

# Перцептивная сторона общения



# Социальная перцепция

Термин «социальная перцепция» впервые был введен Дж. Брунером в 1947 г. в ходе разработки так называемого нового взгляда (New Look) на восприятие. Вначале под социальной перцепцией понималась социальная детерминация перцептивных процессов.

Социальной перцепцией стали называть процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумевались другие люди, социальные группы, большие социальные общности.

*Социальное восприятие – это способность человека определенным образом формировать впечатление о других людях и давать им характеристику.*



# Социальное восприятие как процесс

*Восприятие – это процесс выборочного отражения информации и приписывания ей значения.*

**Внимание и отбор**

**Потребности**

**Интерес**

**Ожидания**

**Организация стимулов (простота и выделение паттернов)**

**Интерпретация побуждений**



# Свойства восприятия

- **предметность** (акт объективации, фигура - фон);
- **целостность** (целостный образ, не совокупность частей);
- **осмысленность** (связь с мышлением, понимание сущности предмета);
- **структурность** (обобщённость);
- **константность** (относительная стабильность образа);
- **избирательность** (преимущественное выделение одних объектов по сравнению с другими).

→ Выстраивание образа другого человека (чувств, мыслей, потребностей, мотивов, установок, отношений, личностных характеристик) через восприятие отдельных его действий.



# Стереотипы

— это упрощенные и стандартизованные концепции характеристик или ожидаемого поведения членов определенной группы.

## Что делать?

1. Убедитесь в точности вашего восприятия.
2. Ищите больше информации для подтверждения восприятия.
3. Поймите, что впечатление о людях иногда необходимо менять.
4. Проверяйте ваше восприятие, чтобы убедиться в правильности своих выводов.




# Схемы восприятия

**Персональные схемы** (знания о взаимосвязи между особенностями внешнего вида, поведением и психологическими характеристиками человека): «бородатый — значит, нонконформист», «помогает другим людям — значит, добрый» и т.д.

**Рольевые схемы:** «врач задает малознакомым людям вопросы, которые обычно не обсуждают публично»; «прокурор обвиняет подсудимого» и т.д.

**Групповые схемы** или **стереотипы** (знания об относительно стабильных особенностях, присущих членам социальной группы): мы считаем китайцев трудолюбивыми, мужчин — активными и т.д.

**Я-схемы** (черты, которые человек приписывает себе). **Скрипты:** знания о последовательности действий в определенной ситуации (на романтическом свидании, на переговорах, при сдаче экзаменов и т.д.)



# «Коммунальные» и «деятельностные» черты

## Двухфакторная модель представления о человеке

«Коммунальные» черты	«Деятельностные» черты
<p><i>Готовность к общению:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– доброжелательный/враждебный;</li><li>– миролюбивый/агрессивный;</li><li>– вежливый/грубый;</li><li>– тактичный/бестактный;</li><li>– готовый/ не готовый к компромиссу и т.д.</li></ul>	<p><i>Интеллект:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– умный/глупый</li><li>– эрудированный/малознающий;</li><li>– компетентный/некомпетентный;</li><li>– сообразительный/несообразительный и т.д.</li></ul>
<p><i>Готовность оказать помощь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– добрый/злой;</li><li>– отзывчивый/равнодушный;</li><li>– терпимый/нетерпимый;</li><li>– понимающий/ не понимающий других;</li><li>– справедливый/несправедливый и т.д.</li></ul>	<p><i>Активность:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– целеустремленный/бесцельный;</li><li>– активный/пассивный;</li><li>– вялый/энергичный;</li><li>– трудолюбивый/ленивый;</li><li>– настойчивый/податливый и т.д.</li></ul>
<p><i>Возможность доверия:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– честный/нечестный;</li><li>– искренний/неискренний;</li><li>– хитрый/бесхитростный и т.д.</li></ul>	<p><i>Независимость:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– уверенный/ неуверенный в себе;</li><li>– независимый/зависимый;</li><li>– устойчивый/ неустойчивый к давлению и т.д.</li></ul>

Информация о «коммунальных» чертах вносит большой вклад в общую оценку партнера, чем информация о «деятельностных» чертах.

Информация о социально нежелательном поведении человека оказывает большее влияние на его оценку, чем информация о социально желательном поведении.

# **«Коммунальные» и «деятельностные» черты**

*Информация о «коммунальных» чертах вносит больший вклад в общую оценку партнера, чем информация о «деятельностных» чертах.*

*Информация о социально нежелательном поведении человека оказывает большее влияние на его оценку, чем информация о социально желательном поведении.*





# Устранение противоречий в представлениях

## Стратегии устранения противоречий в представлении о человеке

Стратегия	Пример
Сегрегация: разные черты связаны с разными сферами жизни	Факт: известный ученый стал жертвой мошенника. Объяснение: человек обладает высоким интеллектом в области науки и низким — при решении бытовых задач
Изменение глубины оценки: разные черты в разной степени отражают подлинную сущность человека	Факт: малообщительный коллега много разговаривает в компании, встречающей Новый год. Объяснение: застенчивый человек пытается маскировать эту черту
Установление причинно-следственной связи: одна черта является причиной другой	Факт: обычно тихий подчиненный кричит на сослуживцев. Объяснение: постоянное подчинение породило враждебность
Соотнесение черт с целями: разные черты связаны одной и той же целью	Факт: обычно добрый родитель наказывает ребенка. Объяснение: он желает ребенку добра, поэтому обходится с ним строго
Соотнесение черт и ситуаций: разные черты проявляются в разных ситуациях	Факт: обычно веселый человек сидит и грустит. Объяснение: час назад у него случилась серьезная неприятность

## Идентификация

Представление о другом человеке тесно связано с уровнем собственного самосознания. Одним из самых простых способов понимания другого человека является уподобление себя ему — идентификация.



