**Тема 4 . Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения)**

**4.1. Понятие социальной перцепции. Факторы, оказывающие влияние на восприятие**

Совершенно очевидно, что эффективное общение невозможно без правильного восприятия, оценки, взаимопонимания партнеров. Процесс общения начинается с наблюдения за собеседником, его внешностью, голосом, особенностями поведения и пр. психологи говорят, что происходит восприятие одним человеком другого. Данная важная и обязательная составная часть общения получила название перцептивной стороны общения.

Причем термин перцепция, или «восприятие» здесь употребляется не совсем в общепринятом понимании**. На самом деле речь идет не только о восприятии, сколько о познании другого человека**. Так, наблюдая за своим собеседником и замечая, скажем различные «почесывания» шеи, головы, мы можем предположить, что он испытывает затруднения, нерешительность. Поскольку человек вступает в общение как личность, постольку и он сам всегда воспринимается другими людьми как личность. **На основе внешней стороны поведения мы как бы «читаем» другого человека, расшифровываем его внутренний мир, особенности личности по внешним проявлениям**. **Впечатления, которые возникают при этом, играют важную роль, регулируя процесс общения. В ходе познания другого человека одновременно осуществляется и эмоциональная оценка этого другого, и попытка понять логику его поступков и строй мышления, а затем, уже на основе этого, построить стратегию своего собственного поведения.**

**Т о перцептивная сторона общения представляет собой обязательную составную часть общения и является процессом восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установлению на этой основе взаимопонимания.**

В этой составляющей рассматриваются ряд эффектов, факторов и механизмов, которые определяют качество взаимного восприятия, или как принято называть, межличностного восприятия.

Часто восприятие человеком человека называют социальной перцепцией. Этот термин был введен ДЖ. Брунером в 1947 г. в ходе разработки им так называемого нового взгляда на восприятие. Позже социальной перцепцией стали называть процесс восприятия так называемых социальных объектов, под которыми подразумевались другие люди, социальные группы, большие социальные общности.

Но, когда говорят о перцептивной стороне общения, то имеют в виду особенности восприятия не физических, а социальных объектов, к которым относятся формирование представления о намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках и т д. кроме того, в содержание этого же понятия включается формирование представления о тех отношениях, которые связывают наблюдателя и наблюдаемого. В общем виде процесс восприятие одним человеком другого происходит следующим образом: в своем партнере наблюдатель может увидеть лишь внешние признаки, среди которых наиболее информативными являются внешний облик человека (физические качества, внешность, одежда и пр) и поведение (совершаемые действия, эмоциональные реакции, мимика и тп). С другой стороны, видя эти качества, наблюдатель определенным образом оценивает их и делает некоторые умозаключения ( часто бессознательно) о внутренних психологических свойствах своего партнера по общению. Сумма свойств, приписанных партнеру, в свою очередь, дает человеку возможность сформировать определенное отношение к нему, которое чаще всего носит эмоциональный характер и укладывается в рамки понятий «нравится – не нравится».

**В самом общем плане можно сказать, что восприятие другого человека означает восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками индивида и объяснение на этой основе его поступков.**

**Однако в эти процессы включены как минимум два человека, и каждый из них последовательно становится то наблюдаемым, то наблюдателем. Следовательно, сопоставление себя с другим осуществляется как бы с двух сторон: каждый из партнеров уподобляет себя другому. Значит, при построении стратегии взаимодействия нам приходится принимать в расчет не только потребности, мотивы и установки другого, но и то, как этот другой понимает наши потребности, мотивы и установки. Перечисленные выше феномены принято относить к социальной перцепции.**

В обыденной жизни люди зачастую не знают действительных причин поведения партнеров по общению и начинают устанавливать причины поведения, основываясь на сходстве поведения воспринимаемого лица с поведением другого индивида, либо на основе собственных мотивов поведения, которые могут возникнуть или которые возникали в прошлом в аналогичных ситуациях.

