность. Источниками этой информации являются *монауральные*, то есть воспринимаемые одним ухом, и *банауральные* — воспринимаемые обоими ушами — признаки.

Как правило, основным монауральным признаком, с помощью которого слушатель определяет относительную удаленность источника звука, является интенсивность последнего. Чем громче звук, тем его источник кажется ближе. Если одновременно слышны два звука, то более громкие обычно воспринимаются как менее удаленные. Если громкость одиночного звука постепенно изменяется, то изменяется и восприятие его удаленности. Неподвижный наблюдатель воспринимает затихающий звук как удаляющийся, а тот звук, громкость которого возрастает, — как приближающийся.

Оценка удаленности движущегося источника звука от неподвижного наблюдателя зависит от того, приближается источник звука к наблюдателю или удаляется от него. Изменение громкости приближающегося звука кажется наблюдателю большим по сравнению с аналогичным по величине изменением громкости удаляющегося звука. Иными словами, сложный звук, издаваемый приближающимся объектом, кажется наблюдателю более громким, чем аналогичный по громкости звук, издаваемый удаляющимся объектом. Несмотря на то, что в обоих случаях физические изменения интенсивностей равны по величине, но противоположны по направлению, существует зависящая от направления движения источника звука асимметрия в восприятии возрастающей громкости приближающегося звука и уменьшающейся громкости удаляющегося звука. Это свидетельствует о том, что громкие звуки, то есть менее удаленные, имеют большее

прецептивное значение, чем слабые.

В реальной жизни на человека одновременно воздействует огромное количество накладывающихся друг на друга звуков разного характера. Мы все время сталкиваемся с тем, что можно назвать *аудиальной сценой*. Нас постоянно окружают звуки человеческой речи, шума, музыки и т.п., и все это вместе образует сложный звуковой поток. Однако вопреки этой акустической сложности мы обычно воспринимаем отдельные, изолированные аудиальные события. Иными словами, как правило, мы слышим не какофонию звуков, источниками которых являются на связанные между собой различные объекты, мы способны разобраться в них и идентифицировать различные звучащие объекты как отдельные события — мы перцептивно анализируем сложную аудиальную сцену и раскладываем ее на компоненты.

## Раздел 4. Социальное и межличностное восприятие

### 4.1. Понятие социальной перцепции

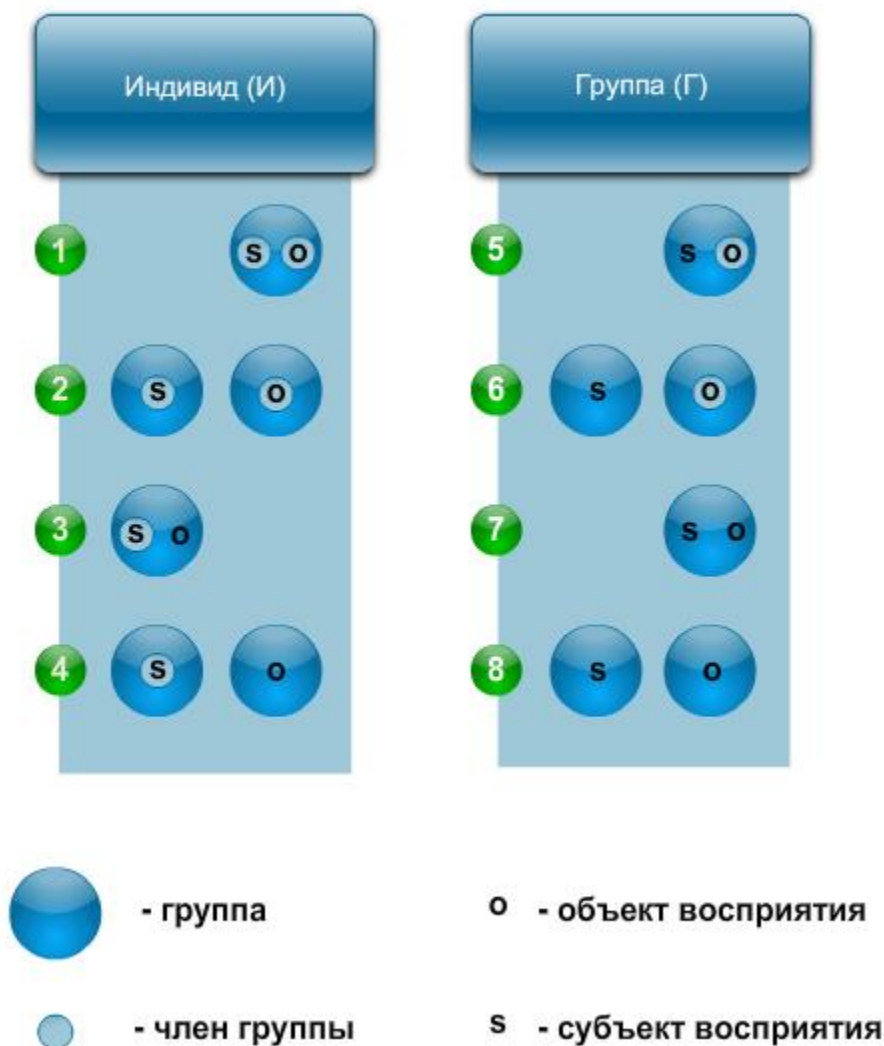
В процессе общения должно присутствовать взаимопонимание между участниками этого процесса. Само взаимопонимание может быть истолковано по-разному: или как понимание целей, мотивов, установок партнера по взаимодействию, или как не только понимание, но и принятие, разделение этих целей, мотивов, установок. Однако и в том, и в другом случаях большое значение имеет то, *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.**

**Социальной перцепцией** называют процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумеваются другие люди, социальные группы, большие социальные общности.

Восприятие человека человеком относится к области социальной перцепции, но не исчерпывает ее.

Если представить себе процессы социальной перцепции в полном объеме, то получается весьма сложная и разветвленная схема (автор — Г.М. Андреева). Она включает в себя различные варианты не только объекта, но и субъекта восприятия. Когда субъектом восприятия выступает индивид (И), то он может воспринимать другого индивида, принадлежащего к «своей» группе (1); другого индивида, принадлежащего к «чужой» группе (2); свою собственную группу (3); «чужую» группу (4). Если даже не включать в перечень большие социальные общности, которые в принципе так же могут восприниматься, то и в этом случае получаются четыре различных процесса, каждый из которых обладает своими специфическими особенностями

### Процессы социальной перцепции



**Рис. 15. Процессы социальной перцепции**

Еще сложнее обстоит дело в том случае, когда в качестве субъекта восприятия интерпретируется не только отдельный индивид, но и группа (Г). Тогда к составленному перечню процессов социальной перцепции следует еще добавить: восприятие группой своего собственного члена (5); восприятие группой представителя другой группы (6); восприятие группой саму себя (7), наконец, восприятие группой в целом другой группы (8). Хотя этот второй ряд не является традиционным, однако в другой терминологии почти каждый из обозначенных здесь «случаев» исследуется в социальной психологии. Не все из них имеют отношение к проблеме взаимопонимания партнеров по общению.

#### 4.2. Понятие межличностной перцепции

Для того чтобы более точно обозначить, о чем идет речь в интересующем нас плане, целесообразно говорить не вообще о социальной перцепции, а о **межличностной**

**перцепции, или межличностном восприятии** (или — как вариант — о восприятии человека человеком). Именно эти процессы непосредственно включены в общение в том его значении, в каком оно рассматривается здесь. Иными словами, в данном контексте речь идет лишь о позициях 1 и 2 предложенной схемы. Но кроме этого, возникает необходимость и еще в одном комментарии. Восприятие социальных объектов обладает такими многочисленными специфическими чертами, что само употребление слова «восприятие» кажется здесь не совсем точным. Во всяком случае, ряд феноменов, имеющих место при формировании представления о другом человеке, не укладывается в традиционное описание перцептивного процесса, как он дается в общей психологии. Поэтому в социально-психологической литературе до сих пор продолжается поиск наиболее точного понятия для характеристики описываемого процесса. Основная цель этого поиска состоит в том, чтобы включить в процесс восприятия другого человека в более полном объеме некоторые другие познавательные процессы.

Это более широкое понимание термина обусловлено специфическими чертами восприятия другого человека, к которым относится **восприятие не только физических характеристик объекта, но и его поведенческих характеристик, формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т.д.** Кроме того, в содержание этого же понятия включается формирование **представления о тех отношениях, которые связывают субъект и объект восприятия.** Именно это придает особенно большое значение ряду дополнительных факторов, которые не играют столь существенной роли при восприятии физических объектов.

Другой подход к проблемам восприятия, который также был использован в социально-психологических исследованиях по межличностной перцепции, связан со школой так называемой транзакционной психологии. Здесь особенно подчеркнута мысль о том, что активное участие субъекта восприятия в транзакции предполагает учет роли ожиданий, желаний, намерений, прошлого опыта субъекта как специфических детерминант перцептивной ситуации, что представляется особенно важным, когда познание другого человека рассматривается как основание не только для понимания партнера, но и для установления с ним согласованных действий, особого рода отношений.

В самом общем плане можно сказать, что восприятие другого человека означает восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретацию на этой основе его поступков.

Поскольку человек вступает в общение всегда как личность, он воспринимается и другим человеком — партнером по общению — тоже как личность. Впечатления, которые возникают при этом, играют важную регулятивную роль в процессе общения. Во-первых, потому, что, познавая другого, формируется и сам познающий индивид. Во-вторых, потому, что от меры точности «прочтения» другого человека зависит успех организации с ним согласованных действий.

Представление о другом человеке тесно связано с уровнем собственного самосознания.

Связь эта двоякая: с одной стороны, богатство представлений о самом себе определяет и богатство представлений о другом человеке, с другой стороны, чем более полно раскрывается другой человек (в большем количестве и более глубоких характеристиках), тем более полным становится и представление о самом себе.

Если применить это рассуждение к конкретной ситуации общения, то можно сказать, что представление о себе через представление о другом формируется обязательно при условии, что этот «другой» дан не абстрактно, а в рамках достаточно широкой социальной деятельности, в которую включено взаимодействие с ним. Индивид «соотносит» себя с другим не вообще, а, прежде всего, преломляя это соотношение в разработке совместных решений. В ходе познания другого человека одновременно осуществляется несколько процессов: и эмоциональная оценка этого другого, и попытка понять строй его поступков, и основанная на этом стратегия изменения его поведения, и построение стратегии своего собственного поведения.

