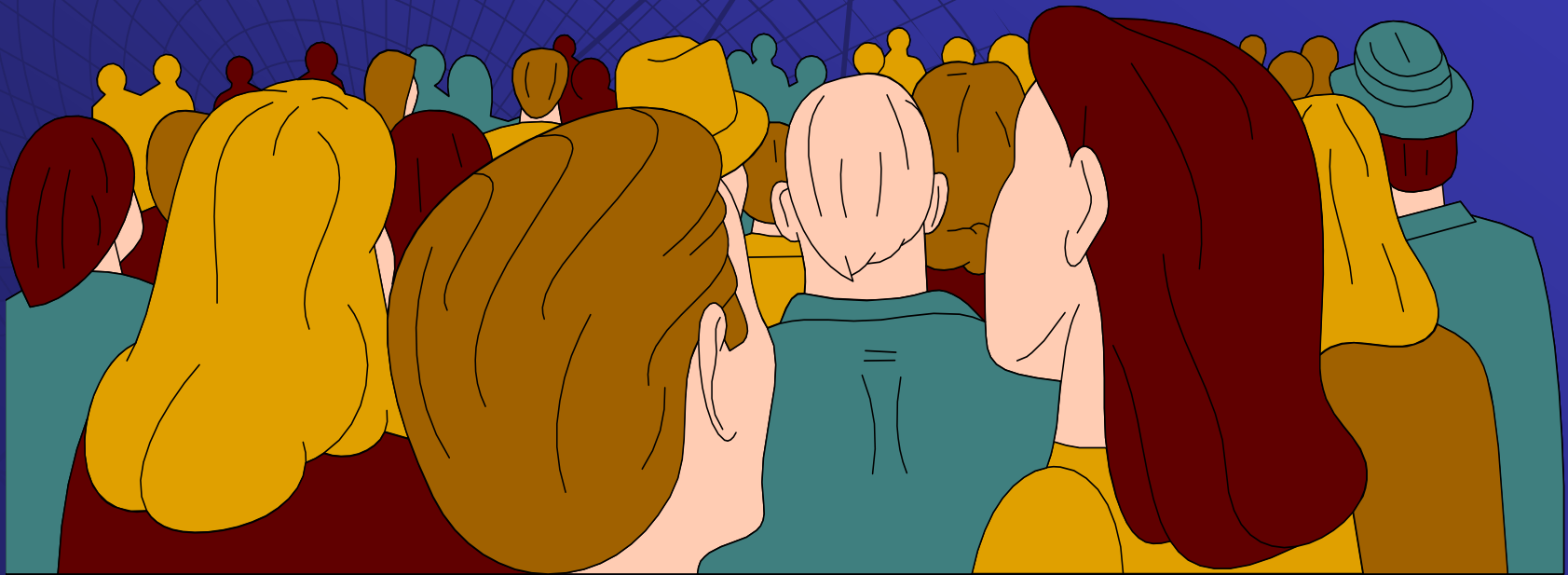


ОБЩЕНИЕ КАК ВОСПРИЯТИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА

перцептивная сторона общения





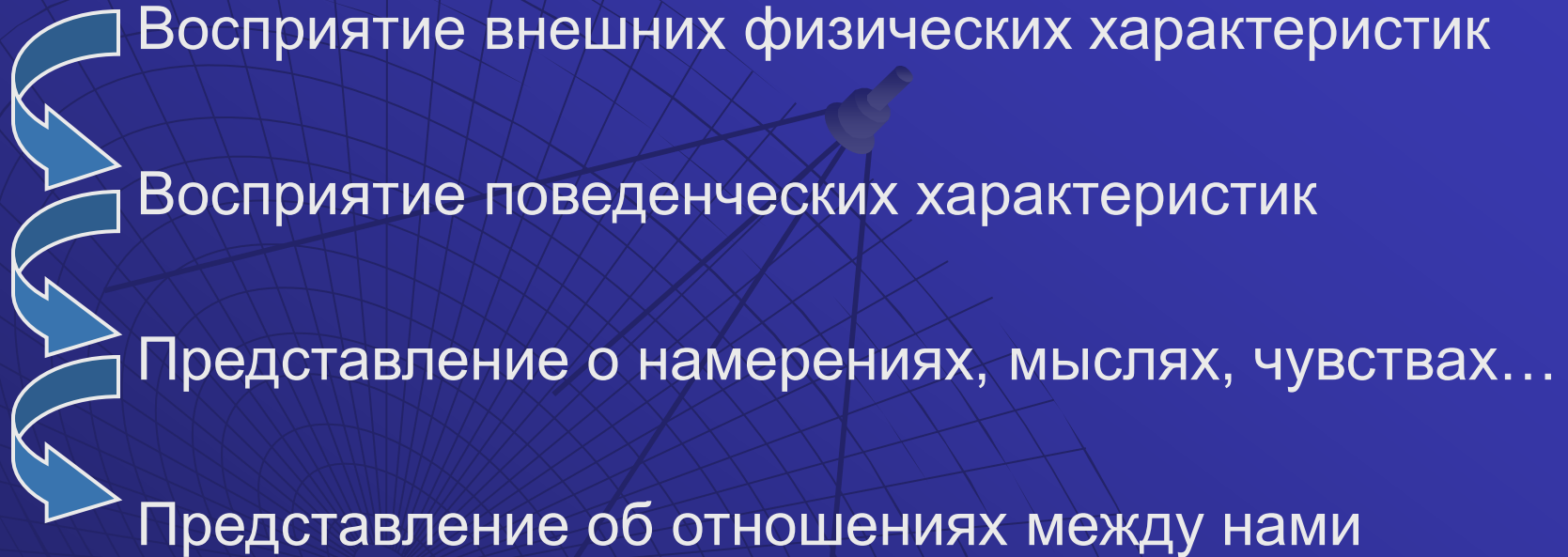
1. Социальная перцепция и межличностное восприятие

