

ОБЩЕНИЕ КАК ВОСПРИЯТИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА

перцептивная сторона общения



Понятие социальной перцепции

- ◆ Термин «социальная перцепция» введен Дж. Брунером в 1947 г. Понималась как социальная детерминация перцептивных процессов.
- ◆ В дальнейшем «социальная перцепция» – восприятие социальных объектов – других людей, социальных групп, больших социальных общностей. Межличностное восприятие рассматривается как частный случай.



Отличия понимания перцепции в общей и социальной психологии

Общая психология	Социальная психология
Перцептивные процессы являются одними из когнитивных процессов (наряду с мышлением, памятью, вниманием)	Под социальной перцепцией понимается не только собственно восприятие, но и вся совокупность когнитивных процессов
Область мотивации и эмоций связана с когнитивными процессами, однако, они сохраняют свою специфику	Эмоциональные аспекты – неотъемлемая часть любого социально-перцептивного процесса и его важнейшая содержательная характеристика
Превалирует изучение восприятия как процесса в собственном смысле слова	Под социальной перцепцией понимаются, скорее, результат этого процесса для чего в психологии используется понятие « образ »

Социальное восприятие и социальное познание

Восприятие другого человека – это:

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



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

Варианты социально-перцептивных процессов (1)

Субъект восприятия: Индивид

- (1)  Индивид воспринимает другого индивида в своей группе;
- (2)  Индивид воспринимает другого индивида в чужой группе;
- (3)  Индивид воспринимает свою группу;
- (4)  Индивид воспринимает чужую группу.

§ Субъект

0 Объект



Член группы



Группа

Варианты социально-перцептивных процессов (2)

Субъект восприятия: Группа

- (5)  (5) Группа воспринимает своего собственного члена;
- (6)  (6) Группа воспринимает представителя другой группы;
- (7)  (7) Группа воспринимает себя;
- (8)  (8) Группа воспринимает другую группу.

 Субъект

 Объект

 Член группы


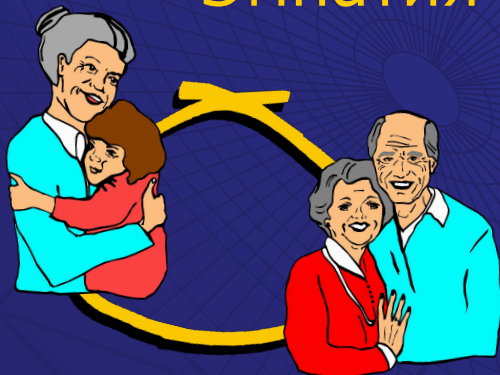
 Группа

Механизмы взаимопонимания: идентификация

- ◆ **Идентификация** – буквально «уподобление». Предположение о внутреннем состоянии партнера строится на основе попытки поставить себя на его место.
- ◆ Установлена связь между идентификацией и эмпатией. **Эмпатия** – стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека. Ситуация другого человека не столько «понимается», сколько «прочувствуется».



Идентификация и эмпатия

	Общие черты	Специфика
 <p>Идентификация</p>	умение поставить себя на место другого,	субъект встает на позицию партнера и действует исходя из нее.
 <p>Эмпатия</p>	«принять в расчет» поведение другого.	отождествление не обязательно; другой человек понимается и принимается, но действие может быть осуществлено по своему.

Механизмы взаимопонимания: рефлексия



Социально-психологическая
рефлексия – осознание
индивидом того, как он
воспринимается партнером
по общению.



Рефлексивная структура диадического общения



Успех общения максимален при минимальном разрыве: А – А' – А'' и Б – Б' – Б'' (Дж. Холмс).



- А Джон, «каким его сотворил Господь Бог»



- А' Джон, каким он сам себя видит



- А'' Джон, каким его видит Генри



- А''' Джон, каким ему представляется его образ в сознании Генри



- Б



- Б'



- Б''



- Б'''

Атрибутивные процессы

- ◆ **Атрибуции** – приписывание людьми причин поведения, образцов поведения или каких-то более общих характеристик. Каузальная атрибуция – приписывание причин.
- ◆ Исследования направлены на изучение попыток «**человека с улицы**» понять причину и следствия своего и чужого поведения (Г. Келли).

