Форма - 2ТК

СовременнАЯ ГуманитарнАЯ АКАДЕМИЯ

Филиал \_\_\_\_\_\_ Северодвинский\_\_\_\_\_

Представительство \_\_\_\_Мирнинское\_\_\_\_\_

**Курсовая работа**

по дисциплине \_\_Социальная психология\_\_\_

Тема: \_\_\_Структура и механизмы социальной перцепции\_\_\_

Выполнил студент (ка): Бондарчик Елена Юрьевна

фамилия, имя, отчество

№ контракта 06904080701038

Направление Психология\_\_\_\_

№ группы 3П – 809

Подпись студента \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата сдачи работы « 15 »\_июня 2010 г.

Нормоконтролер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. подпись

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

Работа принята для передачи на аттестацию \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. ответственного лица, должность подпись

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

Оценка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Преподаватель-экзаменатор АЦ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. подпись

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

**Содержание**

Введение…………………………………………………………………………………………..........3

1 Социальная перцепция ……………………………………………………………………………...6

1.1 Определения понятия социальная перцепция …………………………………………………...6

1.2 Структура и механизмы социальной перцепции……………………………………………….10

1.3 Эффекты восприятия……………………………………………………………………………..18

2. Социальная перцепция, как способ межличностного восприятия……..………………………20

Заключение……………………………………………………………………………………………28

Глоссарий……………………………………………………………………………………………..30

Список использованных источников………………………………………………………………..31

Приложения…………………………………………………………………………………………...32

**Введение**

Человек не может жить обособленно. На протяжении всей своей жизни мы вступаем в контакт с окружающими нас людьми, формируем межличностные взаимоотношения, целые группы людей образовывают 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 [11].

Традиция исследования социального восприятия, или социальной перцепции, - одна из наиболее устойчивых традиций в социальной психологии. В ее рамках практически задан весь спектр проблем, которые позже начали разрабатываться в новой области психологии. Особенно активно проблемы социальной перцепции дорабатываются в 70-е гг., хотя проблематика существовала почти с самых первых лет выделения социальной психологии в самостоятельную область знания, но не обязательно под этим именем.[[1]](#footnote-1)

Проблема.Выявленное в экспериментальных исследованиях богатство характеристик процесса формирования образа другого человека или целой группы с трудом укладывается в традиционное понимание перцептивного процесса. Ряд авторов отмечает, поэтому крайнюю условность термина «восприятие» в контексте социальной психологии. Р. Тагиури, например, не находя в английском языке нужного эквивалента, предлагает обратиться к французскому выражению «connaisance d'outrui», как наиболее точно отражающему суть процессов «познания другого». Тот факт, что за восприятием внешнего облика другого человека стоит формирование представления о его психологических характеристиках, о поведенческом облике, действительно заставляет согласиться с тем, что понятие «перцепция» употребляется в данном случае скорее метафорически, чем в его точном психологическом значении. Поэтому, прежде всего, необходимо установить точное соотношение значения этого термина в общей и социальной психологии.

Сопоставление подходов к изучению перцептивных процессов в общей и социальной психологии сразу сталкивается с целым рядом трудностей как внутринаучного, так и междисциплинарного характера.[[2]](#footnote-2)

Актуальность темы исследования. Современная действительность характеризуется качественным усложнением общественной жизни человека. Об этом свидетельствуют такие факты, как изменение социально-политических условий развития государства, появление и повсеместное внедрение новых информационных технологий, увеличение коммуникативных связей между различными составляющими социального бытия человека и др. Как справедливо отмечает Г.М. Андреева: «ориентироваться в новом, сложном мире, можно только умея более или менее адекватно интерпретировать наблюдаемые факты; без такой интерпретации легко утерять смысл, как происходящего, так и своего собственного места в нем» (Андреева Г.М., 1999). Таким образом, изучение особенностей социального познания личности является одной из значимых научных проблем современности.

Степень разработанности проблемы.Обзор литературных источников позволяет автору сделать вывод, что данная тема, несмотря на изученность, требует дальнейшей разработки.