Однако в эти процессы включены как минимум два человека, и каждый из них является активным субъектом. Следовательно, сопоставление себя с другим осуществляется как бы с двух сторон: каждый из партнеров уподобляет себя другому. Значит, при построении стратегии взаимодействия каждому приходится принимать в расчет не только потребности, мотивы, установки другого, но и то, как этот другой понимает мои потребности, мотивы, установки. Все это приводит к тому, что анализ осознания себя через другого включает две стороны: **идентификацию и рефлексия**.

### 4.3. Идентификация и рефлексия

Термин «идентификация», буквально обозначающий отождествление себя с другим, выражает установленный эмпирический факт, что одним из самых простых способов понимания другого человека является уподобление себя ему.

Это, разумеется, не единственный способ, но в реальных ситуациях взаимодействия люди часто пользуются таким приемом, когда предположение о внутреннем состоянии партнера строится на основе попытки поставить себя на его место. В этом плане идентификация выступает в качестве одного из механизмов познания и понимания другого человека. Установлена тесная связь между идентификацией и другим, близким по содержанию явлением — эмпатией.

Описательно **эмпатия также определяется как особый способ понимания другого человека**. Только здесь имеется в виду не рациональное осмысление проблем другого человека, а, скорее, стремление эмоционально откликнуться на его проблемы. Эмпатия противостоит пониманию в строгом смысле этого слова, термин используется в данном случае лишь метафорически: эмпатия есть аффективное «понимание». Эмоциональная ее природа проявляется как раз в том, что ситуация другого человека, партнера по общению, не столько «продумывается», сколько «прочувствуется». Механизм эмпатии в определенных чертах сходен с механизмом идентификации: и там, и здесь

присутствует умение поставить себя на место другого, взглянуть на вещи с его точки зрения. Однако взглянуть на вещи с чьей-то точки зрения не обязательно означает отождествить себя с этим человеком. Если я отождествляю себя с кем-то — это значит, что я строю свое поведение так, как строит его этот «другой». Если же я проявляю к нему эмпатию, то просто принимаю во внимание линию его поведения (отношусь к ней сочувственно), но свою собственную могу строить совсем по-иному. И в том, и в другом случаях налицо будет «принятие в расчет» поведения другого человека, но результат наших совместных действий будет различным: одно дело — понять партнера по общению, встав на его позицию, действуя, как он, другое дело — понять его, приняв в расчет его точку зрения, даже сочувствуя ей, но действуя по-своему.

Впрочем, оба случая требуют решения еще одного вопроса: как будет тот, «другой», то есть партнер по общению, понимать меня. От этого будет зависеть наше взаимодействие. Иными словами, процесс понимания друг друга осложняется явлением рефлексии.

В отличие от философского употребления термина, в социальной психологии под рефлексией понимается осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание или понимание другого, но знание того, как другой понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга.

#### **4.4. Изучение межличностной перцепции. Атрибуция**

Рассмотренные механизмы взаимопонимания позволяют перейти к анализу процесса познания людьми друг друга в целом. Все исследования в этой области можно разделить на два больших класса:

- изучение содержания межличностной перцепции (характеристики субъекта и объекта восприятия, их свойств и пр.);
- изучение самого процесса межличностной перцепции (анализ ее механизмов, сопровождающих ее эффектов).

Содержание межличностного восприятия зависит от характеристик как субъекта, так и объекта восприятия, потому что они включены в определенное взаимодействие, имеющее две стороны: оценивание друг друга и изменение каких-то характеристик друг друга благодаря самому факту своего присутствия. В первом случае взаимодействие можно констатировать по тому, что каждый из участников, оценивая другого, стремится построить определенную систему интерпретации его поведения, в частности, его причин. Интерпретация поведения другого человека может основываться на знании причин этого поведения, и тогда это задача научной психологии. Но в обыденной жизни люди сплошь и рядом не знают действительных причин поведения другого человека или знают их недостаточно. Тогда, в условиях дефицита информации, они начинают приписывать друг другу как причины поведения, так иногда и сами образцы поведения или какие-то более

общие характеристики. Приписывание осуществляется либо на основе сходства поведения воспринимаемого лица с каким-то другим образцом, имевшимся в прошлом опыте субъекта восприятия, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в аналогичной ситуации (в этом случае может действовать механизм идентификации). Но, так или иначе, возникает целая система способов такого приписывания (атрибуции).

#### 4.5. Каузальная атрибуция

Особая отрасль социальной психологии, получившая название каузальной атрибуции, анализирует именно эти процессы (Г. Келли, Э. Джонс, К. Дэвис, Д. Кенноуз, Р. Нисбет, Л. Стрикленд). Исследования каузальной атрибуции направлены на изучение попыток «рядового человека», «человека с улицы» понять причину и следствие тех событий, свидетелем или участником которых он является. Это включает также интерпретацию своего и чужого поведения, что и выступает составной частью межличностного восприятия. Если на первых порах исследования атрибуции речь шла лишь о приписывании причин поведения другого человека, то позже стали изучаться способы приписывания более широкого класса характеристик: намерений, чувств, качеств личности. **Сам феномен приписывания возникает тогда, когда у человека есть дефицит информации о другом человеке: заменять ее и приходится процессом приписывания.**

Мера и степень приписывания в процессе межличностного восприятия зависит от двух показателей:

- от степени уникальности или типичности поступка (типичное поведение есть поведение, предписанное ролевыми образцами, и потому оно легче поддается однозначной интерпретации; напротив, уникальное поведение допускает много различных интерпретаций и, следовательно, дает простор приписыванию его причин и характеристик);
- от степени его социальной «желательности» или «нежелательности» (под социально «желательным» понимается поведение, соответствующее социальным и культурным нормам и тем сравнительно легко и однозначно объясняемое; при нарушении таких норм (социально «нежелательное» поведение) диапазон возможных объяснений расширяется).

Характер атрибуций зависит и от того, выступает ли субъект восприятия сам участником какого-либо события или его наблюдателем. В этих двух различных случаях избирается разный тип атрибуции. Г. Келли выделил три таких типа:

- личностную атрибуцию (когда причина приписывается лично совершающему поступок);
- объектную атрибуцию (когда причина приписывается тому объекту, на который направлено действие);
- обстоятельственную атрибуцию (когда причина совершающегося приписывается

обстоятельствам).

Было выявлено, что наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник склонен в большей мере объяснить происходящее обстоятельствами. Эта особенность отчетливо проявляется при приписывании причин успеха и неудачи: участник действия «винит» в неудаче преимущественно обстоятельства, в то время как наблюдатель «винит» в неудаче, прежде всего, самого исполнителя.

Это соответствует идее Ф. Хайдера, который сознательно ввел в социальную психологию правомерность ссылок на «наивную» психологию «человека с улицы», то есть на соображения здравого смысла. Согласно Хайдеру, людям вообще свойственно рассуждать таким образом: «плохой человек обладает плохими чертами», «хороший человек обладает хорошими чертами» и т.д. Поэтому приписывание причин поведения и характеристик осуществляется по этой же модели: «плохим» людям всегда приписываются плохие поступки, а «хорошим» — хорошие.

Правда, наряду с этим в теориях каузальной атрибуции уделяется внимание и идее контрастных представлений, когда «плохому» человеку приписываются отрицательные черты, а сам воспринимающий оценивает себя по контрасту как носителя самых положительных черт. Все подобного рода экспериментальные исследования поставили чрезвычайно важный вопрос более общего плана — вопрос о роли установки в процессе восприятия человека человеком. Особенно значительна эта роль при формировании первого впечатления о незнакомом человеке, что было выявлено в экспериментах А.А. Бодалева.

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

Подобного рода исследования пытаются найти ответ на вопрос о роли характеристик воспринимающего в процессе межличностного восприятия: какие именно характеристики здесь значимы, при каких обстоятельствах они проявляются и т.д. Другой ряд экспериментальных исследований посвящен характеристикам объекта восприятия. Как выясняется, от них также в значительной мере зависит успех или неуспех межличностной перцепции. Индивидуальные психологические особенности различных людей различны, в том числе и в плане большего или меньшего «раскрытия» себя для восприятия другими людьми. На уровне здравого смысла эти различия фиксируются достаточно четко («он — скрытный», «он — себе на уме» и т.д.). Однако эти соображения здравого смысла мало чем могут помочь при установлении причин этого явления, а значит, и при построении

прогноза успешности межличностного восприятия.

#### 4.6. Эффекты «ореола», «первичности» и «новизны»

Чтобы обеспечить такое прогнозирование ситуации межличностного восприятия, необходимо принять в расчет и вторую область исследований, которая связана с выделением различных «эффектов», возникающих при восприятии людьми друг друга. Более всего исследованы три таких «эффекта»: **эффект ореола («галозэффект»), эффект новизны и первичности, а также эффект, или явление, стереотипизации.**

Сущность «эффекта ореола» заключается в формировании специфической установки на воспринимаемого через направленное приписывание ему определенных качеств: информация, получаемая о каком-то человеке, категоризируется определенным образом, а именно — накладывается на тот образ, который уже был создан заранее. Этот образ, ранее существовавший, исполняет 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.

Тесно связаны с этим эффектом и **эффекты «первичности» и «новизны»**. Оба они касаются значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем.