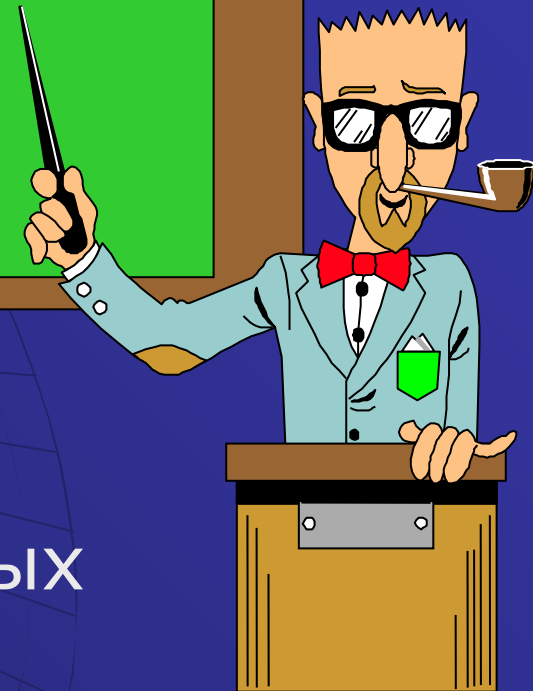


Фундаментальная ошибка атрибуции (1)

- ◆ Три типа атрибуции (Г. Келли)

- **Личностная** (причина приписывается совершающему поступок);
- **Объектная** (причина приписывается объекту, на который направлено действие);
- **Обстоятельственная** (причина приписывается обстоятельствам).

- ◆ Фундаментальная ошибка атрибуции заключается в переоценке личностных и недооценке обстоятельственных причин.



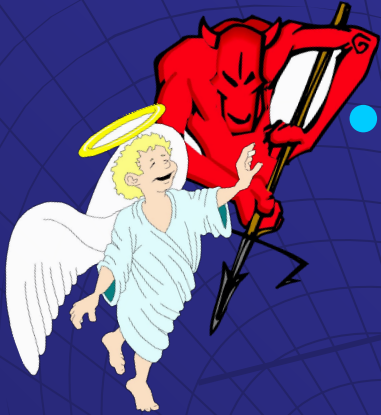
Проявления фундаментальной ошибки атрибуции



- Проблема «**наблюдатель-участник**». Фундаментальная ошибка больше присуща наблюдателю. Наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник – обстоятельственную.
- Особенности приписывания причин при **успехе** и **неудаче**: участник «винит» в неудаче обстоятельства, а наблюдатель «винит» за неудачу прежде всего исполнителя. Для успеха – наоборот.



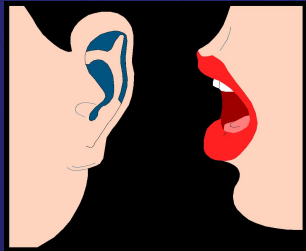
Эффекты восприятия людьми друг друга



- Эффект **«ореола»**. Информация, получаемая о человеке, накладывается на образ, который уже был создан заранее.



- Эффект **«первичности»**. Информация, предъявленная ранее, получает приоритет (для восприятия незнакомого человека).



- Эффект **«новизны»**. Последняя, наиболее новая информация оказывается более значимой (для знакомого человека).

Стереотипизация в межличностном познании



- Стереотип (в широком смысле) – это устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как «сокращением» при взаимодействии с этим явлением.
- Следствия:
 - Упрощение процесса познания, заменяет образ другого неким «штампом», но необходим;
 - Может произойти сдвиг в сторону эмоционального принятия или непринятия. В этом случае стереотипизация приводит к возникновению предубеждений.

Межличностная аттракция

Область исследований, связанных с выявлением эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку.

- **Аттракция** – буквально «привлечение». Аттракция – это и процесс формирования привлекательности какого-либо человека, и продукт этого процесса (т.е. некоторое качество отношения).
- **Уровни** аттракции: симпатия, дружба, любовь.



Точность межличностного восприятия

- ◆ Для оценки «точности» межличностного восприятия впечатление, полученное о другом человеке, требуется сопоставить с некоторым «эталоном». Источниками сравнения могут быть:
 - Тесты;
 - Экспертная оценка;
 - Самооценка и обратная связь.
- ◆ Другая возможность: исследование всей совокупности «помех», изучение перцептивных способностей субъекта восприятия.

