

# ***Общение как понимание***



**отношения носят  
субъект-субъектный  
характер;**

**восприятие и оценка  
партнерами друг друга  
всегда субъективны и  
нередко подвержены**

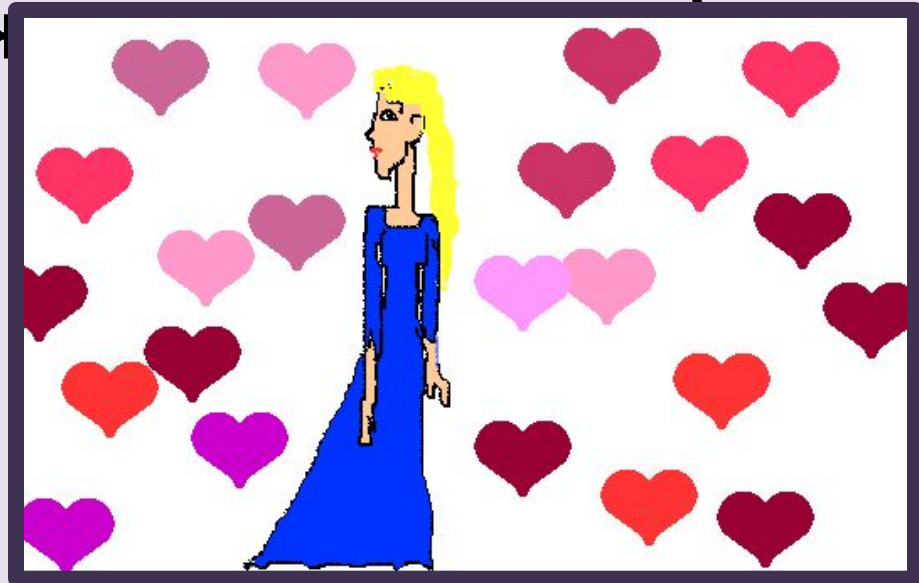
**изменениям в  
зависимости от**

**конкретных условий**

# **КАК ПРОИСХОДИТ ВОСПРИЯТИЕ -**

**«социальная перцепция».**

- **встречают партнера по общению «по одежке», т. е. по внешним признакам (наиболее информативными являются внешность, физические качества, одеж**



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

- **эмпатия, аттракция,  
казуальная  
атрибуция,  
идентификация,  
социальная**



**Эмпатия — это постижение эмоционального состояния другого человека, если можно так сказать, «вчувствование», поскольку слово состоит из корня pathos, означающего «чувство», «переживание», и приставки, означающей «находящийся внутри, в пределах чего-либо».**

*Любопытно, что отрицательные эмоциональные переживания другого человека (горе, печаль) легче вызывают эмпатию, чем положительные.*

# ФОРМЫ ЭМПАТИИ

- *повторение, когда один человек непосредственно, непроизвольно воспроизводит эмоцию другого;*
- *переживания, основанные на ситуации, в которой находится другой человек;*
- *это сочувствие, сопереживание.*

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

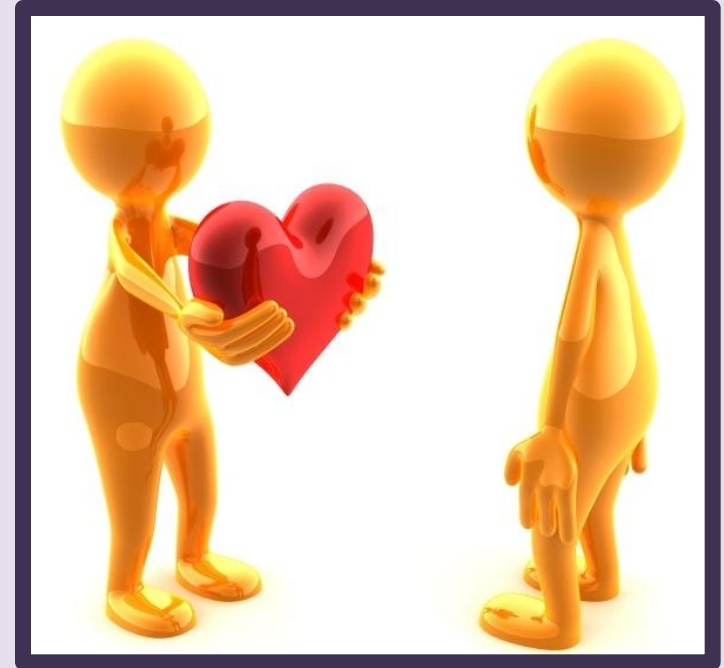
- Военный – смелый;
- Чиновник - взяточник;
- Отличник – умный...



**Аттракция - особая форма  
восприятия и понимания  
другого человека, основанная  
на формировании по  
отношению к нему  
устойчивого положительного  
чувства, симпатии,  
привязанности.  
(чем более симпатичен нам  
человек, тем лучше мы  
понимаем его поступки).**

# 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.*





# **Важную роль в социальной перцепции играет социальная рефлексия**

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

***Какой Я? Зачем?  
Что обо мне думают?***

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.**



# **СТЕРЕОТИПЫ И «ЭФФЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ»**

- **Стереотип — это устойчивый, а нередко и упрощенный образ какого-либо явления или человека, складывающийся в условиях дефицита информации.**
- **Стереотип — это часть прошлого опыта, сформированного бытовой и профессиональной деятельностью, закрепившегося в мышлении и постоянно используемого при решении типичных задач, которые ставит жизнь.**

**Все люди — эгоисты.**

# 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.**

Проблема «идолов»  
Фрэнсис Бэкон  
(1561—1626 гг.)

человек склонен  
чаще объяснять  
свое поведение  
внешними  
обстоятельствам  
и, а поступки  
других — их  
личными  
качествами;  
уверенность в  
том, что  
большинство  
людей в данных  
условиях

поступят так же,  
как поступил он

- **«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. .**

## **«эфффект ореола»**

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



*«Таня — хороший товарищ, потому что она хорошо учится».*

## *«эффект проекции»*

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



*«Приятно  
иметь дело с  
симпатичным  
кроликом».*

## *«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».*

Литература: Боголюбов Л.Н. Обществознание 10 класс  
профиль,  
М., «Просвещение», 2009 г.

Интернет-ресурсы:

[http://www.myspace.com/donna\\_baby4u](http://www.myspace.com/donna_baby4u)

[http://interesting.crazys.info/2007/11/24/maskaradnye\\_kostumy.html](http://interesting.crazys.info/2007/11/24/maskaradnye_kostumy.html)

<http://taxist.by/photo-6/10>

<http://mirsovetov.ru/a/housing/family/family-education.html>

<http://vicodinka.livejournal.com/1229542.html>

<http://ru.oleole.com/freestylefootball/photos/sort/discussed/perpage/100>

<http://www.world-art.ru/people.php?id=10019>

<http://finance.24karata.ru/imagepages/0081.php>

<http://content.foto.mail.ru/bk/www.natalia07/2418/i-2449.jpg>