*В одном эксперименте четырем различным группам студентов был представлен некий незнакомец, о котором было сказано: 1-й группе — что он экстраверт; 2-й группе — что он интроверт; 3-й группе — сначала, что он экстраверт, а потом — что он интроверт; 4-й группе — то же, что 3-й, но в обратном порядке. Всем четырем группам было предложено описать незнакомца в терминах предложенных качеств его личности. В двух первых группах никаких проблем с таким описанием не возникло. В третьей и четвертой группах впечатления о незнакомце точно соответствовали порядку предъявления информации: первичная возобладала. Такой эффект получил название «эффекта первичности» и был зарегистрирован в тех случаях, когда воспринимается незнакомый человек. Напротив, в ситуациях восприятия знакомого человека действует «эффект новизны», который заключается в том, что последняя, то есть более новая, информация оказывается наиболее значимой.*

В более широком плане все эти эффекты можно рассмотреть как проявления особого

процесса, сопровождающего восприятие человека человеком, а именно **процесса стереотипизации**. Впервые термин «социальный стереотип» был введен У. Липпманом в 1922 г., и для него в этом термине содержался негативный оттенок, связанный с ложностью и неточностью представлений, которыми оперирует пропаганда. В более же широком смысле слова **стереотип — это некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным «сокращением» при взаимодействии с этим явлением.**

#### 4.7. Стереотипы в общении

Стереотипы в общении, возникающие, в частности, при познании людьми друг друга, имеют и специфическое происхождение, и специфический смысл. Как правило, стереотип возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта, в результате стремления строить выводы на базе ограниченной информации. Очень часто стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например, принадлежности его к какой-то профессии. Тогда ярко выраженные профессиональные черты у встреченных в прошлом представителей этой профессии рассматриваются как черты, присущие всякому представителю этой профессии («*все учительницы назидательны*», «*все бухгалтеры — педанты*» и т.д.). Здесь проявляется тенденция «извлекать смысл» из предшествующего опыта, строить заключения по сходству с этим предшествующим опытом, не смущаясь его ограниченностью.

Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга может привести к двум различным следствиям:

- к определенному упрощению процесса познания другого человека; в этом случае стереотип не обязательно несет на себе оценочную нагрузку: в восприятии другого человека не происходит «сдвига» в сторону его эмоционального принятия или непринятия, остается просто упрощенный подход, который, хотя и не способствует точности построения образа другого, часто заставляет заменить его штампом, но тем не менее в каком-то смысле необходим, ибо помогает сокращать процесс познания;
- к возникновению предубеждения; если суждение строится на основе прошлого ограниченного опыта, а опыт этот был негативным, всякое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью.

Возникновение таких предубеждений зафиксировано в многочисленных экспериментальных исследованиях, но естественно, что они особенно отрицательно проявляют себя не в условиях лаборатории, а в условиях реальной жизни, когда могут нанести серьезный вред не только общению людей между собой, но и их взаимоотношениям. Особенно распространенными являются этнические стереотипы, когда на основе ограниченной информации об отдельных представителях каких-либо этнических групп строятся предвзятые выводы относительно всей группы.

#### 4.8. Проблема точности восприятия человека человеком

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что чрезвычайно сложная природа процесса межличностной перцепции заставляет с особой тщательностью исследовать проблему точности восприятия человека человеком.

Этот вопрос связан с решением более общей теоретико-методологической проблемы: что вообще означает «точность» восприятия социальных объектов. При восприятии физических объектов мы можем проверить точность восприятия, сопоставив его результаты с объективной фиксацией, измерением некоторых качеств и свойств объектов. В случае познания другого человека впечатление, полученное о нем воспринимающим субъектом, не с чем сопоставить, так как отсутствуют методики прямой регистрации многочисленных качеств личности другого человека. Конечно, определенную помощь могут в данном случае оказать различные личностные тесты, но, во-первых, не существует тестов для выявления и измерения всех характеристик человека (следовательно, сопоставление если и возможно, то только по тем характеристикам, для которых существуют тесты); во-вторых, как это уже отмечалось, тесты нельзя рассматривать как единственный инструмент исследования личности, поскольку им присущи те или иные ограничения.

Эта трудность — отсутствие возможности проверить точность восприятия другого человека путем прямого сопоставления с данными объективных методик — заставляет искать иные подходы к самому пониманию проблемы и путям ее решения. Один из таких путей — осмысление всей совокупности «помех», стоящих на пути межличностной перцепции. К таким «помехам» могут быть отнесены все рассмотренные нами механизмы, эффекты, возникающие в этом процессе. Конечно, знание того факта, что впечатления о человеке категоризируются в основном на основе прошлого опыта, или что при формировании их действует эффект первичности, косвенным образом помогает в установлении неточности межличностного восприятия. Однако знание этих механизмов может лишь указать на факт такой неточности, но не помогает в определении ее меры.

То же относится и к другому ряду средств, а именно — к более пристальному изучению перцептивных способностей субъекта восприятия. Довольно давно в социальной психологии родилась заманчивая идея отыскать средства развития перцептивных способностей различных людей.

*Целый ряд экспериментов был поставлен для того, чтобы выявить, обладает ли определенной стабильностью способность отдельных индивидов «читать» характеристики других людей. Эти эксперименты не дали однозначного ответа на вопрос: примерно в 50% случаев такая стабильность была зафиксирована, а в других 50% — ее не удалось выявить. Такие же противоречивые результаты были получены и относительно того, можно ли обучить искусству более точного восприятия другого человека. Несмотря на то, что вопрос этот остается дискуссионным, ряд усилий, тем не менее, предпринимается. Они связаны с использованием для этих целей социально-психологического тренинга. Наряду с тем, что тренинг применяется для обучения искусству общения в целом, его специальные приемы ориентированы на повышение перцептивной компетентности, то есть точности восприятия.*

Программы тренинга, применяемые в этом случае, весьма разнообразны. Самой простой и неожиданной из них является фиксирование внимания лиц, для которых точность восприятия других людей особенно значима (учителя, врачи, руководители разных рангов), на таком простом факте, как чрезвычайная распространенность различных «ходячих представлений» относительно связи физических характеристик человека и его психологических особенностей. Произвольные представления о связи различных характеристик человека получили название «иллюзорных корреляций». Эти своеобразные «стереотипы» основываются не только на «жизненном опыте», но часто на обрывках знаний, сведений о различных психологических концепциях, имевших распространение в прошлом (например, идей Кречмера о связи типов конституции человека с чертами его характера, идей физиогномики о соответствии черт лица некоторым психологическим характеристикам и т.д.). Само привлечение внимания к этим обстоятельствам имеет очень большое значение, поскольку обычно мало кто отдаст себе отчет в том, насколько эти факторы осложняют процесс межличностного восприятия. А.А. Бодалев получил в этом отношении весьма интересные данные: из 72 опрошенных им людей относительно того, как они воспринимают внешние черты других людей, 9 ответили, что квадратный подбородок — признак сильной воли, 17 — что большой лоб — признак ума, 3 отождествляют жесткие волосы с непокорным характером, 16 — полноту с добродушием, для 2-х человек толстые губы — символ сексуальности, для 5-и — малый рост — свидетельство властности, для 1-ого — близко посаженные друг к другу глаза означают вспыльчивость, а для 5-и других — красота — признак глупости. Никакой тренинг в полной мере не сможет снять эти житейские обобщения, однако он может хотя бы озадачить человека в вопросе о «безусловности» его суждений по поводу других людей.

Другой прием, применяемый, в частности, в видеотренинге, состоит в том, чтобы научить видеть себя со стороны, сопоставив представления о себе с тем, как тебя воспринимают другие. Особое значение при этом имеет набор понятий, категорий, при помощи которых даются самим субъектом и другими людьми его описания. Это сближение собственных и чужих представлений о себе также в определенной степени служит повышению точности восприятия. Однако в этой связи встает принципиально важный вопрос относительно того, в каких группах есть смысл заниматься тренингом. Большой опыт организации этой работы показал, что навыки, приобретенные в специальных группах тренинга, не обязательно удерживаются потом в реальных ситуациях взаимодействия. Поэтому особенно целесообразным является тренинг на точность восприятия в реальных группах, объединенных совместной деятельностью. Г. Гибш и М. Форверг в свое время обратили внимание на тот факт, что, например, близость собственного и чужого представлений об одном человеке значительно больше в долго существующих группах, связанных единой системой деятельности. Однако вопрос о том, способствует ли повышению точности восприятия длительное общение с человеком, заданное совместной деятельностью, нельзя считать полностью решенным. Ряд экспериментальных исследований показывает, что по мере существования длительного контакта возникающая пристрастность к объекту восприятия,

*напротив, служит источником различного рода искажений образа воспринимаемого. Исследование этого частного вопроса, относящегося к характеристике общения, демонстрирует необходимость дальнейшего его исследования в контексте конкретных групп и конкретной деятельности этих групп.*

## 4.9. Аттракция

Особый круг проблем межличностного восприятия возникает в связи с включением в этот процесс специфических эмоциональных регуляторов. Люди не просто воспринимают друг друга, но формируют по отношению друг к другу определенные отношения. На основе сделанных оценок рождается разнообразная гамма чувств — от неприятия того или иного человека до симпатии, даже любви к нему. Область исследований, связанных с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название исследования **аттракции**. Буквально аттракция — привлечение, но специфический оттенок в значении этого слова в русском языке не передает всего содержания понятия «аттракция».

**Аттракция** — это и процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, и продукт этого процесса, то есть некоторое качество отношения.

Эту многозначность термина особенно важно подчеркнуть и иметь в виду, когда аттракция исследуется не сама по себе, а в контексте третьей, перцептивной, стороны общения. С одной стороны, встает вопрос о том, каков механизм формирования привязанностей, дружеских чувств или, наоборот, неприязни при восприятии другого человека, а с другой — какова роль этого явления (и процесса, и его «продукта») в структуре общения в целом, в развитии его как определенной системы, включающей в себя и обмен информацией, и взаимодействие, и установление взаимопонимания.

Включение аттракции в процесс межличностного восприятия с особой четкостью раскрывает ту характеристику человеческого общения, которая уже отмечалась выше, а именно тот факт, что общение всегда есть реализация определенных отношений (как общественных, так и межличностных). Аттракция связана преимущественно с этим вторым типом отношений, реализуемых в общении.

Исследование аттракции в социальной психологии — сравнительно новая область. Ее возникновение связано с ломкой определенных предубеждений. Долгое время считалось, что сфера изучения таких феноменов, как дружба, симпатия, любовь, не может быть областью научного анализа, скорее, это область искусства, литературы и т.д. До сих пор встречается точка зрения, что рассмотрение этих явлений наукой наталкивается на непреодолимые препятствия не только вследствие сложности изучаемых явлений, но и вследствие различных возникающих здесь этических затруднений.

Однако логика изучения межличностного восприятия заставила социальную психологию принять и эту проблематику, и в настоящее время насчитывается довольно большое

количество экспериментальных работ и теоретических обобщений в этой области.

