

# ОБЩЕНИЕ КАК ПОНИМАНИЕ



# План.

1. Социальная перцепция.
2. Как происходит восприятие.
3. Стереотипы или «эффекты восприятия».

**ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ**

**§33 (пересказ)**

## **«СОЦИАЛЬНАЯ ПЕРЦЕПЦИЯ»**

**(от лат. percipio — восприятие)**

характеризует восприятие, понимание и оценку людьми социальных объектов (других людей, самих себя, групп, социальных общностей).

# ПРОБЛЕМЫ «СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ»

**Во-первых,** отношения нос субъект - субъектный характер.

**Во-вторых,** в этом процес важную роль играет субъективн сторона: восприятие и оцен партнерами друг друга всег, субъективны.

**В-третьих,** восприятие в процес общения связано с эмоциональн стороной межличностных кс тактов.



*«Встречают по одежке, а провожают по уму»*

# МЕХАНИЗМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ

**Механизмы социальной перцепции** - способы, посредством которых люди воспринимают и определенным образом интерпретируют, понимают и оценивают друг друга.

## **Механизмы:**

- эмпатия,
- аттракция,
- казуальная атрибуция,
- идентификация,
- социальная рефлексия.

# КАК ПРОИСХОДИТ ВОСПРИЯТИЕ

**Эмпатия** — это постижение эмоционального состояния другого человека, «вчувствование», (состоит из корня pathos - «чувство», и приставки «переживание», означющей «находящийся внутри, в пределах чего-либо»).

## ФОРМЫ ЭМПАТИИ:

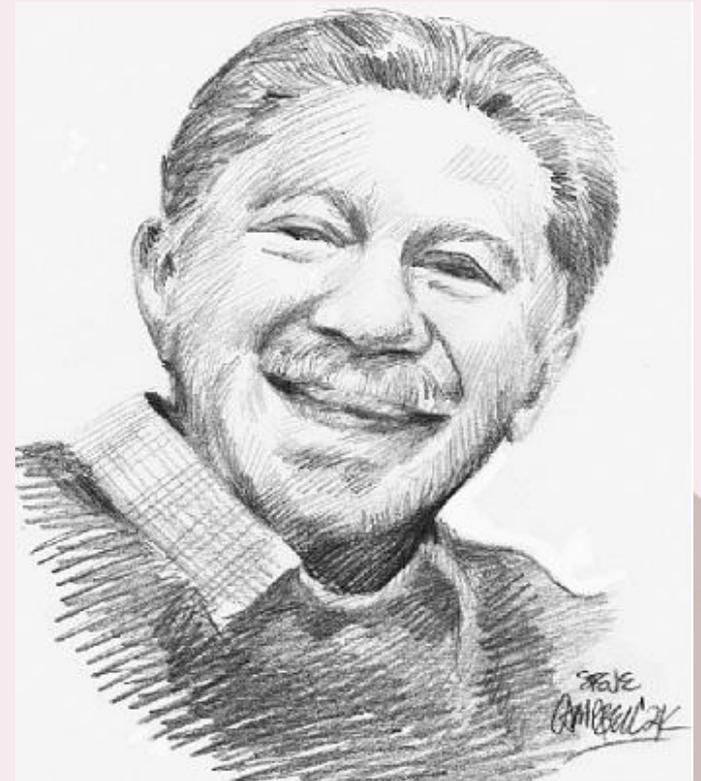
- 1.повторение**, когда один человек непосредственно, непроизвольно воспроизводит эмоцию другого.
- 2.переживания**, основанные на ситуации, в которой находится другой человек.
- 3.сочувствие, сопереживание** выражены в способности человека откликаться на чувства другого, радоваться и печалиться вместе с ним и за него.

# КАК ПРОИСХОДИТ ВОСПРИЯТИЕ

**Аттракция** - особая форма восприятия и понимания другого человека, основанная на формировании по отношению к нему устойчивого положительного чувства, симпатии, привязанности.

Аттракция зачастую проявляется благодаря дружбе, привязанности, любви.

По выражению психолога А. Маслоу, именно эти чувства позволяют увидеть человека «под знаком вечности», т. е. увидеть и понять самое лучшее, что в нем есть.



А. Маслоу

# КАК ПРОИСХОДИТ ВОСПРИЯТИЕ

Механизм **казуальной атрибуции** состоит в приписывании человеку определенных причин поведения. (приписывание основано на сходстве этого поведения с известными прототипами или с собственным поведением в аналогичных ситуациях).

- Военный – смелый;
- Чиновник - взяточник;
- Отличник – умный...



# КАК ПРОИСХОДИТ ВОСПРИЯТИЕ

**Идентификация.** В ней ведущую роль играет не эмоциональная, а рациональная составляющая; в процессе идентификации субъект ставит себя на место другого на основе собственных представлений о нем.



©HUYENCO.INFO

# КАК ПРОИСХОДИТ ВОСПРИЯТИЕ

**Социальная рефлексия** - самовосприятие и интерпретация собственных действий и побуждений, своих особенностей и их влияния на впечатление других людей.

Человек в процессе **социальной рефлексии** предстает как бы в трех позициях:

- «я», каким я являюсь в действительности;
- «я», каким я вижу самого себя;
- «я», каким меня видит партнер по общению.

Все они участвуют в формировании самообраза человека.

# СТЕРЕОТИПЫ И «ЭФФЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ»

**Стереотип** — это устойчивый, а нередко и упрощенный образ какого-либо явления или человека, складывающийся в условиях дефицита информации.

Стереотипы помогают ориентироваться в социальной среде.

**Стереотип** — это часть прошлого опыта, сформированного бытовой профессиональной деятельностью закрепившегося в мышлении постоянно используемого при решении типичных задач, которое ставит жизнь.



# Что влияет на формирование стереотипов?

- Социальные стереотипы возникают прежде всего под воздействием групповых норм.
- Возрастные, половые, семейные, профессиональные нормы ограничивают движение мысли в одних направлениях и поощряют в других.



Ф.Бэйкон

Человек склонен чаще объяснять свое поведение внешними обстоятельствами, а поступки других — их личными качествами;

## ПРОБЛЕМА «ИДОЛОВ»

- **«Идолы рода»** — это ошибки, совершаемые под влиянием общественного мнения;
- **«Идолы пещеры»** — это стереотипы, сформировавшиеся в общении, а затем проникшие в другие сферы («эффект ореола», «эффект проекции», «эффект порядка», «эффект ложного обобщения»);
- **«Идолы рынка»** - преклонение перед мнением великих.

## **«ЭФФЕКТ ОРЕОЛА»**

мнение наблюдателя или партнера по общению о другом партнере, его достоинствах и недостатках как бы «окутывает» его реальный образ.

## **«ЭФФЕКТ ПРОЕКЦИИ»**

- приятному для нас собеседнику мы склонны приписывать свои собственные достоинства, а неприятному — свои недостатки.

## **«ЭФФЕКТ ПОРЯДКА»**

(или «эффект первичности») состоит в том, что на общее впечатление от общения оказывают влияние полученные ранее сведения.

# «ЭФФЕКТ ЛОЖНОГО ОБОБЩЕНИЯ»

- на основании утверждений о наличии определенных качеств у отдельных представителей социальной группы делается вывод о том, что эти качества есть у всех ее членов.



*«Все учителя  
злые».*