Вопросам перцепции посвящены труды многих выдающихся психологов-классиков, таких как А.А. Бодалев, Г.М. Андреева, А. Н. Леонтьев, Дэвид Майерс. Однако однозначного подхода к проблемам социальной перцепции в психологической науке не существует, что и позволяет рассмотреть её более детально.

Цель исследования: основной целью работы является изучение научного материала, уточнение содержания понятия перцепции, выявлению особенностей социальной перцепции.

Объект исследования - социальная перцепция, как категория социальной психологии.

Предметом исследования в данной курсовой работе является процесс восприятия или познания субъекта.

Задачи исследования:

1. Исследовать происхождение понятия социальной перцепции;

2. Дать определение понятия перцепции, её структуры и механизмов;

3. Раскрыть значение других, сопутствующих перцепции, понятий;

4. Рассмотреть социальную перцепцию как способ межличностного восприятия.

При работе над курсовой работой использован метод простого анализа и изучения учебной литературы.

Практическая значимость исследования состоит в изучении проблем социальной перцепции, её структуры и механизмов, а также значении социальной перцепции, как способа межличностного восприятия.

Структура работы: введение; основная часть состоит из 2 глав; заключение; список используемой литературы; глоссарий; приложения.

**Основная часть**

**1 Социальная перцепция**

**1.1 Определения понятия социальная перцепция ;**

Традиция исследования социального восприятия, или социальной перцепции, - одна из наиболее устойчивых традиций в социальной психологии. В ее рамках практически задан весь спектр проблем, которые позже начали разрабатываться в новой области психологии. Особенно активно проблемы социальной перцепции дорабатываются в 70-е гг., хотя проблематика существовала почти с самых первых лет выделения социальной психологии в самостоятельную область знания, но не обязательно под этим именем.

Термин «социальная перцепция» («социальное восприятие») был предложен в 1947 году Джеромом С. Брунером в рамках разработанного им «Нового взгляда» (New Look), и в этом случае так обозначалась социальная детерминация перцептивного процесса. В скором времени в социальной психологии этот термин получил другое значение: им стали обозначать восприятие социальных объектов, причем круг их был строго ограничен. Социальными объектами были названы: другой человек, социальная группа, более широкая социальная общность. Почти с самого начала исследований социальной перцепции в этом значении было установлено, что термин не в состоянии обозначить весь круг возникающих проблем, например при восприятии одним человеком другого. Коль скоро мы «читаем» другого человека, расшифровываем значение его внешних данных, в определенном смысле угадываем черты его личности, то мы тем самым выходим за пределы строго перцептивного процесса, как минимум включаем в него и процессы мышления. Поэтому достаточно давно именно в области изучения социального восприятия был предложен термин «социальное познание».

В социальной психологии иногда применяется такая формулировка как «познание другого человека» в качестве более точного понятия для характеристики процесса восприятия человека человеком.

В русском языке за термином «познание» кроется очень многое: не только размышление по поводу визуально воспринятого, не только оценивание его (что включает и эмоции), но и мотивация необходимости дальнейшего взаимодействия с воспринимаемым человеком или отказ от такого взаимодействия. Как увидим в дальнейшем, к этому добавилась и потребность понять причины поведения воспринимаемого [6].

Таким образом, в русле исследований социального восприятия была поставлена проблема понимания социальных объектов. Это важно подчеркнуть, потому что, несмотря на наибольшую разработанность межличностного восприятия, социально-перцептивные исследования предполагали широкий класс социальных объектов. Схема исследования социальной перцепции представлена в приложении А. Как видно, схема включает в себя различные варианты не только объекта, но и субъекта восприятия. Когда субъектом восприятия выступает индивид, то он может воспринимать другого индивида, принадлежащего к своей группе (1); другого индивида, принадлежащего к «чужой» группе (2); свою собственную группу (3); «чужую» группу (4). Если даже не включать в перечень большие социальные общности, которые также могут в принципе восприниматься, то и в этом случае получаются четыре различных процесса, каждый из которых обладает своими специфическими особенностями.