**Аттракцию** можно рассматривать как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент, когда этот «другой» оценивается преимущественно в категориях, свойственных аффективным оценкам.

Эмпирические (в том числе экспериментальные) исследования главным образом и посвящены выяснению тех факторов, которые приводят к появлению положительных эмоциональных отношений между людьми. Изучается, в частности, вопрос о роли сходства характеристик субъекта и объекта восприятия в процессе формирования аттракции, о роли «экологических» характеристик процесса общения (близость партнеров по общению, частота встреч и т.п.). Во многих работах выявлялась связь между аттракцией и особым типом взаимодействия, складывающимся между партнерами, например, в условиях «помогающего» поведения. Если весь процесс межличностной перцепции не может быть рассмотрен вне возникающего при этом определенного отношения, то процесс аттракции есть как раз возникновение положительного эмоционального отношения при восприятии другого человека. Выделены различные уровни аттракции: симпатия, дружба, любовь.

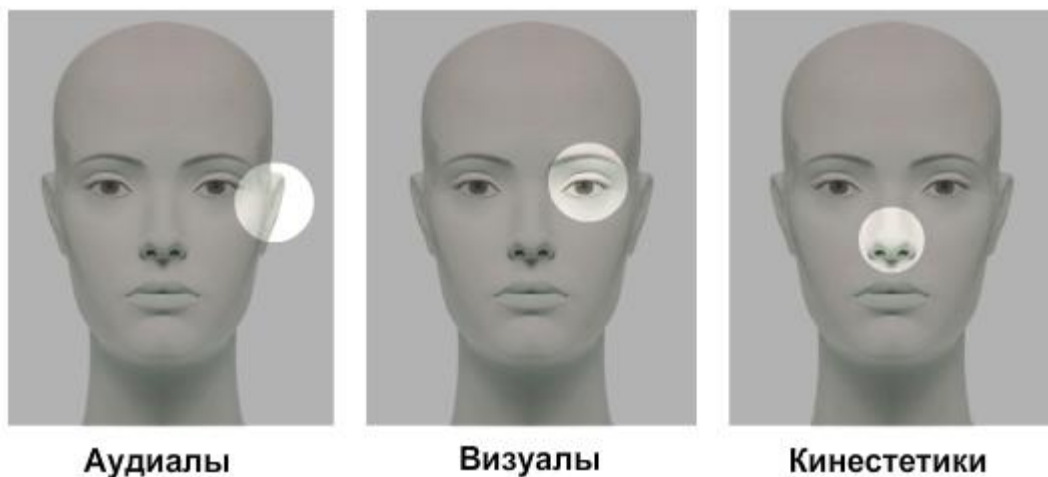
Исследование аттракции в контексте групповой деятельности открывает широкую перспективу для новой интерпретации функций аттракции, в частности функции эмоциональной регуляции межличностных отношений в группе. Такого рода работы лишь начинаются. Но сразу важно обозначить их место в общей логике социальной психологии. Естественное развитие представления о человеческом общении как единстве его трех сторон позволяет наметить пути изучения аттракции в контексте общения индивидов в группе.

#### **4.10. Зависимость восприятия от сенсорной системы**

В связи с тем, что каждая сенсорная репрезентативная система напрямую связана с приобретением, преобразованием, репрезентированием, хранением и воспроизведением информации, то, используя их в определенной последовательности, каждый человек создает свою собственную репрезентацию окружающего мира, то есть субъективную модель мира.

От направленности внимания зависит то, в каких комбинациях используются сенсорные репрезентации для кодирования происходящих явлений и процессов в окружающем мире. Д. Миллер показал, что сознательно человек может воспринимать  $7 \pm 2$  единицы информации одновременно, и разные люди по-разному «распределяют» этот ресурс восприятия между репрезентативными системами. Следовательно, тот фильтр, через который пройдет больше битов информации в единицу времени, и обеспечит в конечном итоге, точность и характер (визуальный, аудиальный, кинестетический) «сенсорный записи».

Таким образом, люди имеют предпочтение в способе получения информации и работы с ней, выделяя среди сенсорных репрезентативных систем одну, наиболее часто и привычно используемую и, следовательно, вносящую наибольший вклад в репрезентацию мира. Такая сенсорная репрезентативная система обозначается как *ведущая*. Людей с ведущей визуальной системой называют визуалами, с ведущей аудиальной — аудиалами, с ведущей кинестетической — кинестетиками.



**Рис. 16. Визуалы, аудиалы, кинестетики**

По статистике:

- 60-70 % людей мыслят образами;
- 20-25 % воспринимают информацию в акустической форме;
- 15-10 % воспринимают мир посредством запахов, тактильных и вкусовых ощущений.

Три механизма трансформации информации

Наряду с перцептивными фильтрами, на степень расхождения «карты» и «территории» влияет работа механизмов трансформации информации, которые адаптируют новую информацию к уже имеющейся — облегчают вписывание воспринимаемого в существующий образ мира. Задача механизмов трансформации состоит в поддержании внутренней согласованности и функционального удобства образа мира человека. Выделяют три основных механизма трансформации информации — *генерализация (обобщение), опущение и искажение*.

**Генерализация (обобщение) состоит в переносе когнитивного правила на новые контексты.**

С одной стороны, без действия подобного механизма невозможно эффективное обучение (приходилось бы учиться решать не класс похожих задач, а каждую задачу в отдельности), а с другой — правило, справедливое в исходном контексте, отнюдь не

обязательно сохраняет свою адаптивную ценность в новых. Ограничивающая роль генерализации состоит в том, что частный негативный опыт переносится на широкий контекст схожих ситуаций.

*Например, убедившись в неискренности одного из своих партнеров («Иванову нельзя верить»), человек приходит к обобщенному выводу «никому нельзя верить», то есть переносит эмпирическое правило, справедливое в конкретном случае на неопределенно широкий круг ситуаций, что в дальнейшем может негативно повлиять на продуктивность его взаимодействия с людьми.*

Иерархию структуры субъективного опыта человека можно представить как продукт обобщения знаний об окружающем мире и себе самом, выраженных в логических уровнях.

**Опущение информации позволяет сократить мир до контролируемых размеров, игнорируя те области, которые на данном этапе не представляется возможным освоить.**

Наиболее явно это проявляется в ограниченности наших анализаторов. За счет опущения человек получает возможность лучше сфокусироваться на выделенном секторе реальности, повышая эффективность своего поведения в нем, но при этом может пропустить нечто по-настоящему значимое в «отсекаемых» областях. *Так, рассматривая кого-либо в качестве привлекательного человека, мы склонны игнорировать негативные элементы его поведения, не вписывающиеся в созданный нами образ. В какой-то момент «эксцентричные мелочи» перерастают иногда в категорически неприемлемый стиль поведения, опущение перестает срабатывать. Иными словами, полезное в одних ситуациях опущение информации может и ограничивать возможности человека, если в силу каких-либо обстоятельств начинает затрагивать те стороны реальности, отслеживание которых существенно для его продуктивного взаимодействия с миром.*

В соответствии с тем, что воспринимается, человек выстраивает свою собственную реальность, не обязательно соотносящуюся с тем, каков мир на самом деле. Известно, что человеческие анализаторы и рецепторы не перестают работать даже во сне, и без механизмов опущения субъект был бы вынужден постоянно осознавать весь поток информации и вряд ли смог бы заснуть. С другой стороны, нередко из имеющегося потока имеющейся информации человек может опустить наиболее значимые части, и в этом кроется основа недопонимания между людьми.

**Искажение информации выражается в смещении акцентов восприятия сенсорных данных для сохранения модели реальности.**

В данном случае воспринятая информация интерпретируется исходя из того места, которое может ей быть отведено в рамках существующей модели, даже если такого рода объяснение не является наиболее естественным или полезным. *Так, будучи уверенным,*

*что все вокруг — конкуренты, человек видит их «происки» повсюду — в проявлении внимания коллег, в их желании оказать поддержку и т.д.*

Два предыдущих процесса можно рассматривать как частный случай механизма искажения. В этом смысле любая полученная информация является искаженной. Искрая реальность, человек тем самым выстраивает систему взаимоотношений с внешней средой, на основе чего создаются индивидуальные модели взаимоотношений с реальностью, что и является одной из причин человеческой субъективности. Любая модель человека основывается не на принципе правильности, а действует лишь исходя из *полезности*. Именно поэтому на определенном этапе жизни человек чаще начинает реагировать на внутренние модели больше, чем на внешние изменяющиеся события. И наоборот, чтобы передать реальность для других адекватным способом, люди вынуждены подстраивать ее под механизмы внутреннего искажения.

*Например, художник при передаче перспективы специально искажает линии на рисунке, чтобы возникла иллюзия трехмерного изображения.*

Таким образом, совместная работа процессов трансформации информации защищает и поддерживает стабильность сформировавшихся моделей мира. Учитывая, что построение более полных моделей ограничено фильтрами восприятия, в стабильном состоянии часто поддерживаются отнюдь не самые полные и полезные модели.

## 4.11. Речь

Все три описанных механизма имеют отражение в речи человека, то есть с каждым из них связаны определенные речевые паттерны.

Условно в речи можно выделить два уровня:

- глубинную структуру — наиболее полное сенсорное словесное описание опыта человека;
- поверхностную структуру — результат действия всех механизмов, выраженных в конкретных лексических формах этого опыта.

Работа всех трех механизмов в поверхностной структуре увеличивает скорость передачи информации при потере ее точности. Общаясь друг с другом, нельзя забывать, что слова являются лишь кодами человеческого опыта, а слова из поверхностного опыта — самые далекие от реальности, так как по сути это коды кодов. Слова — это якоря, которые побуждают человека опускаться в собственную модель мира для перевода их в категорию образов, звуков и чувств, причем в сенсорной речи эти якоря более однозначны (например, слова «зеленый», «громкий», «тяжелый» более сенсорны, нежели слова «философия», «физика», «когнитивный»). Внутреннее разыскание значения слова в лингвистике называют **трансдеривационным поиском** («транс» — через, «дериват» — основание языка). Слушая любое слово, человек запускает такой поиск. Чем более слово удалено от глубинной структуры, тем дольше длится поиск. Общение между людьми можно представить как обмен якорями из слов. Один собеседник побуждает другого

искать в своей реальности смысл сказанного.

