




# **ОБЩЕНИЕ КАК ВОСПРИЯТИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА**




# Понятие социальной перцепции



Взаимопонимание между партнерами в процессе общения может быть истолковано по-разному:

- как понимание целей, мотивов, установок партнера по взаимодействию;
- как не только понимание, но и *принятие*, разделение этих целей, мотивов, установок.




Процесс восприятия  
одним человеком другого  
выступает как обязательная  
составная часть общения и  
условно может быть назван  
*перцептивной* стороной  
общения.

Понятие социальной перцепции во многом определяется понятием образа, поскольку **сущность** социальной перцепции заключается в образном восприятии человеком себя, других людей и социальных явлений окружающего мира.

Образ как результат и форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека выступает **важнейшим ключевым условием восприятия**. По содержанию образ объективен в той мере, в какой он адекватно отражает действительность.

Образ существует на двух уровнях:

- уровень чувств (ощущение, восприятие, представление);
- уровне мышления (понятие, суждение, умозаключение).



***Социальная перцепция*** -  
восприятие, понимание и  
оценка людьми социальных  
объектов: других людей,  
самих себя, групп, социальных  
общности и т.д.

# Составляющие социального восприятия

- межличностное восприятие;
- самовосприятие;
- межгрупповое восприятие .

В более узком смысле социальную перцепцию рассматривают как *межличностное* восприятие: процесс восприятия внешних признаков человека, соотнесение их с его личностными характеристиками, интерпретация и прогнозирование на этой основе его поступков.



Социальный перцептивный процесс имеет 2 стороны:

- **субъективную** (субъект восприятия - человек, который воспринимает)
- **объективную** (объект восприятия - человек, которого воспринимают).

## Отличия процессов социального восприятия от восприятия несоциальных объектов

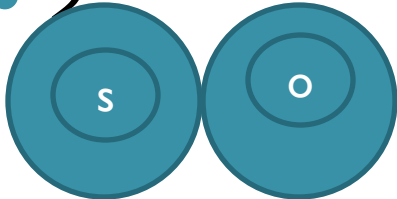
Социальные объекты не являются пассивными и безразличными по отношению к субъекту восприятия, кроме того, социальные образы всегда имеют **смысловые и оценочные интерпретации.** В определенном смысле восприятие - это *интерпретация.*

# Схема социальной перцепции

• 1.



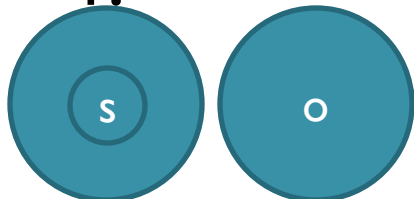
• 2.



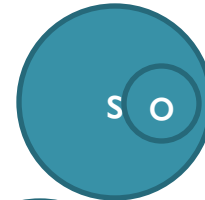
• 3.



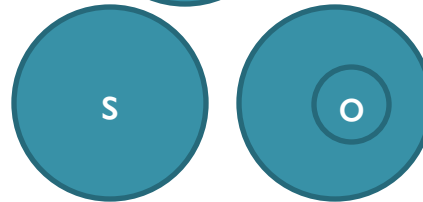
• 4.



5.



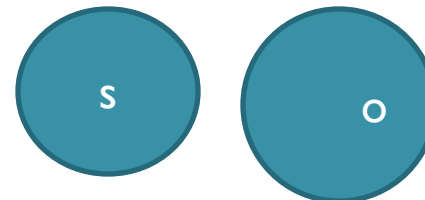
6.



7.



8.



Целесообразно говорить не вообще о социальной перцепции, а о межличностной перцепции, или *межличностном восприятии* (или — как вариант — о *восприятии человека человеком*).

Поскольку межличностное восприятие является одной из сторон общения, предполагается, что особое значение имеет активное участие субъекта восприятия, а также **роль ожиданий, желаний, намерений, прошлого опыта субъекта** как специфических детерминант перцептивной ситуации. Все это необходимо учитывать, когда познание другого человека рассматривается как основание не только для понимания партнера, но и для установления с ним согласованных действий, особого рода отношений.

**Вывод:** термин «социальная перцепция» означает восприятие другого человека, восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретацию на этой основе его поступков.



# **Механизмы межличностного восприятия**

## *Идентификация -*

*отождествление себя с другим, один из самых простых способов понимания другого человека — уподобление себя ему.*

Идентификация подобна эмпатии, однако эмпатию можно рассматривать как эмоционально отождествление субъекта наблюдения, которое возможно на основе прошлого или настоящего опыта подобных переживаний.