Еще сложнее обстоит дело в том случае, когда в качестве субъекта восприятия интерпретируется не только отдельный индивид, но и группа. Тогда к составленному перечню процессов социальной перцепции следует добавить: восприятие группой своего собственного члена (5); восприятие группой представителя другой группы /б)' восприятие группой самой себя (7); наконец, восприятие группой в целом другой группы (8). Хотя этот второй ряд не является традиционным в исследованиях, назвать его принципиально важно, особенно в перспективе будущего анализа процессов социального познания: во всех восьми обозначенных позициях речь идет не столько о простом восприятии, сколько о познании объекта.[[3]](#footnote-3)

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. 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.

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 вырабатывание 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.

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.

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.[[4]](#footnote-4)

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 рефлексию.

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) [11].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что 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.

**1.2 Структура и механизмы социальной перцепции**

Под структурой объекта в науке понимается порядок устойчивых связей между элементами объекта исследования, обеспечивающих его целостность как явления при внешних и внутренних изменениях.

**Структура**

Наблюдатель: особенности и источники ошибок.

Каждый из структурных компонентов является «узким местом» с точки зрения адекватности процесса социальной перцепции, можно даже сказать - ее эффективности. И каждый можно проанализировать именно с этой точки зрения. Правда, сначала необходимо определиться с понятием эффективности. Что означает словосочетание «социальная перцепция прошла успешно»? Часто в качестве критерия предлагается использовать такой подход: если это помогло людям сработаться, вместе выполнить задачу, значит, социальная перцепция была адекватной. Но, думается, этого недостаточно.

Давайте обратимся к понятию замысла, которое в данном случае соотнесено с наблюдением. И это логично: занимая в акте социальной перцепции более пассивную, на первый взгляд, позицию, именно наблюдатель является автором сообщения. В качестве текста выступают его внешний облик и поведение, а в качестве замысла — истинное внутреннее состояние, чувства и намерения, которые должен воспринять и понять наблюдатель. Критерием эффективности будет адекватное этому замыслу поведение наблюдателя. Что же может помочь наблюдателю построить такое поведение? Перечислим основное:

- высокий культурный уровень, позволяющий на основе собственного или присвоенного опыта интерпретировать внешние проявления людей в их соотношении с личностными особенностями: «Знаю, что за этим может стоять».

- высокий рефлексивный уровень, позволяющий развести свои профессиональные, возрастные, этнические и другие предубеждения и установки и реальные основания поведения, демонстрируемого наблюдателем: «Я знаю, что надо посмотреть на эту ситуацию шире, чем я обычно привык это делать».

- высокий интеллектуальный уровень, позволяющий отойти от эгоцентрической позиции в оценке действий наблюдаемого: «За внешним сходством моего и его поведения могут стоять различные причины».

- высокий уровень личностной зрелости, позволяющий развести свои собственные проблемы и процессы интерпретации поведения другого человека: «Мой партнер и мои чувства по отношению к нему — это не одно и то же».

- обширный репертуар поведенческих реакций, позволяющий реализовать адекватное данной ситуации общения поведение: «Я знаю, как вести себя именно в этой ситуации».

В социальной психологии область изучения свойств наблюдателя, влияющих на адекватность восприятия, достаточно широко проработана. Исследованию подвергнуты различные качества наблюдателя: пол, возраст, профессия, личностные особенности, самооценка и т.д.

Существенно влияют на результат социальной перцепции психологические особенности наблюдателя.

Наблюдатель: важнейшие источники информации

Наблюдатель - автор сообщения, которое предстоит воспринять, понять, интерпретировать наблюдателю, - давно является объектом пристального внимания социальных психологов.

В момент восприятия наблюдаемый предстает для наблюдателя в качестве некоторой совокупности социально значимых признаков, с помощью которых в той или иной культуре традиционно транслируются психологические свойства и состояния. Признаки, или, как их еще принято называть, «перцептивные крючки», которые для данного человека являются известным социальным шифром. Значение большинства из них расшифровали для него родители и другие близкие люди, некоторые - он сам, иные он присвоил в процессе общения с образцами своей культуры. Эти «крючки» частично интернациональны: их трактовка практически одинакова в различных культурах и сообществах. В своей основе это те признаки, которые расшифровывают нам базовые эмоции человека: радость, страх, боль и т.д. Остальные, а их большинство, имеют «местное значение»: рождены определенной этнической, социальной или даже профессиональной группой. Для их правильной интерпретации важно знать культуру той или иной группы, лучше - быть включенным в нее с рождения.