Люди по-разному пользуются языком, и знание указанных механизмов помогает понять, почему одни могут быть эффективными коммуникаторами, а другие — нет. Если требуется предоставить большую свободу другому человеку для собственной интерпретации ситуации, то полезнее использовать неспецифичную речь, если же необходимо достичь большей точности в коммуникации, то полезно заботиться об употреблении более сенсорных слов, задавать специальные уточняющие вопросы с целью запуска работы механизмов обобщения, искажения и опущения в противоположном направлении.

## 4.12. Метапрограммы

**Метапрограммы** — это характерные способы организации информации и концентрации нашего внимания в окружающем и внутреннем мире. Они работают как избирательные фильтры в процессе выработки приоритетов: какую информацию выделить как значимую для нас, а какую — исключить.

У каждой метапрограммы есть два или больше выборов, направляющих наше внимание на альтернативные аспекты реальности. Каждый человек имеет свою конкретную, выработанную им за годы жизни комбинацию метапрограмм, что, конечно же, сказывается на особенностях его восприятия, характера, поведения и привычек. Умение определять метапрограммный профиль собеседника дает возможность наиболее точно определять предпочтения человека и, соответственно, создавать более эффективную коммуникацию. Развитие гибкости в использовании различных метапрограмм позволяет значительно расширить возможности собственного восприятия, влиять на свое поведение и повысить эффективность общения со «сложными» людьми.

### 1. Классификация мира по... или «Врата сортировки»

- людям (кто?)
- ценностям (зачем?)
- процессам/ процедурам (как?)
- действиям/ вещам (что?)
- времени (когда?)
- места (где?)

### 2. Стиль организации информации.

- а. размер обобщения
  - крупный (большой масштаб, общий вид)
  - мелкий (конкретика, детали)
- б. способ мышления

- дедукция (от общего к частному)
  - индукция (от частного к общему)
  - традукция (аналогия)
- c. ведущая сенсорная репрезентативная система
- визуальная
  - аудиальная
  - кинестетическая
3. **Фокус сравнения.**
- совпадение (сортировка по сходству, консенсус)
  - несовпадение (сортировка по различию, конфронтация)
4. **Мотивация.**
- a. перспектива
- приближения (к), позитив
  - избегания (от), негатив
- b. стиль ответа
- активный
  - пассивный
5. **Референция.**
- внутренняя (я сам, мое, мне)
  - внешняя (другие)
  - контекст (ситуация, система, случай)
6. **Время.**
- a. ориентация на:
- прошлое
  - настоящее
  - будущее
- b. продолжительность
- включенное время («счастливые часов не наблюдают»)
  - сквозное время (всегда знает, который час)
7. **Убедители.**
- интенсивность
  - продолжительность
  - количество
  - периодичность

## Метапрограммы. Убедители

Рассмотрим подробнее такой феномен, как убедители.

Если речь идет о целях, то всегда есть период достижения гармонии, когда мы учимся быть счастливыми, восстанавливаем здоровье, находим и растим в себе любовь, и этот период также будет иметь свои критерии окончания. Соответственно, разбираясь с подобными процессами, мы должны выяснить свои убедители. Чаще всего, подобными убедителями оказываются **интенсивность** переживаний, **продолжительность** по времени, количество успешных опытов, слова **значимых** людей, **периодичность** подтверждений и т.д. После того, как убедитель срабатывает, мы уже можем переходить на менее энергоемкий процесс поддержания достигнутого уровня.

Убедители нужны не только для таких глобальных целей, но и просто для процессуальных навыков типа жонглирования, танца, пения... Ведь ни для кого не секрет, что у любого жонглера иногда падают предметы, но он не перестает от этого верить в свои силы. Танец может не получиться, голос — сорваться... А убежденность — остается.

История знает множество примеров, когда травмированные спортсмены заново выстраивали себя и достигали новых вершин, когда обанкротившиеся предприниматели «с нуля» зарабатывали миллионные состояния — помогает однажды достигнутая убежденность. Сработали убедители — и человек поверил в себя.

Как можно убедиться, что уже умеешь хорошо танцевать? Можно узнать об этом по реакции людей — восхищенным возгласам (интенсивность), количеству (достаточному для тебя) приглашений на танец, длительностью времени, в течение которого люди не могут оторвать от тебя взгляда, или может потребоваться, чтобы подобное повторялось, скажем, месяц. У каждого свои убедители. Есть те, кого интересует свое собственное мнение (вспоминаем о критериях), и тогда убедителями оказываются чисто телесное наслаждение от танца или самолюбование в зеркалах (интенсивность), соответствие движений каким-либо канонам — правильность, безошибочность (степень, количество раз, время «безошибочности») и т.д. Важно то, чтобы рано или поздно ваш убедитель — сработал. И тогда — цель достигнута! Можно праздновать.

## Метамодель

**Метамодель** — это инструмент вербального сбора информации, который позволяет осознать, как отдельные речевые структуры связаны тремя универсальными механизмами моделирования, и использовать специальные вопросы к конкретным лингвистическим паттернам в речи, чтобы вместо обобщения — детализировать, вместо опущения — восполнить, вместо искажения — вернуться к первоначальной форме и смыслу в сообщении.

Закономерности метамоделей необходимо использовать там, где важно достижение точности в коммуникации.

**Язык** — это репрезентация опыта (подобно тому, как карта является репрезентацией территории). Слова имеют значение только в том смысле, что они указывают на первичный опыт, являясь кодами реальности. В процессе кодирования чувственного опыта в слова в процессе речи человека и в процессе декодирования, когда слушатель переводит слова в свою систему чувственной репрезентации происходит потеря или искажение важной информации. Мета модель образует эксплицитный набор средств для сбора информации, предназначенных для определения вербальных паттернов в речи человека и их уточнения в тех случаях, когда нужна более точная информация.

Можно выделить следующие паттерны метамоделей:

- **неконкретные имена существительные и местоимения**

*Цель конкретизации* — восстановить упущенную информацию, уточнить референтный опыт.

#### **М-М вопросы (метамоделные): Кто именно? Что именно? Кто конкретно?**

Для получения полной репрезентации информации следует уточнить имя существительное или местоимение.

*Ваши **товары** некачественные. — Какие именно товары?*

Аналогично поступают, если употребляется **номинализация**, то есть использование слов с процессуальным значением в качестве имен существительных, причем процессуальность как бы исчезает (стандартный тест на номинализацию: «Можно ли это положить в тележку?», если это существительное нельзя потрогать, услышать, увидеть или почувствовать его запах или вкус, то это номинализация);

#### **М-М вопросы: Где? Когда? Каким образом?**

*У нас нет уверенности в качестве ваших продуктов. — В чем для вас выражается качество? Как вы хотите удостовериться?*

- **неконкретные глаголы**

*Цель конкретизации* — определить комплексную эквивалентность поведения или процесса. Глаголы обозначают процессы или действия, причем детали процесса могут значительно варьироваться. Подход метамоделей ставит целью выявить конкретный набор типов поведения, подразумеваемых говорящим;

#### **М-М вопросы: Как именно?**

*Сотрудники **полагаются** на меня. — В чем именно они полагаются?*

Этот проект **выведет** нашу фирму вперед. — Когда именно выведет?

- **модальные операторы невозможности и необходимости; указатели границ опыта**

*Цель конкретизации* — выйти за установленные границы возможностей, уточнить имеющуюся информацию, получить доступ к желаемой информации. Выражения типа «я не могу» (невозможность), «я должен» (долженствование), «я обязан» (необходимость) накладывают ограничения на поведение. Уточнения выявляют конкретные условия или последствия, которые делают действие необходимым или невозможным;

**М-М вопросы: Что вам мешает?**

**Что бы случилось, если бы вы сделали/не сделали? смогли/не смогли?**

**Кто это сказал?**

*Наш товар должен быть высшего качества. — Что вам мешает? Что произойдет, если у вас будет такой товар?*

*Отказываться от работы с предыдущим поставщиком мы не можем, а работать с несколькими — не выгодно. — Кто сказал, что не можете? Что случится, если откажетесь?*

- **универсальные количественные слова и словосочетания**

*Цель конкретизации* — конкретизировать сделанное сверхобобщение. Универсальные слова типа «все», «никогда», «каждый», «всегда», «все время» и т.п., указывают на сверхобобщение. В просьбе уточнить предлагается сделать переоценку репрезентации с тем, чтобы дифференцировать членов группы более эффективно, что увеличит возможность выбора;

**М-М вопросы:**

1. **Повторите УК в вопросительной форме.**
2. **«Сгустите краски» еще больше.**
3. **Получите от собеседника пример исключения из правил.**
4. **Уточните референтный опыт.**

*Все мужчины жадные.*

1. *Все мужчины?*
2. *Каждый мужчина, которого вы встречали в жизни, был жадным?*
3. *Вы не можете вспомнить хотя бы одного, кто был щедрым?*
4. *Какие конкретно мужчины жадные?*

«Проплекс» никто не знает.

1. Никто не знает?
2. То есть ни один специалист в России не знает, что такое «Проплекс»?
3. Может быть, вам известен хотя бы один человек, знающий о «Проплексе»?
4. Хорошо, кому именно из тех, кого вы знаете, ничего неизвестно о «Проплексе»?
  - **сравнительные прилагательные и наречия (сравнение с умолчанием).**

*Цель конкретизации* — выяснить эталон сравнения, то, с чем сравнивают. Сравнительные — это прилагательные и наречия, обозначающие сравнение, но при этом опускается то/тот, с кем/чем сравнивают.

### **М-М вопросы: по сравнению с кем/с чем?**

*Дела идут и так хорошо — в вас нет необходимости. — Хорошо по сравнению с чем?*

*Слишком незначительная прибыль. — Незначительная, исходя из каких расчетов?*

*Прибыль выше. — Выше чего?*

*Лена щедрее. — Щедрее кого? В чем это проявляется?*

Следует иметь в виду, что паттерны метамоделей соотносятся с логическими уровнями.

Логические уровни	Паттерны метамоделей
Убеждения/ценности	Универсальные количественные/ Модальные операторы/ Номинализации
Способности/стратегии	Сравнительные
Поведение	Неконкретные глаголы
Окружение	Неконкретные существительные

Работая с субъективным опытом человека, невозможно не учитывать причинно-следственные связи, которые являются основой для построения индивидуальной модели мира. Опыт и время тесно связаны друг с другом, каждое мгновение жизни существует во времени.

