

Структура общения

Общение как перцепция

Восприятие человека человеком

Социальная перцепция (лат. perceptio – восприятие) – это восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов (других людей, самих себя, групп и пр.)

Понятие ввел Дж. Брунер в 1947 г. для обозначения факта социальной обусловленности восприятия, т.е. его зависимость не только от характеристик воспринимаемого объекта, но и от прошлого опыта, целей, намерений, значимости ситуации для того, кто воспринимает.

Социальная перцепция

- Восприятие внешних признаков человека, соотнесение их с личностными характеристиками, интерпретация и прогнозирование на этой основе его поступков.

Функции социальной перцепции

- 1) познание себя;
- 2) познание другого;
- 3) организация совместной деятельности на основе взаимопонимания;
- 4) установление эмоциональных отношений.

Механизмы социальной перцепции

Идентификация – способ познания другого человека, когда происходит уподобление себя другому, при этом познаются его нормы, ценности, поведение, вкусы, привычки.



Механизмы социальной перцепции

Эмпатия – эмоциональное «вчувствование» или сопереживание другому, основана на умении правильно представлять себе, что происходит внутри другого человека.



Механизмы социальной перцепции

Аттракция (attraction – привлечение) – возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого, основана на формировании привязанности, устойчивого позитивного чувства к другому человеку.



Механизмы социальной перцепции

Рефлексия – способность человека представлять то, как он воспринимается партнером по общению. Результатом рефлексии другого человека является **«тройное отражение»**: мнение субъекта о себе, образ субъекта в понимании объекта; отраженное представление объекта о субъекте.

Механизмы социальной перцепции

Каузальная атрибуция (cause attribution) – механизм приписывания причин поведения другого человека.

Используется в ситуации дефицита информации для понимания истинных причин поведения объекта



Фундаментальная ошибка атрибуции

Результат атрибуции складывается из рациональных рассуждений (постоянство, исключительность, сходство).

НО: процесс атрибуции включает в себя ряд скрытых допущений, которые могут привести к искажению результата атрибуции.

Фундаментальная ошибка атрибуции

- 1) Людям свойственно отыскивать взаимосвязь между событиями, которые на самом деле не связаны между собой.
- 2) «Хорошим» людям чаще приписываются «хорошие» качества.
- 3) Личностная и ситуативная каузальные схемы (внутренний и внешний локус контроля).
- 4) Социальная установка.

Эффекты восприятия

- **Эффект первичности и/или новизны** – первое впечатление о воспринимаемом влияет на последующее формирование образа об этом человеке.

*? Первое впечатление
самое правильное
или самое неправильное*

Эффекты восприятия

- **Эффект «ореола»** - формирование специфической установки на воспринимаемого через приписывание ему определенных качеств, т.е. информация, которую мы получаем о каком-либо человеке, накладывается на тот образ, который уже был создан заранее.

Эффекты восприятия

- **Эффект стереотипизации** – относительно устойчивый и упрощенный образ или представление о каких-либо людях или явлениях, как результат обобщения личного опыта (предвзятых представлений).