

Характеристика процесса познания людьми друг друга

14.6-614

Юнусова А.Х

ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ

Возникновение и успешное развитие межличностного общения возможно лишь в том случае, если между его участниками существует взаимопонимание. То, в какой мере люди отражают черты и чувства друг друга, воспринимают и понимают других, а через них и самих себя, во многом определяет процесс общения, отношения, складывающиеся между партнерами, и способы, с помощью которых они осуществляют совместную деятельность. Таким образом, процесс познания и понимания одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения, условно она может быть названа перцептивной стороной общения.

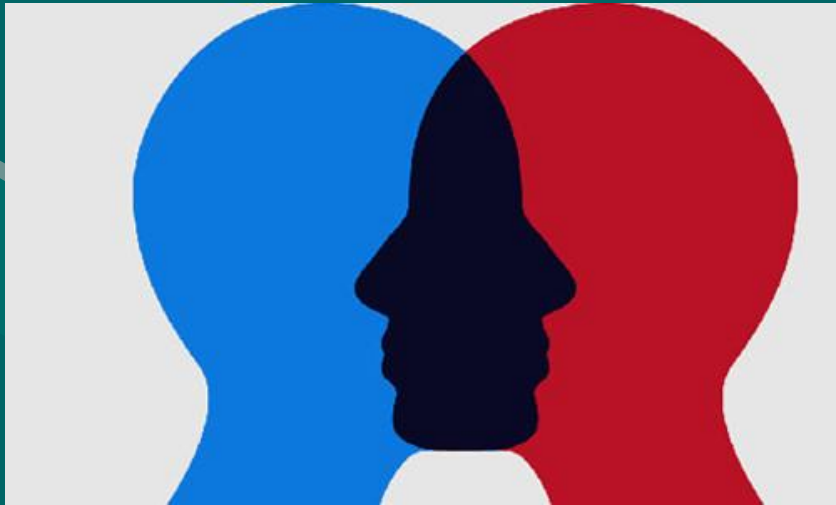
- **Социальная перцепция** – процесс, который возникает при взаимоотношении людей друг с другом и включает восприятие, изучение, понимание и оценку людьми социальных объектов: других людей, самих себя, групп или социальных общностей.

Механизмы социальной перцепции

- Метод идентификации заключается в том, что психолог пытается поставить себя на место собеседника. Чтобы познать человека, необходимо усвоить его шкалу ценностей, нормы поведения, привычки и вкусовые пристрастия. Согласно этому методу социальной перцепции, человек ведёт себя таким образом, каким, по его мнению, мог бы повести себя собеседник.
- Аттракция (привлечение) в понятии социальной перцепции рассматривается как специальная форма познания партнера при сформированном устойчивом чувстве к нему. Такое понимание может иметь форму дружбы или любви.



- Эмпатия — понимание эмоционального состояния другого человека посредством сопереживания, проникновения в его субъективный мир. — сопереживание другому лицу. Копирование эмоционального настроения собеседника. Только отыскав эмоциональный отклик, можно составить правильное представление о том, что творится на душе у собеседника. Тот или иной уровень эмпатии является профессионально необходимым качеством для всех специалистов, работа которых непосредственно связана с людьми (чиновники, руководители, продавцы, менеджеры персонала, педагоги, психологи, психотерапевты и проч.).



- **Рефлексия** – осознание себя в глазах собеседника. При проведении беседы человек как бы видит себя со стороны партнера. Что о нем думает другой человек и какими качествами наделяет его. Познание себя в понятии социальной перцепции невозможно без открытости к другим людям.



- **Каузальная атрибуция** от слов «кауза» – причина и «атрибут» – ярлык. Человека наделяют качествами, сообразно его поступкам. Социальная перцепция определяет следующие типы каузальной атрибуции:
- **Личностная** – когда причина исходит от самого человека, совершившего тот или иной поступок;
- **Объектная** – если причиной поступка послужил объект (субъект), на которого было направлено то или иное действие;
- **Обстоятельственная** – условия, при которых был совершен тот или иной акт.



- Характер взаимодействия между людьми и его результаты во многом зависят от того, как люди воспринимают друг друга, понимают, воспроизводят и интерпретируют поведение, оценивают свои возможности и других участников общения.
- В процессе взаимодействия достигается взаимопонимание или непонимание, возрастает способность прогнозировать поведение друг друга или оказывается неспособность предвидеть действие партнера по общению. Все это является следствием чувственного адекватного или неадекватного отражения и понимания партнерами друг друга, недостаточного или неправильного толкования информации, имеющейся в их распоряжении.