## **Раздел 5 Управление впечатлением**

### **5.1. Понятия самопрезентации и управления**

В процессе межличностного взаимодействия существенная роль принадлежит управлению впечатлением.

**Управление впечатлением** — целенаправленная активность по контролю и регулированию информации в целях создания соответствующего образа.

В процессе управления впечатлением люди стремятся построить в сознании окружающих определенные представления о себе и других (например, друзьях и врагах), объектах (учреждении, жилье) или событиях. В случае, если совершается попытка контролирования собственного образа в глазах других людей, речь идет о *самопрезентации*.

**Самопрезентация** — процесс осознаваемого или неосознаваемого, целенаправленного или стихийного предъявления определенных аспектов собственной самости окружающим, осуществляемый при взаимодействии людей.

Самопрезентация выступает в качестве субкатегории управления впечатлением, связанного с более широким процессом контроля и регулирования информации о других людях, объектах и событиях.

Категория управления впечатлением имеет довольно длительную историю изучения. Исходно при рассмотрении данного вопроса использовалась аналогия между социальной жизнью и театром. Наиболее точно она отражена Шекспиром в его известной цитате: «Весь мир театр, и люди в нем — актеры». Психологическое понятие формирования впечатления также имеет драматургическое происхождение. Латинское слово «персона» обозначало маску, надеваемую актером в театре, роль — деревянный барабан с отрывками текста, которые он декларировал, аттитюд — отношения и чувства, демонстрируемые актером на театральной сцене.

В рамках осуществляемых исследований предпринимаются попытки найти ответы на следующие ключевые вопросы:

1. Почему люди включаются в процесс управления впечатлением?
2. Какой образ самости люди пытаются сконструировать и сохранить?
3. Как они приходят к заключению о необходимости предъявления данного образа?
4. Какова роль аудитории в процессе управления впечатлением?
5. Является ли управление впечатлением искренним или показывает двуличности человека?
6. Каковы индивидуальные различия в управлении впечатлением?

## 5.2. «Драматургическая» концепция Ирвинга Гофмана

Первое систематизированное социально-психологическое рассмотрение вопроса управления впечатлением связано с работами И. Гофмана и, особенно, с его самой известной книгой «Презентация самости в повседневной жизни», отрывки из которой опубликованы на русском языке под названием «Представление себя другим». Введя концепцию социальной драматургии и используя ее терминологию, Гофман описывал межличностное поведение как спектакль, в котором заняты актеры. Он попытался вскрыть специфику межличностного взаимодействия, зафиксировав факт особой роли в нем презентуемого «Я». Гофман впервые поставил вопрос о существовании в рамках одного и того же человека как бы двух «Я»: «Я» — для себя и «Я» — для других, подчиненных целям, преследуемым во взаимодействии. Впоследствии он пришел к заключению о существовании еще и третьего «Я» — «чистого», или «необработанного» и проявляющегося в экстремальных ситуациях, например, в тюрьме или сумасшедшем доме.

В подходе Гофмана фиксируется внимание на важных аспектах межличностного взаимодействия в контексте управления впечатлением — целеподчиненность предъявления образа, осознание человеком собственной неаутентичности в самопредъявлении.

Анализ управления впечатлением основывается на общей идее о том, что люди пытаются контролировать информацию в целях ее приспособления к специфическим особенностям аудитории во имя решения поставленных задач. Данная тенденция рассматривается как ментальная характеристика социального поведения. В этом контексте управление впечатлением становится объектом не только социальной психологии, но и психологии личности, социализации, консультирования, воспитания и т.п.

Гофман подчеркивал мотивационный аспект управления впечатлением и рассматривал его как средство получения социального одобрения и достижения жизненно значимых социальных целей. Для продуктивного взаимодействия люди должны уметь определять ситуацию и исполняемые роли. Управление впечатлением является необходимой функцией коммуникации между людьми определенных идентичностей и планов взаимодействия. Как только желаемая идентичность установлена, каждый из участников взаимодействия возлагает на себя моральные обязательства вести себя в соответствии с избранной идентичностью (правило самоуважения: сохранение собственного лица) и одновременно принятия идентичности, определенной другими участниками взаимодействия (правило тактичности: сохранение лица другого). Таким образом, управление впечатлением позволяет участникам определиться друг в друге и наладить скоординированное и эффективное взаимодействие.

Более частные ответы на вопрос, почему люди вовлекаются в процесс управления впечатлением, вытекают из анализа их функций в социальной жизни. Прежде всего, он выполняет инструментальную функцию, позволяя достигать необходимых социальных целей и добиваться материальных результатов, включая одобрение, уважение, заработка, продвижение по службе и т.п. Достаточно очевидно, что успехи в социальной и

профессиональной самоактуализации во многом связаны со способностями к управлению впечатлением. Оно является также средством удовлетворения потребности во власти и контроле над окружением.

### 5.3. Самопрезентация и ее тактики

Большинство исследований по управлению впечатлением концентрируется на таком его аспекте, как самопрезентация. С ней и связан вопрос, какие именно образы люди стремятся сформировать в глазах окружающих. Первые исследования исходили из посылки, что люди стремятся сконструировать социально одобряемые образы. В них представлена довольно характерная для социальной психологии тенденция оперирования идеальными категориями и моделями, но идеальные модели, тем не менее, часто не стыкуются с житейской эмпирией.

В исследованиях последних лет признается факт существования различных образов и тактик эффективной самопрезентации. В частности, выделяются следующие тактики:

- запугивания (предполагает презентацию себя как властного, иррационального в целях устрашения аудитории);
- мольбы (предполагает презентирование себя как слабого и незащищенного в целях вызывания сочувствия со стороны аудитории);
- образцовости (предполагает презентацию себя как морально выдержанного в целях вызывания у аудитории чувства стыда за свои грехи и т.д.).

Часто они носят чисто манипулятивный характер и принимают формы различных игр, блестяще описанных Эриком Берном. Основной их целью является контроль за поведением других людей. Исследования показывают, что люди отнюдь не всегда стремятся к позитивному презентированию.

Обычно выделяют такие детерминанты презентирования:

- полезность для презентующего (то есть субъективная значимость тем выше, чем выше оценка результата со стороны значимого окружения);
- правдоподобность предъявляемого образа (то есть наличие уверенности, что у аудитории не будет оснований для сомнений в искренности).

Самопрезентация рассматривается как более полезная, если она значима для идентичности презентующего, то есть содержит значимые компоненты «Я»-концепции, или максимально способствует достижению значимой цели. Безусловно, самопрезентация обладает свободой воли, так как адресована социальному окружению и косвенно подчинена ролевым требованиям, невыполнение которых сопряжено с возможностью применения санкций.

Вопрос, как люди конструируют и сохраняют предъявляемые образы самости, также является существенным аспектом анализа области управления впечатлением. Исследователи различают преднамеренную и непреднамеренную самопрезентацию.

Преднамеренное самопрезентирование является более контролируемым, непреднамеренное — более спонтанным. Сложность контроля и того, и другого сопряжена, прежде всего, со способностью самомониторинга, то есть эффективностью обратной связи.

## 5.4. Самомониторинг

Наблюдаются явные индивидуальные различия у людей в степени мониторинга (то есть текущего самонаблюдения и контроля) за собственной самопрезентацией.

- Лица с высоким уровнем самомониторинга характеризуются высоким соответствием между желаемым и реальным самопрезентированием, что достигается за счет способности рефлексировать свой внешний облик, а также фиксировать рассогласования по реакциям аудитории.
- Другой отличительной особенностью данного типа людей является гибкость и трансформируемость в зависимости от изменений обстоятельств.

Здесь можно провести некоторую аналогию с хамелеоном, которая выражается в наличии высокой приспособляемости к обстоятельствам. Несомненным является и то, что для этого типа людей характерен высокий уровень непредсказуемости в поведении. Лица с низким уровнем самомониторинга в этом контексте отличаются большей естественностью и предсказуемостью, так как в их презентировании выражаются действительно устойчивые диспозиции.

Эмпирические исследования в области самомониторинга охватывают широкий спектр вопросов: соотношение самомониторинга и экспрессивного контроля, социальной перцепции, соответствие самооценки и внешней оценки, влияние межличностных ожиданий, зависимость от особенностей ситуации и социальных ролей и т.п.

Процесс самомониторинга тесно переплетен с самоверификацией, под которой понимается стратегия самопрезентирования, направленная на установление обратной связи с окружающими людьми в целях уточнения адекватности «Я»-концепции. Люди мотивированы на поддержание самосоответствия представлений о самих себе. Процесс самоверификации включается в случае появления сомнений в адекватности этих представлений о субъективно значимых аспектах собственного образа. Самоверификация включает различные формы:

- избирательное отношение к подтверждающей информации;
- избирательные отношения с людьми, подтверждающими адекватность «Я»-концепции;
- поведение, направленное на подтверждение или опровержение адекватности «Я»-концепции;
- обратная связь с другими людьми.

В случае неспособности опровержения информации о неадекватности "Я"-концепции

осуществляется ее постепенное уточнение, достигаемое за счет постоянной корректировки во взаимодействии со значимыми другими. Потребность в самоверификации обусловлена необходимостью обеспечения адекватности во взаимоотношениях с окружающими людьми, а также развития представлений о самих себе.

