

Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения)

«Психология общения»





Вопросы



1 Понятие социальной перцепции



2 Факторы, оказывающие влияние на восприятие.
Искажения в процессе восприятия



Процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения и составляет то, что называют *перцепцией*.



Социальная перцепция

процесс, возникающий при
межчеловеческом
взаимодействии на основе
естественного общения и
протекающий в форме
восприятия и понимания
одним человеком другого



Восприятие другого человека включает в себя:

- 1) восприятие не только физических, но и поведенческих характеристик
- 2) формирование представления о намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках человека
- 3) формирование представлений об отношениях, связывающих субъекта и объекта восприятия
- 4) интерпретацию поступков другого человек



Центральными проблемами в области социальной перцепции являются:

- 1) возрастные, половые, профессиональные особенности социальной перцепции
- 2) условия и факторы, влияющие на точность и адекватность оценки одним человеком другого
- 3) закономерности формирования первого впечатления
- 4) влияние на эти процессы прошлого опыта, характера взаимоотношений, самооценки и личностных качеств взаимодействующих людей



Субъектом восприятия выступает индивид

- 1) воспринимать другого индивида, принадлежащего к "своей" группе
- 2) другого индивида, принадлежащего к "чужой" группе
- 3) свою собственную группу
- 4) "чужую" группу

Субъект восприятия группа

- 1) восприятие группой своего собственного члена
- 2) восприятие группой представителя другой группы
- 3) восприятие группой самой себя
- 4) восприятие группой в целом другой группы



Структура и механизмы социальной перцепции





Идентификация

- процесс сравнения субъектом самого себя с другим человеком (попытки поставить себя на его место)



Эмпатия

- это понимание другого человека путем эмоционального чувствования его переживания (**Умение поставить себя на место другого, взглянуть на проблемы с его точки зрения**)



Аттракция

- восприятия одного человека другим, основанная на устойчивом положительном отношении к человеку (понимание друг друга)
- уровни аттракции: **симпатия, дружба, любовь.**



Симпатия

- устойчивое, положительное, эмоциональное отношение человека к другим людям или к группам людей
(доброжелательность, приветливость, оказание внимания, восхищение)



Социальная рефлексия

- Представление о том, **что думают обо мне другие**, — важный момент социального познания.
- Чем шире круг общения, чем больше разнообразных представлений о том, как он воспринимается другими, тем больше в конечном счете человек знает о себе и других.



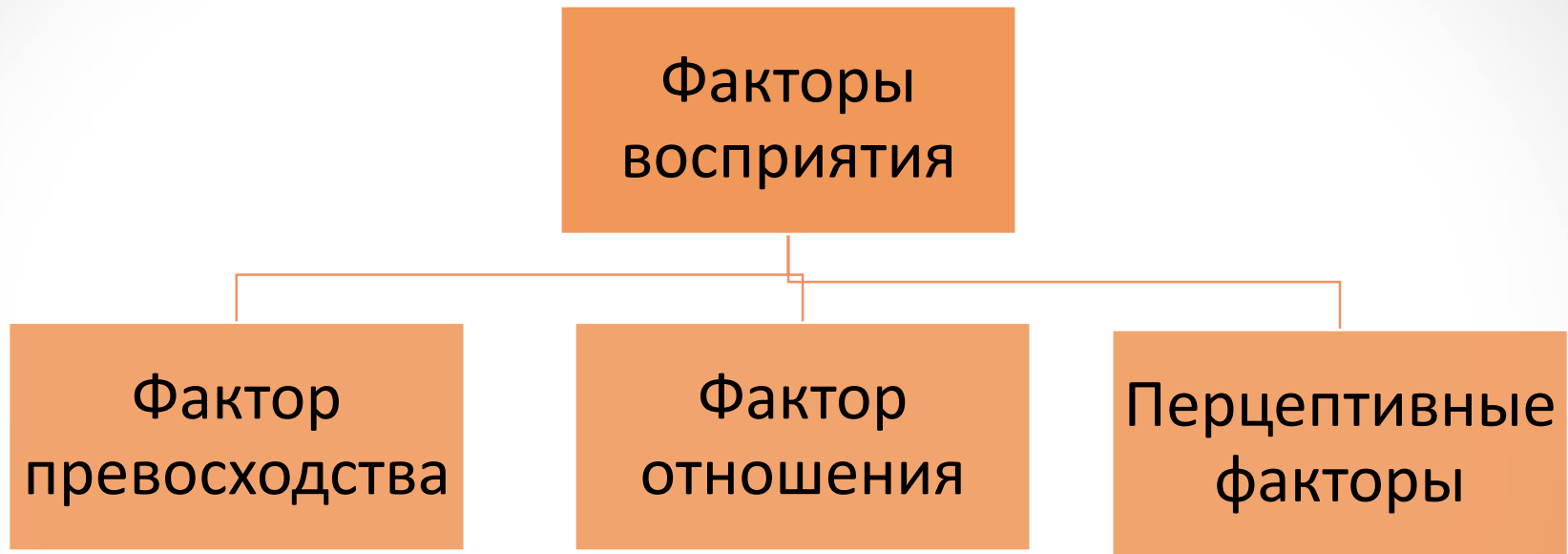
Каузальная атрибуция

- поиск причин для объяснения поведения другого человека.
- Результаты приписывание могут стать основой для создания социальных стереотипов



Стереотипизация

- это восприятие и оценка другого человека путем распространения на него характеристик какой-либо социальной группы
- существуют стереотипные представления о *педантичности англичан, пунктуальности немцев, эксцентричности итальянцев, трудолюбие японцев*
- Стереотипное восприятие возникает на основе не достаточного опыта в распознавании человека, в результате чего выводы строятся на базе ограниченной информации





Фактора превосходства

Люди, вступающие в общение, не равны: они отличаются друг от друга по своему социальному статусу, жизненному опыту, интеллектуальному потенциалу и т. д. При неравенстве партнеров наиболее часто применяется схема восприятия, которая приводит к ошибкам неравенства.



При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы недооцениваем его. Причем превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Эта схема восприятия начинает работать не при всяком, а только при действительно важном, значимом для нас неравенстве.

Для определения этого параметра в нашем распоряжении есть два основных источника информации:

- одежда человека, его внешнее «оформление», включая такие атрибуты, как знаки отличия, очки, прическа, награды, драгоценности, а в определенных случаях даже такая «одежда», как машина, обстановка кабинета и т. д.;
- манера поведения человека (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т. д.).



Фактор отношения

- люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются выше тех, которые к нам относятся плохо



Перцептивные факторы

- **К внешним факторам** относят интенсивность, размер, новизну, контрастность, повторяемость, движение, а также узнаваемость.

К внутренним факторам относят:

- **Мотивацию.** Индивид видит то, в чём сильно нуждается либо то, что считает очень важным для себя;
- **Установку личностного восприятия.** Обычно человек ожидает увидеть то, что уже видел в подобной ситуации ранее;
- **Опыт.** Индивид воспринимает то, чему научен прошлым опытом;
- **Характерологические особенности личности.** Скажем, на оптимиста какое-то событие производит позитивный эффект, а на пессимиста — неблагоприятный;
- **Я-концепция.** Восприятие ситуации всегда пропускается через личностную призму восприятия себя.