Что же касается идентификации, то здесь в большей степени происходит интеллектуальное отождествление, результаты которого тем успешнее, чем более точно наблюдатель определил интеллектуальный уровень того, кого он воспринимает.



Слово «идентификация» в психологии означает целый ряд явлений, которые не тождественны друг другу:

- процесс сличения объектов на основании существенных признаков;
- неосознаваемый процесс отождествления близких людей и механизм психологической защиты;
- один из механизмов социализации и т.д.

В широком смысле идентификация как механизм социальной перцепции, сочетаясь с эмпатией, представляет собой процесс понимания, видения другого, постижения личностных смыслов деятельности другого, осуществляемый путем прямого отождествления или попытки поставить себя на место другого.

# **Эмпатия -**

постижение эмоционального состояния другого человека, понимание его эмоций, чувств и переживаний.

Во многих психологических источниках эмпатию отождествляют с сочувствием, сопереживанием, симпатией. Это не совсем так, поскольку можно понимать эмоциональное состояние другого человека, но не относиться к нему с симпатией и сочувствием.

Эмпатия как **способность понимать** эмоциональное состояние другого человека развивается в процессе жизни и у пожилых людей может быть более выражена.

# Рефлексия -

в отличие от философского употребления термина, в социальной психологии означает **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, «глубокое, последовательное взаимоотражение, содержанием которого является воспроизведение внутреннего мира партнера по взаимодействию, причем в этом внутреннем мире в свою очередь отражается внутренний мир первого исследователя».

# Каузальная атрибуция

Означает процесс *приписывания* другому человеку *причин* его поведения в том случае, когда информация об этих причинах отсутствует.

Мера и степень приписывания зависят от двух показателей:

- от степени *уникальности* или *типичности* поступка
- от степени его социальной «*желательности*» или «*нежелательности*».

Характер атрибуций зависит также и от того, выступает ли субъект восприятия сам *участником* какого-либо события или его *наблюдателем*.

# Типы атрибуции по Келли:

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



# Эффекты восприятия

# *Эффект установки*

Играет значительную 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 было сообщено, что человек на предъявленной фотографии является закоренелым преступником, а второй группе о том же человеке было сказано, 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.

# *Эффект ореола*

Заключается в тенденции переносить предварительно полученную благоприятную или неблагоприятную информацию о каком-либо человеке на реальное его восприятие. Воспринимаемые черты как бы накладываются на тот образ, который уже был создан заранее.

## **Эффект «первичности и НОВИЗНЫ»**

Он касается значимости определенного *порядка* предъявления информации о человеке для составления представления о нем: ранее предъявленная информация рассматривается как «первичная», а поздно предъявленная как «новая».


# Стереотипизация -

склонность к формированию устойчивого образа при оценке людей, которым пользуются как клише, или оценка людей по их принадлежности к какой-либо категории (пол, возраст и т.д.)


# Следствия стереотипизации:

- *упрощение* 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, некоторая *констатация* закрепленных черт, которая хотя и не способствует точности построения образа другого, заставляет заменить его часто штампом, но тем не менее в каком-то смысле необходима, ибо помогает сокращать процесс познания.

- возникновение *предубеждения*. Если суждение строится на основе прошлого ограниченного опыта, а опыт этот был негативным, всякое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью.



# **Точность межличностной перцепции**



**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 механизмы, эффекты, возникающие в этом процессе.



# Выходы:

- личностные тесты;
- метод экспертных оценок;
- тренинги;

# Программы тренингов:

- фиксирование внимания лиц, для которых точность восприятия других людей особенно значима (учителя, врачи, руководители разных рангов), на таком 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»*.

- 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 описания самим себя субъектом и другими людьми.




# Межличностная аттракция

# Межличностная 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 определенные отношения друг к другу. На основе сделанных оценок рождается разнообразная гамма чувств — от неприятия того или иного человека до симпатии, даже любви к нему.

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, т.е. некоторое качество отношения.



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.

## уровни аттракции:

- симпатия;
- дружба;
- любовь.



# Теории любви:

- *пессимистическая*, утверждающая негативное воздействие любви на развитие личности (возникновение зависимости от любимого человека);
- *оптимистическая*, разрабатываемая в основном в гуманистической психологии и утверждающая, что любовь способствует снятию тревоги, более полной самоактуализации личности.

# Формы любви:

- любовь-страсть;
- любовь-игра;
- любовь-дружба.

## Вывод:

- чрезвычайно сложная природа процесса межличностной перцепции заставляет с особой тщательностью исследовать проблему точности восприятия человека человеком.