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.



Уровневое строение процесса межличностного восприятия



ВОСПРИЯТИЕ \Leftrightarrow ПОЗНАНИЕ

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.

S Субъект

O Объект



Член группы



Группа

Варианты социально-перцептивных процессов (2)

Субъект восприятия: Группа

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

§ Субъект

0 Объект



Член группы



Группа

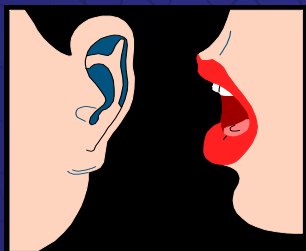


2. Эффекты межличностного восприятия

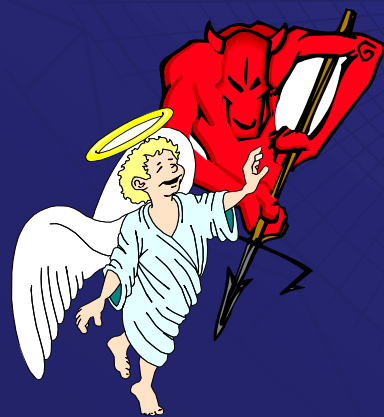
Эффекты восприятия людьми друг друга



✓ Эффект **«первичности»**. Наиболее значимой для формирования впечатления о незнакомом человеке оказывается первая информация о нем.



✓ Эффект **«новизны»**. Для формирования образа уже знакомого человека значимой оказывается последняя (новая) информация о нем.



Эффект **«ореола»**. Перенесение общего эмоционального знака (положительного или отрицательного) первого впечатления о человеке на его частные психологические характеристики.

Эффект стереотипизации

мнение о человеке складывается
не на основе реальной информации о нем и
его поведении,
а извлекается из прошлого опыта,
храняемого в виде стереотипов

«Социальный стереотип» –
*обобщенное и упрощенное представление о
человеке на основе его групповой
принадлежности (национальной,
профессиональной и пр.).*

The background of the slide is a solid dark blue. On the left side, there is a large, faint wireframe sphere. A small, dark, 3D object, resembling a mechanical joint or a small robot, is positioned on the surface of the sphere. The text is centered over the sphere.

3. Механизмы взаимопонимания

В ходе познания другого человека одновременно происходит несколько процессов

- ◆ эмоциональная оценка другого человека
- ◆ попытка понять логику его поступков
- ◆ формирование представления о стратегии его поведения
- ◆ построение стратегии собственного поведения

Механизмы взаимопонимания: идентификация

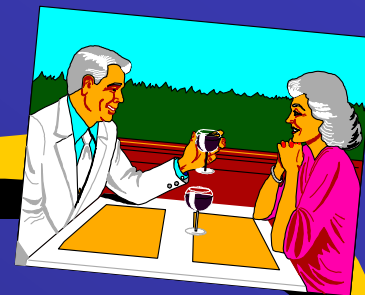
- ♦ **Идентификация** – буквально «уподобление». Предположение о внутреннем состоянии партнера строится на основе попытки поставить себя на его место.
 - ♦ **Эмпатия** – стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека. Ситуация другого человека не столько «понимается», сколько «прочувствуется».
- «Аффективное понимание»**



Идентификация и эмпатия

	Общие черты	Специфика
 <p>Идентификация</p>	умение поставить себя на место другого, «принять в расчет» поведение другого.	субъект встает на позицию партнера и действует исходя из нее.
 <p>Эмпатия</p>		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: $A - A' - A''$ и $B - B' - B''$ (Дж. Холмс).