Несмотря на представленные механизмы самомониторинга и самоверификации, процесс управления впечатлением в целом, как и процесс самопрезентации в частности, характеризуются наличием больших искажающих влияний, связанных, прежде всего, с **предубеждениями**. Уже отмечалась определенная конструктивная роль предубеждений, связанная с обеспечением временной устойчивости системы представлений человека о самом себе как необходимой предпосылки или основания прогнозирования и контроля происходящего. Эта инерционность образа самого себя, представленная в самопрезентации, также поддерживается посредством механики психологической защиты и тенденций поддержания самоудовлетворенности. Поддержание стабильности образа «Я» как условия управления впечатлением обеспечивается и особенностями атрибутирования, которые анализировались выше. Общая логика атрибутирования направлена на сохранение позитивного самоотношения. Так, позиционная дифференцированность в аспекте достижений, фиксирует присущую людям тенденцию возложения ответственности за собственные неудачи на окружающие обстоятельства. Фиксация возможных расхождений презентуемого «Я» с реакциями окружающих может переинтерпретироваться посредством дискредитации ролевых предписаний, снижения субъективной значимости взятых обязательств, обособления и т.п., направленных на трансформацию сформированного негативного впечатления на позитивное (например, я наказал его для его же пользы, и он мне в будущем будет еще благодарен). В то же время в подобной апологетике реализовавшегося образа присутствует и факт осознания собственной неискренности, способствующий переоценке совершенных действий, необходимости следования взятым обязательствам, вывода о необходимости коррекции будущего поведения. Продуктивность реализации данной самоподдерживающей стратегии в самопрезентации имеет, конечно, ряд индивидуальных различий, связанных со способностями человека манипулировать собственным сознанием, идентифицироваться с принятой социальной ролью, с адекватностью в самооценке и многим другим.

В процессе управления впечатлением существенную роль играет аудитория, относительно которой осуществляется акт самопрезентации. По определению, управление впечатлением предполагает формирование у окружения определенного образа самого себя. Чем более значима и авторитетна аудитория, тем сильнее ее влияние. В последние годы начал тщательно изучаться и аспект влияния воображаемой аудитории. В частности, акт самопрезентации в отдельных случаях является спектаклем для самого себя, в котором человек выступает и зрителем, и экспертом. Театр «одного актера» часто сопряжен с риском потери адекватности во взаимоотношениях с другими людьми со всеми вытекающими из этого последствиями.

## 5.6. Этический аспект самопрезентации

Что представляет собой самопрезентация — акт искреннего предъявления себя или демонстрацию двуличной природы? Исходя из того, что управление впечатлением всегда предполагает контроль реакции аудитории, можно говорить о его целеподчиненной природе. Искус отождествления самопрезентации с двуличностью сегодня преодолевается посредством констатации своеобразного континуума искренности и двуличия. И действительно, при анализе процесса самопрезентирования постоянно фиксируется их временное чередование с преобладанием того или другого. Опять-таки имеет место детерминированность управления впечатлением индивидуальными особенностями участников, ситуацией взаимодействия, преследуемыми целями, особенностями аудитории и т.д. Причем часто речь не идет о какой-либо последовательности в искренности или манипулятивности самопрезентирования. Человек может достаточно легко менять одно на другое. Поэтому вопрос об определении некой индивидуальной стилистики самопредъявления весьма проблематичен.

*Например, студент в силу объективных обстоятельств, связанных с недостаточностью подготовки, может превращаться в актера, пытающегося сыграть роль «без вины виноватого» в преддверии экзамена с единственной целью — облегчить свою участь на экзамене. Более того, по мере вхождения в роль он может искренне верить в то, что исполняемое соответствует действительности, и совершенно не рефлексировать по поводу того обстоятельства, что его игра видна заинтересованному зрителю (преподавателю). После завершения спектакля студент может превратиться в искреннего в плоскости самопрезентации человека, хотя в случае его неудачи в целях самозащиты и будет предпринимать инерционные попытки дискредитации публики. Обвинять его в двуличной природе вряд ли будет обоснованным.*

Для того чтобы сформировать в глазах другого достаточно полный и искренний образ себя, человеку надо предоставить очень много информации о различных аспектах своего внутреннего мира. К тому же здесь не последнюю роль играет и встречающая избирательная активность интерпретирующей аудитории, достраиваемой предъявляемый образ до некой временно логически завершенной конструкции. Так как наличная информация ограничена, то процесс достраивания может приобретать самые разнообразные, в том числе и совершенно не соответствующие действительности формы. Исследования показывают, что наиболее успешны в реализации преследуемых в самопрезентировании целей люди, обладающие способностью прогнозировать оценочную активность аудитории и «продавать ей то, что она хочет купить». Другое дело, что это может создавать много оснований для манипулятивности. Этический контекст не столь легко интерпретируем. Можно, конечно, обвинять человека, демонстрирующего свое дружелюбие, в лицемерии и т.п., но одновременно можно говорить и о его культуре самопрезентации — ведь вам лично приятно подобное внимание к вашей персоне?

Взаимозависимость процесса формирования впечатления от собственного образа «Я» и аудитории, как и возможность целенаправленного формирования стратегического

впечатления с прогнозируемым эффектом, послужила основанием для развития широкой области социально-психологических исследований возможностей, механизмов и путей формирования позитивного впечатления, получившей название межличностной аттракции.

## Приложение.

### Использование паттернов в работе с клиентами

Раскрутки - это различные способы вербального переформирования возражений, выраженных в форме ограничивающих убеждений. Их цель - сместить фокус внимания человека таким образом, чтобы поставить ограничивающее убеждение под сомнение. Эти речевые приемы были выявлены при наблюдении за людьми, которые могли легко справляться с любыми возражениями в процессе разговора.

#### Форма убеждения №1

##### Если А, то Б

*Если ваш товар сделан из российского сырья, то он должен стоить меньше импортного.*

#### Форма убеждения № 2

##### А = Б

*Если вы не даете скидку, значит, вы - несерьезная компания.*

#### Типы раскруток

**1. Намерение.** Прямое внимание к намерению или цели убеждения. Угадываем одно из позитивных намерений человека.

*а. Прав ли я, думая, что вас смущает качество нашей продукции?*

*Наверное, в последнее время вы редко встречали российские товары, превосходящие по качеству зарубежные аналоги, - как раз сейчас у вас появился такой шанс.*

*Вы говорите так, потому что хотите узнать, из чего складывается реальная цена нашего товара?*

*б. Прав ли я, думая, что вам нужны какие-то дополнительные подтверждения серьезности нашей компании?*

*Вы так говорите, потому что считаете скидку самым главным критерием серьезности компании.*

**2. Иерархия критериев.** Сравнение критерия, заложенного в убеждение, с критерием, находящимся на более высоком уровне.

*а. Что для вас важнее: практичность и гарантированность качества нашей продукции*

*или поддержание сложившегося стереотипа?*

*Что для вас важнее: страна-производитель или возможность самому убедиться в качестве товара?*

*б. Что для вас важнее в данном случае: заплатить меньше денег или приобрести качественный товар?*

**3. Последствия.** Обращение внимания клиента на возможное негативное следствие (эффект) от убеждения или на взаимоотношения, определенные этим убеждением.

*а. Если мы все будем продолжать так думать, то Россия, в конце концов, полностью лишится собственного производства, потому что никто не захочет работать на худших условиях.*

*б. Если бы все серьезные компании давали такие скидки, о которых просите вы, то они бы быстро разорились.*

**4. Стратегия реальности.** Внимание клиента с помощью вопросов направляется к очевидности, поддерживающей или дисквалифицирующей убеждение.

*а. Является ли для вас место производства определяющим критерием качества товара? Означает ли это, что чем дальше от вас находится производитель, тем больше вы ему доверяете?*

*А как вы можете определить, где на самом деле сделан товар?*

*Что конкретно, по вашему мнению, должно удешевлять стоимость товара?*

*Как именно вы узнаете, что и сколько стоит на самом деле?*

*б. Какая скидка должна быть на товар, чтобы компания казалась вам серьезной? Правильно ли я понял, что для вас самой серьезной является та компания, которая раздает свои товары бесплатно?*

*Интересно, готовы ли вы отказаться от части собственной зарплаты, чтобы получить статус серьезного человека?*

*А как вы сами думаете, из чего складывается цена товара?*

**5. Переопределение.** Замена одного из элементов (причины или следствия) в убеждении похожим элементом, но с другими дополнительными значениями. Рефрейминг смысла.

*а. По-нашему мнению, наши цены не завышены; они адекватны тому, чтобы вкладываться в собственное производство, а не просто перепродавать чужие идеи.*

**Для нас конечная цена товара определяется не стоимостью сырья, а его**

качеством.

**б. Для нас серьезность заключается не в сумме скидки, а в оптимальном соотношении цены и качества. Для меня большая скидка означает, что цены на товар изначально сильно завышены.**

**Для нас скидки означают попытку фирмы скрыть свое неумение эффективно обслуживать клиентов.**

**Скидки - это слишком дешевый способ приобретения популярности для действительно серьезной компании.**

**6. Другой результат.** Обращение к уместности каждой части данного убеждения и прямое внимание на совершенно другой исход.

**а. Может, дело не в российском производстве и не в цене товара, а в том, каким образом можно определить качество?**

**б. Возможно, вопрос не в том, какие компании вы считаете серьезными, и не в том, какие у нас скидки, а в том, что вы на самом деле получите?**

**Главный вопрос не в том, кто дает скидки, а кто - нет, и не в том, из чего складывается серьезность компании, а в том, что часто лучшее - враг хорошего.**

**7. Метафора (аналогия).** Демонстрация неадекватности убеждения с помощью переноса его структуры в другой контекст.

**а. Неужели вы предпочли бы себе в жены/мужья человека из совершенно другой культуры?**

**Конечно же, российская икра самая низкокачественная в мире.**

**Почему-то украшения из турецкого золота стоят дешевле российского.**

**Как обычно, свой пророк всегда ценится меньше чужого!**

**б. Вы помните, где бывает бесплатный сыр?**

**Наверное, самые серьезные депутаты - те, которые перед выборами раздают бесплатную водку?**

**Если самолет будет постоянно снижать высоту, то значит ли это, что он долетит до пункта назначения быстрее?**

---

## Глоссарий

### А

#### Абсолютный порог восприятия

минимальный стимул (сигнал), который возможно обнаружить.

#### Аудиальная адаптация

снижение чувствительности к какому-либо звуку, наступающая после продолжительной стимуляции им.

#### Аттитюд

(от англ. attitude – отношение, позиция) одно из центральных понятий социологии и социальной психологии. . Обычно термин переводится как установка, однако понятие установка в русском научном словоупотреблении имеет коннотации со школой Узнадзе, занимающейся изучением установки физиологического типа. Напротив, под термином attitude в западной психологической литературе понимается социальная установка, поэтому перевод аттитюд кажется более приемлемым.