Какие же признаки - «крючки» наиболее важны для восприятия человека? При ответе на этот вопрос мы будем вынуждены опираться в основном на европейские и американские исследования, экстраполируя результаты на российскую среду, так как отечественных исследований в этой области очень мало. Человеческое лицо - наиглавнейший источник информации о воспринимаемом человеке. При этом из всех параметров для нас важнейшими являются мимика и глаза. Микродвижения мимических мышц лица способны передать широкую гамму чувств и переживаний. Наиболее важную и «честную» информацию мимика дает о состояниях человека: он весел, печален, зол, тревожен. В плане же трансляции устойчивых черт личности ее возможности весьма ограничены.

О глазах как «зеркале души» сказано достаточно. Отметим лишь, что сами по себе глаза (с материалистической точки зрения) невыразительны. Таковыми их делают все те же микродвижения мимических окологлазных мышц. Но делают это виртуозно, и, столь, же виртуозна, наша способность воспринимать и интерпретировать эти движения.

До нашего времени физиогномика дошла в невероятно упрощенном, анекдотическом варианте. Она приняла вид расхожих сентенций - предрассудков, не имеющих под собой серьезных оснований. «Большой подбородок - властный характер». «Узкие губы - холодность», «большой лоб - признак ума» и т.п. Правда, беспочвенность не мешает им жить и управлять нашим восприятием. Конечно, «высоколобые» от этого не приобретают дополнительных интеллектуальных возможностей, но их восприятие людьми вполне может определяться этим признаком внешности. Физиогномические верования современного человека активно используются в рекламных образах, при создании имиджа политических лидеров и т.д. К ним относятся: жесты и позы человека, походка человека, голос и речь человека.

Перцептивные ситуации.

Итак, воспитываясь в определенней культурной и национальной среде, ребенок усваивает набор экспрессивных средств, с помощью которых среди взрослых принято выражать свои состояния и желания, и одновременно учится «считывать» с поведения и внешности других людей признаки, с помощью которых можно их понять и оценить. Естественно, что при этом наиболее полно, точно воспринимаются те особенности другого, которые «встроены» в цели и задачи общения, обладают ценностью для самого наблюдателя. Результат процесса социальной перцепции определяется тем, как была воспринята и интерпретирована наблюдателем ситуация, в зависимости от этого им будет применен тот или иной механизм социального познания [9].

Механизмы**.** При изучении структуры социальной перцепции, выделяются некоторые алгоритмы, механизмы межличностного восприятия, которые позволяют нам облегчить процесс восприятия и оценки людей, а также осуществляют роль проводника от внешнего восприятия человека к оценке его внутренних качеств. К таким механизмам социальной перцепции относятся: 1) рефлексия - процесс познания себя при общении с другим индивидуумом; 2) идентификация, эмпатия, аттракция, стереотипизация - механизмы взаимного распознавания оппонентов в процессе общения; 3) каузальная атрибуция - процесс прогнозирования изменений в поведении партнера. Для понимания самого процесса социальной перцепции, необходимо рассмотреть все нюансы функционирования ее механизмов.

«Рефлексия**»** - механизм социальной перцепции, позволяющий человеку во время общения, познавать самого себя, исходя из самооценки своего поведения. То есть в процессе общения человек представляет себя на месте собеседника и таким образом как бы со стороны оценивает себя, и тем самым имеет возможность корректировать свое поведение. Этот механизм помогает не только понять собеседника, но и позволяет предположить насколько собеседник понимает вас. Таким образом, рефлексия это своеобразный процесс зеркальных отражений друг друга, или по определению И.С. Кона: - “глубокое, последовательное взаимоотражение, содержанием которого является воспроизведение внутреннего мира партнера по взаимодействию, причем в этом внутреннем мире в свою очередь отражается внутренний мир первого исследователя”. Исследование процесса рефлексии, в психологии ведется уже достаточно продолжительное время, еще в конце 19 века Дж. Холмс обратил внимание на механизм рефлексии и описал его на примере диадического общения неких Джона и Генри, приведённой в приложении Б.