✓ A Джон, «каким его сотворил Господь Бог»



✓ A' Джон, каким он сам себя видит



✓ A'' Джон, каким его видит Генри



✓ A''' Джон, каким ему представляется его образ в сознании Генри



✓ B



✓ B'



✓ B''

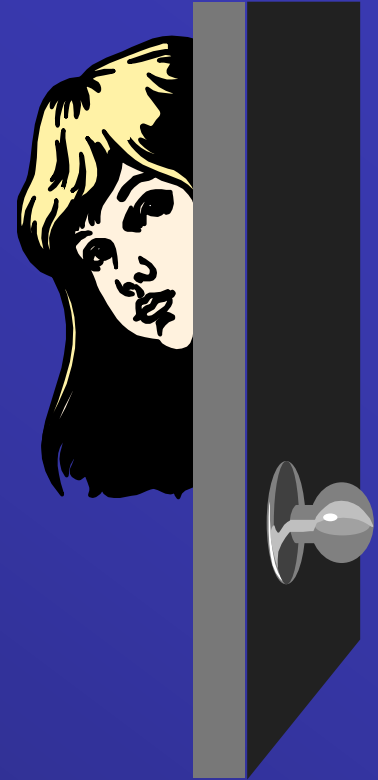


✓ B'''

Механизмы взаимопонимания:

Каузальная атрибуция

объяснение поведения другого человека в условиях недостатка объективной и полной информации путем приписывания ему причин этого поведения



В теории атрибуции (Г. Келли, 1984) различают три типа атрибуции

- ◆ **личностная** (причина поступка приписывается самому человеку – его намерениям, склонностям, способностям и т.п.);
- ◆ **стимульная** (причина приписывается объекту, на который направлено действие);
- ◆ **обстоятельственная** (причина приписывается внешним условиям совершения поступка, обстоятельствам)



Строя умозаключение о причинах поступка другого человека, мы пытаемся учесть три фактора:

- ◆ **Согласованность (консенсус)** – сходство поведения данного человека с поведением других людей в подобной ситуации
- ◆ **Отличие** поведения данного человека в других ситуациях
- ◆ **Постоянство (последовательность)** такого поведения этого человека в данной ситуации

«Студент уснул на лекции по психологии»

Согласованность	Отличие	Постоянство	ТИП АТТРИБУЦИИ	Комментарий
НИЗКАЯ (другие студенты не спят на лекции по П)	НИЗКОЕ (он спит и на других занятиях)	ВЫСОКОЕ (он всегда спит на лекциях по П)	Личностная	<i>Студент – лентяй и неуч</i>
ВЫСОКАЯ (другие студенты тоже спят на лекции по П)	ВЫСОКОЕ (на других занятиях он не спит)	ВЫСОКОЕ (он всегда спит на лекциях по П)	Стимуляная	<i>Скучная лекция или занудный преподаватель</i>
НИЗКАЯ (другие студенты не спят на лекции по П)	ВЫСОКОЕ (на других занятиях он не спит)	НИЗКОЕ (обычно он не спит на лекциях по П)	Обстоятель-ственная	<i>Дождливая погода или душное помещение</i>

Молодой человек подарил девушке букет цветов...

Согласованность	Отличие	Постоянство	ТИП АТТРИБУЦИИ	Комментарий
НИЗКАЯ	НИЗКОЕ	ВЫСОКОЕ	Личностная	
ВЫСОКАЯ	ВЫСОКОЕ	ВЫСОКОЕ	Стимуляная	
НИЗКАЯ	ВЫСОКОЕ	НИЗКОЕ	Обстоятель- ственная	

Оценить с позиции психологии общения высказывание

«И мне очень интересно, почему у меня стоит неудовлетворительная оценка, если я всегда и все задания отправляю вовремя!!!»

	Ответ	Комментарий «+» и «-»
Группа потребностей		
Функция (и) общения		
Наличие адресата		
Вид общения		
Средства общения		
Стратегия общения (Э.Шостром)		
Стратегия общения (В. Сатир)		
Стратегия общения (Томас-Килмен)		
Эффективность общения		
Ожидаемая реакция		

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.



4. Эмоциональные регуляторы межличностного восприятия

Аттракция

(букв. физическое притяжение, привлечение) –
термин, одновременно относящийся

к процессу

зарождения и
развития

положительных
чувств одного
человека к
другому

к продукту этого процесса

например, выделены уровни
аттракции:

ЛЮБОВЬ

ДРУЖБА

СИМПАТИЯ

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.



