

Сулейменова Галия Мейрамбековна

ЕНУ имени Л.Н.Гумилева, докторант 2-курса, специальности Психология,

Нур-Султан, Казахстан

goldenstar82@mail.ru

Научный руководитель – Г.Айкинбаева

Социальная перцепция (от лат. *percipio* — восприятие и *socialis* — общественный) — восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов (других людей, самих себя, групп, социальных общностей). Человек не может жить обособленно. На протяжении всей своей жизни мы вступаем в контакт с окружающими нас людьми, формируем межличностные взаимоотношения, целые группы людей образуют связи между собой и таким образом каждый из нас оказывается субъектом бесчисленных и многообразных отношений. То, как мы относимся к собеседнику, какие отношения с ним формируем, чаще всего зависит от того, как мы воспринимаем и оцениваем партнера по общению. Человек, вступая в контакт, оценивает каждого собеседника, как по внешнему виду, так и по поведению. В результате сделанной оценки формируется определенное отношение к собеседнику, и делаются отдельные выводы о его внутренних психологических свойствах. Данный механизм восприятия одним человеком другого является непременной составной частью общения и относится к социальной перцепции. Понятие социальная перцепция было впервые введено Дж. Брунером в 1947 году, когда был разработан новый взгляд на восприятие человека человеком [1].

Процесс социальной перцепции является сложной и разветвленной системой формирования в сознании человека образов общественных объектов в результате таких методов постижения людьми друг друга как восприятие, познание, понимание и изучение. Термин «восприятие» не является наиболее точным при определении формирования представления наблюдателя о своем собеседнике, так как это более специфический процесс.

В социальной психологии иногда применяется такая формулировка как «познание другого человека» (А.А. Бодалев) в качестве более точного понятия для характеристики процесса восприятия человека человеком. Специфика познания человеком другого человека заключается в том, что субъект и объект восприятия воспринимают не только физические характеристики друг друга, но и поведенческие, а также в процессе взаимодействия происходит формирование суждений о намерениях, способностях, эмоциях и мыслях собеседника [2]. Кроме того создается представление о тех отношениях, которые связывают субъекта и объекта восприятия. Это придает еще более значительный смысл последовательности дополнительных факторов, которые не играют столь важной роли при восприятии физических объектов. Если субъект восприятия активно участвует в общении, то это означает намерение лица установить согласованные действия с партнером с учетом его желаний намерений, ожиданий и прошлого опыта. Таким образом, социальная перцепция зависит от эмоций, намерений, мнений, установок, пристрастий и предубеждений.

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. Процесс социальной перцепции является сложной и разветвленной системой формирования в сознании человека образов общественных объектов в результате таких методов постижения людьми друг друга как восприятие, познание, понимание и изучение.

Существуют основные функции социальной перцепции, а именно: познание себя, познание партнера по общению, организация совместной деятельности на основе взаимопонимания и установление определенных эмоциональных взаимоотношений. Взаимопонимание это социально-психическое явление, центром которого является эмпатия.

Эмпатия — способность к сопереживанию, желание поставить себя на место другого человека и точно определить его эмоциональное состояние на основе поступков, мимических реакций, жестов.

Процесс социальной перцепции включает в себя взаимоотношения между субъектом восприятия и объектом восприятия. Субъектом восприятия называется индивид или группа, осуществляющие познание и преобразование действительности. Когда субъектом восприятия выступает индивид, он может воспринимать и познавать свою собственную группу, постороннюю группу, другого индивида, который является членом или своей или иной группы. Когда субъектом восприятия выступает группа, то тогда процесс социальной перцепции становится еще более запутанным и сложным, так как группа осуществляет познание, как самой себя, так и своих членов, а также может оценивать членов другой группы и саму иную группу в целом.

Существуют следующие социально - перцептивные механизмы, то есть способы, с помощью которых люди понимают, интерпретируют и оценивают других людей:

1. Восприятие внешнего облика и поведенческих реакций объекта

2. Восприятие внутреннего облика объекта, то есть набора его социально-психологических характеристик. Это осуществляется через механизмы эмпатии, рефлексии, атрибуции, идентификации и стереотипизации [3].

Познание других людей зависит также и от уровня развития представления человека о самом себе (Я - концепция), о партнере по общению (Ты – концепция) и о группе, к которой принадлежит или думает, что принадлежит индивид (Мы – концепция). Познание себя через другого возможно через сравнение себя с другим индивидом или через рефлексю. Рефлексия это процесс осознания того, как собеседник понимает его самого. В результате между участниками общения достигается определенный уровень взаимопонимания.