Дж. Холмс, описывая пример общения, утверждал, что в действительности в этой ситуации даны как минимум шесть человек: Джон, каков он есть на самом деле; Джон, каким он сам видит себя; Джон, каким его видит Генри. Соответственно такие же “позиции” со стороны Генри. Впоследствии Т. Ньюком и Ч. Кули усложнили ситуацию до восьми персон, добавив еще: Джон, каким ему представляется его образ в сознании Генри, и соответственно тоже для Генри. Развивая данную мысль, можно предположить сколь угодно много таких взаимных отражений, но это всего лишь одни отражения от других, и наоборот. Поэтому для экспериментальных исследований, достаточно ограничиться фиксированием двух ступеней этого процесса. В некоторых психологических исследованиях делаются попытки анализа рефлексивных структур объединенной группы. Тогда сама схема возникающих рефлексий относится не только к диадическому взаимодействию, но к общей деятельности группы и опосредованных ею межличностных отношений.[[5]](#footnote-5)

**«**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 распознания 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**»,** представляет собой 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. Область исследования механизмов образования различных эмоциональных чувств у воспринимаемого человека, получила название «исследование аттракции». Аттракция также представляется механизмом формирования симпатии между людьми в процессе общения. Гозман в 1987 году дал следующее определение: «Аттракцию можно рассматривать также как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент, когда этот “другой” оценивается преимущественно в аффективных категориях». 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. Эмпирические исследования аттракции главным образом посвящены выяснению тех факторов, которые приводят к возникновению положительных эмоциональных отношений между людьми, в частности, изучается вопрос о сходстве психологических характеристик субъекта и объекта восприятия, в процессе аттракции (близость партнеров по общению, частота встреч и т.п.). По результатам исследований, выявлялась связь между аттракцией и особым типом взаимодействия, развивающимся между партнерами. 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. Исследования механизма аттракции, до сих пор не дали исчерпывающего ответа, на вопрос природы возникновения аттракции, и устойчивости межличностных отношений построенных на любви и дружбе [11].

Атрибуция - приписывание характеристик себе или другому человеку.

Под каузальной атрибуцией понимают интерпретацию поведения партнера по общению путем выдвижения предположений о его мотивах, намерениях, эмоциях, причинах поведения, качествах личности с последующим их приписыванием партнеру. Каузальная атрибуция тем больше определяет социальную перцепцию (восприятие), чем больше дефицит информации о партнере по общению. Результаты приписывания могут стать материалом для формирования социальных стереотипов. Стереотипизация восприятия приводит к двум различным следствиям. Во-первых, к упрощению познания другого человека (людей). Во-вторых, к формированию предубеждений по отношению к представителям различных социальных групп (профессиональных, социо-экономических, этнических и т. д.)

Этапы:

- наблюдение за поведением человека

- логический вывод о намерениях человека

- приписывание человеку мотивов поведения

Стили атрибуции:

Внутренняя (диспозитивная) атрибуция - связывание поведения человека с его характеристиками. Внешняя атрибуция - связывание поведения человека с ситуацией.

Факторы, определяющие стиль атрибуции:

Консенсус - поведения, присущего многим чаще приписываются ситуационные мотивы, а нестандартные - личные.

Преднамеренность - обдуманного поведения чаще приписывают личные мотивы, а необычному - ситуационные.

Последовательность - последовательного поведения чаще приписываются личные мотивы, а единичному - ситуационные.

Фундаментальная ошибка атрибуции - склонность объяснять поведение диспозиционными (личностными) причинами в ущерб ситуаций.

Причины фундаментальной ошибки атрибуции.

Ложное согласие - представление о своём поведении как типичном, а отличающемся от него как ненормальном.

Неравные возможности - игнорирование особенностей, обусловленных ролевой позицией.

Игнорирование информационной ценности неслучившегося - несделанное должно также быть основанием для оценки поведения.

Большее доверие к фактам, чем к суждениям - это обусловлено механизмом «фигура - фон»

Лёгкость построения ложных корреляций - черты ошибочно соединяются как обязательно сопутствующие друг другу.