Основные направления эмпирических исследований аттракции



Идеализация возлюбленного

как перцептивный феномен

«Идеализация – это не неправильное, а другое восприятие, при котором в объекте любви видится не только то, что там есть сейчас, но и то, что там будет или может быть»

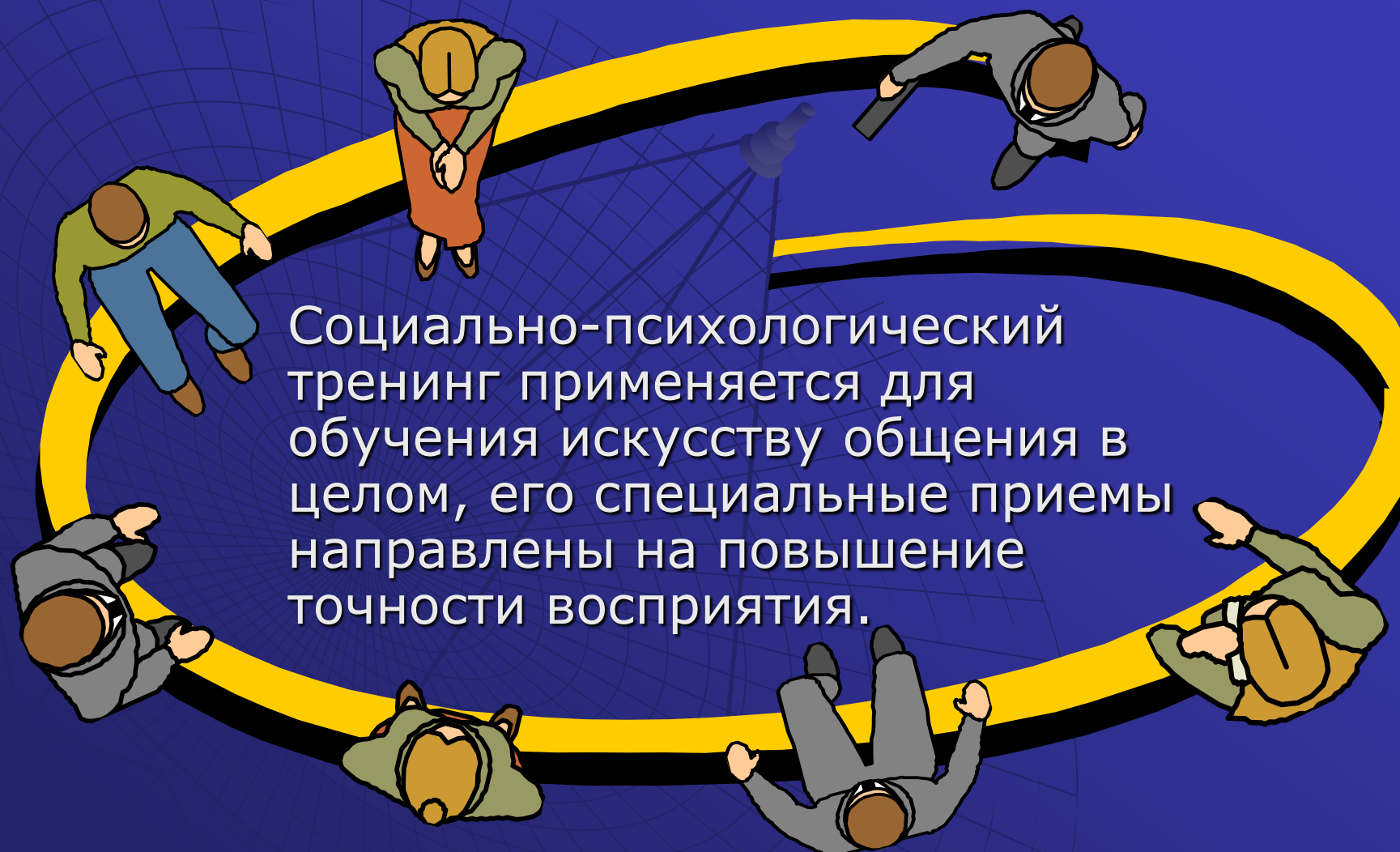
В.А. Соловьев

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.



Социально-психологический тренинг

An illustration showing seven stylized human figures arranged in a circle on a blue background with a grid pattern. The figures are connected by a thick yellow band that forms a continuous loop around them. The figures are depicted from a top-down perspective, with some facing the center and others facing outwards. They are wearing various colored clothing: green, orange, grey, and blue. The overall scene suggests a group activity or a training exercise.

Социально-психологический
тренинг применяется для
обучения искусству общения в
целом, его специальные приемы
направлены на повышение
точности восприятия.