#### Аттракция

(от лат. «attrahere» – привлекать, притягивать) понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого. Формирование привязанности возникает у субъекта как результат его специфического эмоционального отношения, оценка которого порождает разнообразную гамму чувств (от неприязни до симпатии и даже любви) и проявляется в виде особой социальной установки на другого человека. В экспериментальных исследованиях изучаются механизмы формирования привязанностей и дружеских чувств при восприятии другого человека, причины появления положительного эмоционального отношения, в частности роль сходства характеристик субъекта и объекта восприятия, а также той ситуации, в которой они находятся (например, влияние на формирование аттракции таких формально-динамических характеристик, как близость партнеров по общению, частота их встреч, расстояние между ними и т.д.; влияние условий взаимодействия: помогающее поведение, совместная деятельность). Аттракция является одним из трех факторов (наряду с властными полномочиями и авторитетом), характеризующих значимого другого.

### В

#### Восприятие

результат психологических процессов, в которых задействованы такие понятия, как распознавание, смысл, взаимосвязи, контекст, субъективная оценка, предшествующий опыт субъекта, а также его память. Восприятие включает систематизацию,

интерпретацию и осмысление информации, поступающей от сенсорных систем. Иными словами, восприятие представляет собой результат упорядочения ощущений и превращение их в знание о предметах и событиях окружающего мира.

## Г

### Генерализация (обобщение)

перенесение когнитивного правила на новые контексты.

### Гештальт-психология (от нем. «Gestalt» — целостная форма или структура)

школа психологии начала XX века. Представители школы считали, что первичными данными психологии являются целостные структуры (гештальты), в принципе не выводимые из образующих их компонентов. Гештальтам присущи собственные характеристики и законы, в частности, «фактор общей судьбы», «фактор хорошего продолжения» и др.

### Глубинная структура

наиболее полное сенсорное словесное описание опыта человека.

### Громкость

слуховое ощущение, или психологический параметр, определяемый величиной амплитуды.

## Д

### Дифференциальный порог аудиальный, или порог различения

величина, на которую нужно изменить интенсивность аудиального стимула, чтобы испытуемый смог уловить разницу между двумя стимулами.

### Дифференциальный порог визуальный, или порог различения

это минимальная разница между двумя сигналами, необходимая для того, чтобы они были восприняты, как разные сигналы.

## И

### Искажение информации

выражается в смещении акцентов восприятия сенсорных данных для сохранения модели реальности.

## К

### Константность восприятия размера

тенденция воспринимать размер объекта неизменным вопреки изменениям размера ретинального изображения, которые происходят при изменении расстояния между объектом и наблюдателем.

### Константность восприятия светлоты

тенденция воспринимать светлоту объекта постоянной вопреки изменениям его освещенности.

### Константность восприятия формы

тенденция воспринимать форму объекта как постоянную даже тогда, когда он рассматривается под разными углами зрения.

### Константность восприятия цвета

явление, в соответствии с которым цвет предмета остается постоянным, несмотря на изменение спектрального состава падающего на него света.

## **М**

### Метамодел

инструмент вербального сбора информации, который позволяет осознать, как отдельные речевые структуры связаны тремя универсальными механизмами моделирования, и использовать специальные вопросы к конкретным лингвистическим паттернам в речи, чтобы вместо обобщения детализировать, вместо опущения восполнить, вместо искажения вернуться к первоначальной форме и смыслу в сообщении.

### Метапрограммы

способы организации информации, актуализации внимания.

## **О**

### Опущение информации

сокращение мира до контролируемых размеров, игнорирование тех областей, которые на данном этапе не представляется возможным освоить.

### Ощущение

начальные процессы обнаружения и кодирования энергии физического мира. Потенциальными энергетическими сигналами среды являются свет, давление, тепло, химические вещества и т.п., а человеческие органы чувств получают эту энергию и

трансформируют ее в биоэлектрический нейронный сигнал, который передается в мозг. В реализации этой начальной стадии познания мира участвуют специальные нейронные единицы – рецепторные клетки (сенсоры), реагирующие на тот или иной вид энергии. Очень важным является вопрос о том, как именно сенсорный опыт связан и с внешним стимулированием, и с функционированием соответствующего сенсора. Это непосредственные, фундаментальные, прямые контакты определенного рода, иными словами, они дают знание о качестве и характерных признаках окружающих предметов и явлений, таких как «тяжелый», «громкий», «теплый», «зеленый».

## П

### Паттерн

(от англ. «pattern», от лат. «patronus» – модель, образец для подражания, шаблон, стиль, узор, выкройка) в современной методологии социогуманитарного знания термин, близкий по содержательным и смысловым характеристикам к понятию концепция и трактуемый как коннотативный к таким концептам, как прозрение, базовая интуиция, умозрительное видение.

### Поверхностная структура

результат действия всех механизмов, выраженных в конкретных лексических формах этого опыта.

### Подпороговое восприятие

неосознаваемая реакция психики на свет, звук или другие стимулы, сила которых не достигает порогов чувствительности. Если интенсивность или длительность стимула уменьшается, наступает момент, когда стимул (раздражитель) перестает осознаваться. Например, интенсивность света может снижаться до тех пор, пока он не станет настолько слабым, что не будет восприниматься зрением; длительность вспышки света может быть настолько мала, что глаз не сможет ее уловить. Звуки могут быть такими слабыми или иметь такую высоту, что человек их не услышит. Стимуляция других органов чувств подобным же образом может усиливаться или ослабляться настолько, что осознание сенсорных стимулов не происходит.

## С

### Семантическая установка

прием, часто используемый при изучении сублиминального восприятия и заключающийся в том, что один стимул (как правило, таким стимулом служит какое-то слово) облегчает восприятие другого слова или «подготавливает» испытуемого к его восприятию. Таким образом, смысл первого и предопределяет восприятие второго.

### Сенсорная репрезентативная система

это система, состоящая из сенсорного анализатора, воспринимающего и совершающего первичную обработку поступающей информации от внешних или внутренних раздражителей и нейронных путей, передающих эти сведения в закодированном виде в соответствующие зоны коры головного мозга для их окончательной переработки и использования.

### Сенсоры

рецепторные клетки, реагирующие на тот или иной вид энергии.

### Социальная перцепция

процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумеваются другие люди, социальные группы, большие социальные общности. Социальная перцепция подразумевает восприятие не только физических, но и поведенческих характеристик объекта, формирование представления о его намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т.д. Кроме того, в содержание этого же понятия включается формирование представления о тех отношениях, которые связывают субъект и объект восприятия.

## **T**

### Tabula rasa

(от лат. «чистая доска») термин, используемый для обозначения представления о том, что человек рождается без врожденного или встроенного умственного содержания и что его знания полностью обусловлены опытом чувственных восприятий внешнего мира.

### Теория обнаружения сигнала (ТОС)

теория, принимающая во внимание психологические установки, предрасположенность к выбору определенных решений о детекции того или иного сигнала.

## **У**

### Управление впечатлением

целенаправленная активность по контролю и регулированию информации в целях создания соответствующего образа.

### Усталость слуха

временное снижение чувствительности к звукам, следующее непосредственно за избыточной аудиальной стимуляцией, или возрастание порога их восприятия.

## **Э**

### Эмпатия

(от греч. «empathēia» – сопереживание) постижение эмоционального состояния, проникновение-вчувствование в переживания другого человека. Важной характеристикой процессов эмпатии, отличающей ее от других видов понимания (идентификации, принятия ролей, децентрации и др.), является слабое развитие рефлексивной стороны, замкнутость в рамках непосредственного эмоционального опыта. Установлено, что эмпатическая способность индивидов возрастает, как правило, с ростом жизненного опыта; эмпатия легче реализуется в случае сходства поведенческих и эмоциональных реакций субъектов.

### Эмпиризм

(от греч. «empeiria» – опыт) направление в теории познания, рассматривающее чувственный опыт как важнейший источник и критерий познания, а формы мышления – как исключительно субъективный способ систематизации представлений.

## Список рекомендуемой литературы

1. Айзенк Г.Ю. Интеллект: новый взгляд // Вопр. Психологии. 1995. № 1. С. 111-131
2. Андерсон Дж. Когнитивная психология. — СПб., 2002
3. Андреева Г.М. Место межличностного восприятия в системе перцептивных процессов и особенности его содержания // Межличностное восприятие в группе. — М., 1981
4. Баксанский О.Е., Кучер Е.Н. Когнитивные науки: междисциплинарный подход. — М., 2003
5. Баксанский О.Е., Кучер Е.Н. Когнитивные науки: от познания к действию. — М., 2005
6. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. — М., 1982
7. Брунер Д.С. Психология познания. За пределами непосредственной информации. — М., 1977
8. Величковский Б.М. Когнитивная наука: основы психологии познания. — М., 2006
9. Выготский Л.С. Собрание сочинений: В 6 т. — М., 1982. Т. 2
10. Гельфанд С.А. Слух. Введение в психологическую и физиологическую акустику. — М., 1984
11. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений. — М., 1987
12. Грегори Р.Л. Глаз и мозг. Психология зрительного восприятия. — М., 1970
13. Данилин К.Е. Формирование внутригрупповых установок и рефлексивной структуры группы // Межличностное восприятие в группе. — М., 1981
14. Жуков Ю.М. Проблемы измерения точности межличностного восприятия // Вестник Московского университета. Психология. 1978, №1
15. Келли Г. Процесс каузальной атрибуции // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. — М., 1984
16. Кон И.С. Открытие "Я". — М., 1978
17. Линдсей П., Норман Д. Переработка информации у человека. Введение в психологию. — М., 1974
18. Логвиненко А.Д. Зрительное восприятие пространства. — М., 1981
19. Логвиненко А.Д. Психология восприятия: Учебно-методическое пособие для студентов факультетов психологии государственных университетов. — М., 1987
20. Логвиненко А.Д. Чувственные основы восприятия пространства. — М., 1985
21. Лурия А.Р. Ощущения и восприятие. — М., 1975
22. Найссер У. Познание и реальность. — М., 1981
23. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии: В 2 т. — М., 1989
24. Смирнов С.Д. Психология образа. Проблема активности психического отражения.

- М., 1985
25. Соловьева О.В. Обратная связь в межличностном общении. — М., 1992
26. Солсо Р. Когнитивная психология. — СПб., 2005
27. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы и межличностные отношения // Общение и оптимизация совместной деятельности. — М., 1987
28. Шиффман Х. Ощущение и восприятие. — СПб., 2003