Социальная перцепция занимается изучением содержательного и процессуального компонентов процесса общения. В первом случае изучаются атрибуции (приписывания) различных характеристик субъекту и объекту восприятия. Во втором осуществляется анализ механизмов и эффектов восприятия (Эффект ореола, первичности, проекции и другие) [4,5].

В целом процесс социальной перцепции представляет собой сложный механизм взаимодействия социальных объектов в межличностном контексте и находится под влиянием множества факторов и особенностей, таких как возрастные особенности, эффекты восприятия, прошлый опыт и личностные свойства.

Механизмы социальной перцепции

Существуют следующие социально - перцептивные механизмы, то есть способы, с помощью которых люди понимают, интерпретируют и оценивают других людей:

1) Восприятие внешнего облика и поведенческих реакций объекта

2) Восприятие внутреннего облика объекта, то есть набора его социально-психологических характеристик. Это осуществляется через механизмы эмпатии, рефлексии, атрибуции, идентификации и стереотипизации.

Познание других людей зависит также и от уровня развития представления человека о самом себе (Я - концепция), о партнере по общению (Ты – концепция) и о группе, к которой принадлежит или думает, что принадлежит индивид (Мы – концепция). Познание себя через другого возможно через сравнение себя с другим индивидом или через рефлексю.

«Идентификация» (от позднелатинского *identifico* – отождествлять), является процессом интуитивного отождествления, сравнения субъектом самого себя с другим человеком (группой людей), в процессе межличностной перцепции. Термин “идентификация” является способом распознавания объекта восприятия, в процессе уподобление ему. Это, конечно, не единственный способ восприятия, но в реальных ситуациях общения и взаимодействия, люди часто используют данный прием, когда в процессе общения, предположение о внутреннем психологическом состоянии партнера строится на основе попытки поставить себя на его место. Существует множество результатов экспериментальных исследований идентификации - как механизма социальной перцепции, исходя из которых, выявлена

взаимосвязь между идентификацией и другим, близким по содержанию явлением, – эмпатией.

«Эмпатия» - это понимание другого человека путем эмоционального чувствования его переживания. Это способ понимания другого человека, основанный не на реальном восприятии проблем другого человека, а на стремлении эмоциональной поддержки объекта восприятия. Эмпатия – это аффективное “понимание”, основанное на чувствах и эмоциях субъекта перцепции. Процесс эмпатии в общих чертах сходен с механизмом идентификации, в обоих случаях присутствует умение поставить себя на место другого, взглянуть на проблемы с его точки зрения. Известно, что эмпатия тем выше, чем больше человек способен представить себе одну и ту же ситуацию, с точки зрения разных людей, а следовательно и понять поведение каждого из этих людей.

«Аттракция» (от лат. *attrahere* – привлекать, притягивать), рассматривается как особая форма восприятия одного человека другим, основанная на устойчивом положительном отношении к человеку. В процессе аттракции люди не просто понимают друг друга, но формируют между собой определенные эмоциональные взаимоотношения. На основе различных эмоциональных оценок, образуется разнообразная гамма чувств: начиная от неприятия, чувства отвращения, к тому или иному человеку, до симпатии, и даже любви к нему. Аттракция также представляется механизмом формирования симпатии между людьми в процессе общения. Присутствие аттракции в процессе межличностной перцепции, указывает тот факт, что общение всегда есть реализация определенных отношений (как общественных, так и межличностных), и в основном аттракция более проявляется в межличностных отношениях. Психологи выделили различные уровни аттракции: симпатия, дружба, любовь. Дружба, представляется как вид устойчивых, межличностных отношений, характеризующийся устойчивой взаимной привязанностью их участников, в процессе дружбы усиливается аффилиация (стремление быть в обществе, вместе с другом, друзьями) и ожидание взаимной симпатии.

Симпатия (от греч. *Sympatheia* – влечение, внутреннее расположение) это устойчивое, положительное, эмоциональное отношение человека к другим людям или к группам людей, проявляющееся в доброжелательности, приветливости, оказанию внимания, восхищении. Симпатия побуждает людей к упрощенному взаимопониманию, к стремлению познавать собеседника в процессе общения. Любовь, наивысшая степень эмоционально-положительного отношения, воздействуя на субъект восприятия, любовь вытесняет все другие интересы субъекта, а на первый план выводятся отношение к объекту восприятия, объект становится центром внимания субъекта.