Восприятие внешнего облика
и поведения наблюдаемого

Оценка

Создание представлений
о психологических особенностях
и состоянии наблюдаемого

Оценка

Создание представлений о причинах
и следствиях наблюдаемого поведения

Оценка

Создание стратегии
собственного поведения

Взаимопонимание является чрезвычайно сложным феноменом, чья эффективность зависит от информации, которую люди получают друг от друга, от степени заинтересованности друг другом, от уровня симпатии или антипатии и т.п.

Оно предполагает:

- совпадение, сходство или созвучность у разных людей взглядов на мир;
- понимание целей, мотивов, установок партнера по общению;
- принятие целей, мотивов, установок другого;
- взаимное принятие самооценки, своих возможностей и способностей;
- принятия выполняемых в отношении друг друга ролей;
- понимание индивидуальных особенностей друг друга;
- понимания отношений, которые складываются и развиваются между партнерами;
- взаимное принятие способов понимания партнерами друг друга



А. Бодалёв, рассматривая первое впечатление как сложный психологический феномен, в котором сочетаются чувственный, логический и эмоциональный компоненты, а также имеющееся эмоциональное отношение и более или менее осознанные и обобщенные оценочные суждения, утверждает, что оно зависит от многих факторов, таких как:

- опыт общения ;
- особенности внешнего вида, поведение человека, за которым наблюдают;
- ситуация, в которой происходит познание другого человека;
- собственные личностные качества того, кто наблюдает.

Всю информацию, которую получает человек от другого человека как объекта восприятия, можно разделить на 3 группы:

1. Обще - осведомительная информация об устойчивых особенностях личности. Она накапливается постепенно и сохраняется длительное время. На основе этой информации вырабатывается стратегия взаимодействия с данным человеком;
2. Осведомительная - значима в пределах конкретного вида совместной деятельности;
3. Оперативно - регулятивная ограничена конкретным актом общения. Это информация о эмоциональном состоянии в данный момент, настрое, актуальных потребностях и сиюминутных намерениях.

Лицо - один из наиболее важных компонентов внешности, особенно для познания людьми друг друга. Это важнейший социально экстраординарный стимул.

Почему лицо имеет такую значимость:

1. Лицо- область наиболее богатая афферентными раздражителями. Здесь представлены все органы чувств.
2. Лицо является наиболее информативным элементом. При восприятии лица взгляд сначала направляется на волосы, потом на глаза, брови, опять на глаза, затем на рот, очень быстро на нос, потом ещё раз очень быстро на верхнюю часть лица (глаза, волосы), затем общая конфигурация лица и уши.



Мимикой в данном случае называется вся экспрессия лица и отдельных его частей.

Выделяется разные уровни мимики:

1. Мимика с анализаторов, например, гримасы боли, мимические выражения, обусловленные ощущениями горького, сладкого, кислого (т.е. в основном здесь имеются в виду интерорецепторы);
2. Мимика эмоций;
3. Характерологическая мимика. Она достаточно постоянна для человека. Это привычные для человека мимические маски, которые формируются у него при жизни. Характерологическая мимика отличается малой интенсивностью. Интенсивность возрастает только в период эмоционального напряжения. Характерологическая мимика зависит от постоянства и интенсивности общения, а также от свойств нервной системы.



Эффекты социальной перцепции

- **Эффект ореола** - это тенденция преувеличивать однородность личности собеседника, переносить благоприятное или неблагоприятное впечатление об одном качестве индивида на все другие его качества. При формировании первого впечатления эффект ореола проявляется в том, что общее положительное впечатление, вызванное человеком, побуждает к положительным оценкам и тех качеств, которые не представлены в восприятии, и наоборот, общее неприятное впечатление порождает, соответственно, негативные оценки.
- **Эффект первичности** проявляется тогда, когда воспринимается незнакомый человек. Во время оценки этого человека роль установки играет информация, представленная ранее.
- **Эффект новизны** действует в ситуации восприятия знакомого человека, который заключается в том, что последняя, новая информация становится самой значительной.
- **Эффект проекции** – тенденция приписывать собеседнику, к которому испытывается симпатия, свои собственные достоинства, а при антипатии – свои недостатки.
- **Эффект средней ошибки** – тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого человека в сторону среднего.