Представления о другом человеке зависит от уровня развития самосознания, представлениях о собственном «Я». связь эта двояка: с одной стороны, богатство представлений о самом себе определяет и богатство представлений о другом человеке, с другой стороны, чем более полно раскрывается другой человек, тем более полным становится представление и о самом себе.

На восприятие и оценку людьми друг друга влияют самые разные факторы. Так, исследования показали, что дети и взрослые сильно отличаются по особенностям своей социальной перцепции. Дети больше, чем взрослые, ориентированы на восприятие внешности (одежда, прическа. Наличие отличительных признаков: униформа, очки и т п). он лучше распознают эмоциональные состояния по выражению лица, чем по жестам. Значительно влияет на процесс восприятия профессия наблюдателя. Так, при оценки людей педагоги в значительной степени ориентированы на особенности речи воспринимаемых, полицейский – на внешний вид, спортивные тренеры – прежде всего замечают физическое сложение человека. Внутренние психологические и социальные установки наблюдателя как бы «заставляют» его оценивать окружающих по строго определенным параметрам*.*

Как отметили выше, социальная перцепция – это сложный процесс, включающий в себя ряд простых: восприятие (эмоциональная оценка другого), объяснение поступков другого человека. ( попытка понять строй его поступков) и понимание ( построение стратегии взаимодействия)

Все это приводит к тому, что осознание и восприятие другого происходит определенных психологических механизмов.

**4.2. Психологические механизмы восприятия. Искажения в процессе восприятия.**

Изучая социальную перцепцию, ученые выделили ряд универсальных психологических механизмов, объясняющих как происходит процесс оценки другого человека на основе воспринятых внешних особенностей. Эти механизмы можно разделить на три группы: познания и понимания людьми других (идентификация. Эмпатия, аттракция); познание самого себя (рефлексия); механизмы, обеспечивающие прогнозирование поведения партнера по общению (каузальная атрибуция).

**Идентификация – один из механизмов познания и понимания другого человека, заключающийся прежде в сего в неосознанном уподоблении себя значимому другому ( значимый другой – это человек, являющейся авторитетом для данного субъекта общения и деятельности). Обычно это происходит, когда в реальных ситуациях взаимодействия индивид делает попытки поставить себя на место партнера по общению. При идентификации устанавливается эмоциональная связь с объектом, опосредованная переживаниями своей тождественности с ним. (способность поставить себя на место другого)**

Понятие «идентификация» близко к понятию «эмпатия»

**Эмпатия – это постижение эмоциональных состояний другого человека в форме сопереживания. Механизм эмпатии в определенной мере схож с механизмом идентификации. Эта схожесть состоит в умении поставить себя на место другого. Взглянуть на вещи с его точки зрения. Однако это не обязательно означает отождествление себя с этим человеком ( как это происходит при идентификации). При эмпатии принимается во внимание линия поведения партнера, субъект относится к нему с сочувствием, но межличностные отношения с ним строятся исходя из стратегии собственного поведения. (способность сопереживать, понимать чувства, переживаемые другим человеком)**

Идентификация – понять партнера по общению, встав на его позицию, действуя с нее, а эмпатия – понять его, приняв в расчет его точку зрения, даже сочувствуя ей, но действуя по-своему.

**Рефлексия – это осознание индивидом того, как он воспринимается партнером по общению, т е «как будет партнер по общению понимать меня». При рефлексии происходит осмысление того, какими средствами и почему он произвел то или иное впечатление на партнера по общению. (способность человека понимать, как его воспринимают другие. И способность адекватно воспринимать себя.**

**4.3 Эффекты межличностного восприятия**

**Каузальная атрибуция**. Познавая друг друга, люди не ограничиваются получением сведений путем наблюдения. Они стремятся к выяснению причин поведения партнеров по общению, выяснению их личностных качеств. Но так как информация о человеке, полученная в результате наблюдения, чаще всего недостаточна для надежных выводов, наблюдатель начинает дополнять ее вероятными причинами поведения и характерологическими чертами личности партнера по общению. Такая интерпретация причин поведения наблюдаемого индивида может существенно влиять и на самого наблюдателя. Таким образом**, каузальная атрибуция – это интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей. (слово каузальный означает причинный, атрибуция – это приписывание социальным объектам характеристик, не представленных в поле восприятия).**

На основе изучения проблем, связанных с каузальной атрибуцией, исследователями сделан вывод о том, что атрибутивные процессы составляют основное содержание межличностного восприятия.