## Восприятие в процессе общения

Есть два партнера А и Б.

Между ними устанавливается коммуникация А X Б и обратная информация о реакции Б на А

Кроме этого, у А и Б есть представление о самих себе А' и Б'

А также представление о «другом»; у А представление о Б - Б'' и у Б представление об А — А''.

А говорит в качестве А', обращаясь к Б''. Б реагирует в качестве Б' на А''.



## Каузальная атрибуция

Приписывание причин поведения другого человека  
Приписывание намерений, чувств, качеств личности

**феномен приписывания возникает тогда, когда у человека есть дефицит информации о другом человеке: заменить ее и приходится процессом приписывания**



## Каузальная атрибуция

Мера и степень приписывания в процессе межличностного восприятия зависит от:  
степень уникальности или типичности поступка  
степень его социальной "желательности" или "нежелательности"

# Почему?



## Типы атрибуции

Гарольд Келли (1984) выделил три типа атрибуции:

**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)



В каком случае какой тип атрибуции доминирует?

наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник склонен в большей мере объяснить совершающееся обстоятельствами  
участник действия "винит" в неудаче преимущественно обстоятельства, в то время как наблюдатель "винит" за неудачу прежде всего самого исполнителя

**А что происходит в случае успеха?**



## Фундаментальная ошибка атрибуции

ложное согласие — представление о своём поведении как о типичном, а об отличающемся от него — как о ненормальном  
неравные возможности — игнорирование особенностей, обусловленных ролевой позицией  
игнорирование информационной ценности неслучившегося — не сделанное должно также быть основанием для оценки поведения  
большее доверие к фактам, чем к суждениям  
лёгкость построения ложных корреляций — черты ошибочно соединяются как обязательно сопутствующие друг другу





# Эффект ореола

— приписывание человеку набора связанных между собой качеств, когда вы на самом деле наблюдаете только одно качество из этого набора.

Чаще возникает:

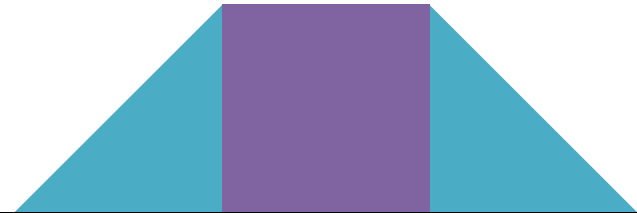
- 1) когда воспринимающий судит о чертах, в которых он не разбирается;
- 2) когда черты связаны с нравственностью;
- 3) когда воспринимающий хорошо знает данного человека.



## Эффекты первичности и новизны

*Согласно эффекту первичности (primacy effect) мы придаем большое значение первой полученной информации.*

*В соответствии с эффектом новизны (recency effect) мы отдаем предпочтение последней полученной информации (в случае когнитивной нагрузки, прошло много времени, я интересуюсь человеком).*



Что влияет на атрибуцию?

- а) переменные, при помощи которых субъект восприятия описывает самого себя
- б) ранее знакомых личностей
- в) отношения между собой и объектом восприятия
- г) ситуационный контекст, в котором осуществляется процесс межличностной перцепции



## Факторы межличностной аттракции

Умение поддержать беседу, общительность, способность привлечь внимание, желание понравиться. В этом проявляется желание сформировать о себе хорошее мнение у других людей. Чем больше симпатии вызывает человек такими незатейливыми методами, тем более он привлекателен для окружающих.

Эмоциональное состояние человека. Если человек в упадке или депрессии, он не будет так привлекателен для окружающих, как веселый, счастливый, жизнерадостный человек.

Пространственная близость. Когда люди находятся близко друг к другу, это вызывает особое доверие. Однако не стоит пересекать зону 0,5 метра – это интимная зона и любое вторжение в нее может быть воспринято как нарушение границ.



## Факторы межличностной аттракции

Стиль общения – главный фактор. Именно поведение в разговоре является очень важным и привлекает или отталкивает собеседников. Хамство, бестактность, грубость могут навсегда испортить отношение к человеку.

Физическая привлекательность. Если человек красив, он больше располагает к общению, нежели непривлекательный.

Сходство. Чем больше человек похож на вас статусом, стилем жизни, увлечениями, тем больше симпатии он вызовет.

Поддержка. Если ваш собеседник делает комплименты или благодарит вас за что-то, вы будете более расположены к нему.

