

Перцептивна я функция общения



Перцепция (от лат.
Perceptio — психологическое
восприятие) —
процесс восприятия,
способствующий
взаимопониманию участ
ников общения.

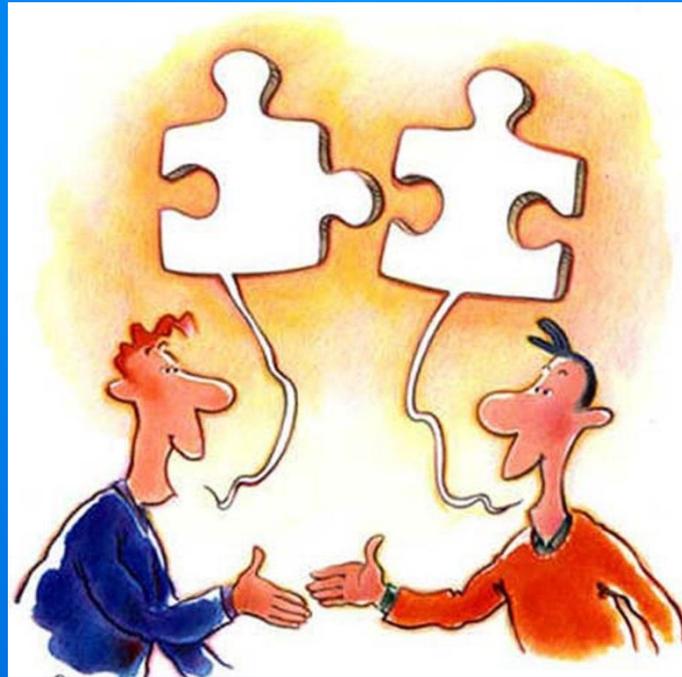
**Перцептивная функция
общения направлена на
решение следующих задач:**

- **формирование содержания
межличностного восприятия;**
- **содействие установлению
взаимопонимания;**
- **обеспечение влияния
участников общения друг на
друга.**

В коммуникации перцептивная функция выступает в роли регулятора общения, а выбор человеком той или иной линии поведения в каждой конкретной ситуации предполагает восприятие - оценку основных ее элементов, а именно:

- партнеров по взаимодействию;**
- самого себя;**
- ситуативного контекста общения в целом.**

**Межличностная
перцепция - это процесс
восприятия, познания и
понимания людьми друг
друга.**



Для оценки собеседника в распоряжении каждого из нас имеется как минимум два основных источника информации:

■ **внешний вид, т. е, физические характеристики человека (красота, рост, цвет глаз), одежда и ее адекватность ситуации общения, эстетика, а также такие атрибуты, как знаки отличия, аксессуары (очки, прическа, награды, аксессуары), а в определенных случаях — машина, обстановка кабинета и т. п.;**

■ **поведение, манеры и стиль — предпринимаемые действия, совершаемые поступки; экспрессивные реакции, а также язык его тела, тембр и громкость голоса.**

СОЦИАЛЬНАЯ ПЕРЦЕПЦИЯ

Индивидуальная
перцепция (вос-
приятие человека
человеком)

Восприятие
человеком группы

Самовосприятие
человека в группе

Межличностное
групповое
восприятие



Восприятие другого человека



**адекватно
е**

искаженное

ЭФФЕКТЫ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВОСПРИЯТИЯ И ВЗАИМОПОНИМАНИЯ



**Социальный
стереотип — это
устойчивое
представление о
каких-либо
явлениях или
людях,
свойственное
представителям
той или иной
группы.**



Стереотипы

восприятия отличает

экономика мышления

(не надо думать),

защита (оправдание

собственного

поведения),

удовлетворение

агрессивных тенденций

(нападение), способ

выхода группового

напряжения.



**Предрассудки и
предубеждения,
в основе которых лежит
необоснованное негативное
представление о других людях.**



**Эффект ореола - тенденция
переносить благоприятное
впечатление об одном качестве
человека на все другие его
качества.**



Фактор превосходства.



Превосходство фиксируется по одному параметру, а переоценка или недооценка человека происходит по многим параметрам

Фактор
статуса -
оценка
ЛИЧНОСТНЫХ
качеств
человека в
зависимости от
его
социального
статуса



Фактор «отношение к нам»



Каузальная атрибуция -

построение своих собственных предположений относительно причин и поступков других людей путем приписывания ему своих чувств, намерений, мыслей и мотивов поведения.

Типы атрибуции:

- личностная атрибуция — причина поступка или действия приписывается тому, кто его совершил, субъекту;
- объективная атрибуция — причина поступка или действия приписывается тому, на кого направлено действие — объекту;
- обстоятельственная атрибуция — причина поступка или действия приписывается каким-то возникшим обстоятельствам, контексту ситуации.

Проекция — это неосознанное, непроизвольное приписывание другим своих собственных психологических, нравственных качеств и состояний, суждение о людях по аналогии с самим собой.



Эффект снисходительности

заключается в том, что мы оцениваем другого человека чаще положительно, чем негативно, и используем по отношению к нему позитивные характеристики тогда, когда он по отношению к нам не конкурентоспособен или вызывает чувство жалости из-за неуверенности в себе, закомплексованности, ущербности.

Эффект фаворитизма близок к эффекту снисходительности. Те, кто чувствуют себя любимцами, фаворитами в группе, чаще воспринимают новичков с чувством превосходства — «сверху вниз». Фаворитов также порой неадекватно оценивают, завышая их возможности из-за высокой уверенности в себе.