Социальная рефлексия — это понимание другого человека путем размышления за него. Это внутреннее представительство другого во внутреннем мире человека. Представление о том, что думают обо мне другие, — важный момент социального познания. Это и познание другого через то, что он (как я думаю) думает обо мне, и познание себя гипотетическими глазами другого. Чем шире круг общения, чем больше разнообразных представлений о том, как он воспринимается другими, тем больше в конечном счете человек знает о себе и других. Включение партнера в свой внутренний мир — самый эффективный источник самопознания в процессе общения.

Каузальная атрибуция - это интерпретация поведения партнера по взаимодействию через выдвижения гипотез о его эмоциях мотивах, намерениях, качествах личности, причинах поведения с дальнейшим их приписыванием этому партнеру. Каузальная атрибуция тем больше обуславливает социальную перцепцию, чем больше недостаток информации о партнере по взаимодействию. Наиболее смелую и интересную теорию построения процесса каузальной атрибуции выдвинул психолог Г. Келли, он выявил, каким образом человек осуществляет поиск причин для объяснения поведения другого человека. Результаты приписывание могут стать основой для создания социальных стереотипов.

«Стереотипизация». Стереотип – это устойчивый образ или психологическое восприятие, какого либо явления или человека, свойственное членам той или иной

социальной группы. Стереотипизация — это восприятие и оценка другого человека путем распространения на него характеристик какой-либо социальной группы. Это процесс формирования впечатления о воспринимаемом человеке на основе выработанных группой стереотипов. Наиболее распространены этнические стереотипы, иначе говоря, образы типичных представителей определенной нации, наделенных национальными чертами внешности и особенностями характера. Например, существуют стереотипные представления о педантичности англичан, пунктуальности немцев, эксцентричности итальянцев, трудолюбие японцев. Стереотипы являются инструментами предварительного восприятия, позволяющие человеку облегчить процесс перцепции, и каждый стереотип имеет свою социальную сферу применения. Стереотипы активно используются для оценки человека по социальным, национальным, или профессиональным характеристикам.

Стереотипное восприятие возникает на основе не достаточного опыта в распознавании человека, в результате чего выводы строятся на базе ограниченной информации. Стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например, по его принадлежности к профессии, тогда ярко выраженные профессиональные черты у встреченных в прошлом представителей этой профессии рассматриваются как черты, присущие всякому представителю этой профессии (все бухгалтеры педантичны, все политики харизматичны). В этих случаях проявляется предрасположенность извлекать информацию из предшествующего опыта, строить заключения по сходству с этим опытом, не обращая внимания на его ограниченность. Стереотипизация в процессе социальной перцепции может привести к двум различным следствиям: к упрощению процесса познания одним человеком другого и к возникновению предубеждения [6,7].

Социальную перцепцию определяют как восприятие внешних признаков человека, сопоставление их с его личностными характеристиками, толкование и прогнозирование на этом основании его действий и поступков.

Таким образом, в социальной перцепции непременно присутствует оценка другого человека, и выработка в зависимости от этой оценки и произведенного объектом впечатления определенного отношения в эмоциональном и поведенческом аспекте. Этот процесс познания одним человеком другого, оценивание его и формирование определенного отношения является неотъемлемой частью человеческого общения и может быть условно назван перцептивной стороной общения.

Список использованной литературы

1. Социальная психология: Учебное пособие для вузов / сост.: А.В. Мокашенцева. - Новосибирск: Сибирское соглашение; М.: ИНФРА-М, 2007. -426с
2. Попова Л.В., Дьяконов Г.В. Идентификация как механизм общения и развития личности: Методологические рекомендации. – М., 1988. -195с.
3. Андреева Г.М. Психология социального познания: атрибутивные процессы. - М.: Аспект Пресс. 2012. -245с.
4. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. - М., 2004. -346с.
5. Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция социальных представлений в современной психологии. - М., 2002. -375с.
6. Жуков Ю.М., Петровская Л.А. Диагностика и развитие компетентности в общении. - М., 1991.
7. Дубровская Е.В. Индивидуально-типологические особенности(<http://cerebral-asymmetry.narod.ru/Dubrovskaj> CONF 2003).