Каузальная атрибуция – объяснение, приписывание причины поведения партнера по общению. Правильность восприятия зависит от того, насколько адекватно мы объясняем причину поведения партнера по общению. Немаловажную роль здесь играет то, как воспринимающий относится к своему партнеру. Например, если отношение к партнеру положительное, то его удачи будут объяснятся личностными качествами, а неудачи обстоятельствами и наоборот.

**Наиболее популярные проявления каузальной атрибуции – эффект ореола, эффект новизны, стереотипизации.**

**Эффект ореола** – это формирование оценочного впечатления о человеке в условиях дефицита времени на восприятие его поступков и личных качеств. Эффект ореола проявляется в форме либо позитивной оценочной пристрастности (положительный ореол), либо негативной оценочной пристрастности (отрицательный ореол). Так, если первое впечатление о человеке в целом благополучное, т в дальнейшем все его поведение, черты и поступки начинают переоцениваться в положительную сторону. В них выделяются и преувеличиваются в основном лишь положительные моменты, а отрицательные недооцениваются или не замечаются. Если же общее первое впечатление о человеке в силу сложившихся обстоятельств оказалось отрицательным, то даже положительные его качества и поступки в последующем или не замечаются вовсе, или недооцениваются на фоне гипертрофированного внимания к недостаткам

**Эффект новизны и первичности**. С эффектом ореола тесно связаны эффект новизны и первичности. Эти эффекты проявляются через значимость определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем. Эффект новизны возникает тогда, когда по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, т. Е. более новая информация. Эффект первичности возникает, когда по отношению к незнакомому человеку более значимой оказывается первая информация.

**Стереотипизация – это восприятие и оценка социальных объектов на основе определенных представлений (стереотипов). Стереотипизация проявляется в приписывании сходных характеристик всем членам какой-либо социальной группы без достаточного осознания возможных различий между ними.**

Стереотип – это упрощенное, зачастую искаженное, характерное для сферы обыденного сознания представление о какой-либо социальной группе или отдельном человеке, принадлежащем к той или иной социальной общности. Стереотип возникает на основе ограниченного прошлого опыта в результате стремления строить выводы на базе недостаточной информации. Чаще всего стереотипы возникают относительно групповой принадлежности человека.

Стереотипизация является одной из важнейших характеристик межгруппового и межличностного восприятия и сопровождается проявлениями социальный установок, эффектов ореола, первичности и новизны. В межличностной перцепции стреотипизация выполняет две основные функции: поддержания и идентификации, оправдания возможных негативных установок по отношению к другим группам. Особенно распространены так называемые этические стереотипы, когда на основе ограниченной информации об отдельных представителях тех или иных этнических групп делается предвзятые выводы относительно всей группы. Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга может привести к различным последствиям. С одной стороны, к определенному упрощению процесса познавания другого человека, и тогда это упрощение ведет к замене образа человека штампом, например: «все бухгалтера – педанты». С другой стороны, это ведет к предубеждениям, если суждение о социальном объекте строится на основе прошлого ограниченного опыта, который чаще всего оказывается негативным.

При восприятии людьми друг друга формируется определенные отношения с включением эмоциональных регуляторов – от неприятия того или иного человека до симпатии, дружбы, любви.

**Аттракация – это процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего ,и продукт этого отношения, т е некоторое качество отношения.**

**Социальная аттракция – это особый вид социальной установки на другого человека, в котором преобладают положительные эмоциональные компоненты. Выделяют три основных уровня аттракции: симпатия, дружба, любовь.**

Задание:

1. Изучить стр 47-56 «Психология общения» Панфилова А. П.
2. Записать в тетрадь определения:

- перцепция, социальная перцепция

- Психологические механизмы восприятия

- эффекты межличностного восприятия