На неё также оказывает влияние локус контроля (экстернал менее склонен к фундаментальной ошибке атрибуции).

Человек склонен объяснять свои успехи диспозиционно, а неудачи — ситуационно, для чужих успехов и неудач всё прямо наоборот.

Для деятеля фигурой является ситуация, а для наблюдателя ситуация - фон, а фигура - деятель. Поэтому деятель менее склонен к фундаментальной ошибке атрибуции, а наблюдатель - более.

Б. Вайнер предложил три измерения локуса (сосредоточение) причинности:

внутреннее - внешнее

стабильное - нестабильное

контролируемое - неконтролируемое

Восемь моделей, составленных различными сочетаниями этих измерений, позволяют мотивированно оценить событие [10].

**1.3 Эффекты восприятия;**

Социальному восприятию присущи некоторые особенные проявления неточности восприятия, называемые законами, эффектами или ошибками восприятия.

Эффекты стереотипизации:

Галоэффект (эффект ореола, эффект нимба или рога) - общее благоприятное или неблагоприятное мнение о человеке переносится на его неизвестные черты.

Эффекты последовательности:

Эффект первичности (эффект первого впечатления, эффект знакомства) - первая информация переоценивается по отношению к последующей.

Эффект новизны - новой информации о неожиданном поведении хорошо знакомого, близкого человека придаётся большее значение, чем всей информации, полученной о нём ранее.

Эффект роли - поведение, определяемое ролевыми функциями, принимается за личностную особенность.

Эффект присутствия - чем лучше человек чем-то владеет, тем лучше он делает это на глазах у окружающих, чем в одиночестве.

Эффект авансирования - к разочарованию приводит отсутствие приписываемых ранее несуществующих достоинств.

Эффект снисходительности - руководитель гипертрофирует позитивные черты подчинённых и недооценивает негативные (характерно для руководителя попустительского и, в какой-то мере, демократического стиля).

Эффект гипервзыскательности - руководитель гипертрофирует негативные черты подчинённых и недооценивает позитивные (характерно для руководителя авторитарного стиля).

Эффект физиогномической редукции - вывод о присутствии психологической характеристики делается на основе черт внешности.

Эффект красоты - внешне более привлекательному человеку приписывается больше положительных черт.

Эффект ожидания - ожидая от человека определённой реакции, мы провоцируем его на неё.

Внутригрупповой фаворитизм - «свои» кажутся лучше.

Эффект отрицательной асимметрии начальной самооценки - во времени есть тенденция к противоположному внутригрупповому фаворитизму.

Презумпция взаимности - человек считает, что «другой» относится к нему так, как он относится к «другому».

Феномен предположения о сходстве - человек считает, что «свои» относятся к остальным людям так же, как он.

Эффект проекции - человек исходит из того, что другие обладают такими же качествами, как он.

Феномен игнорирования информационной ценности неслучившегося - информация о том, что могло бы произойти, но не произошло [10]

**2. Социальная перцепция, как способ межличностного восприятия**

сложилась неодинаково. Проблема восприятия человеком широкой социальной общности («большой» социальной группы) вообще не получила развития, как и вся социально-психологическая проблематика «больших» групп. Все исследования Начало исследований социальной перцепции в социальной психологии ознаменовало собой уточнение содержания этого понятия и с точки зрения составления своеобразного «перечня» социальных объектов, восприятие которых необходимо проанализировать. Наиболее часто выделялись три класса социальных объектов: другой человек, группа, более широкая социальная общность. Таким образом, были заданы как минимум три направления исследований: восприятие человеком другого человека, восприятие человеком группы, восприятиечеловеком более широкой социальной общности. Однако судьба этих трех направлений, которые хотя бы условно можно было отнести к этому направлению, оказались сконцентрированными скорее в социологических или культурантропологических работах, где они претерпели существенную модификацию: исследования «восприятия» человеком социального класса или этнической группы, к которой он принадлежит, утратили полностью свое психологическое содержание. Те образцы, которые можно найти в социологии или этнографии, даже с самыми большими натяжками трудно отнести к исследованиям социальной перцепции.

Изучение восприятия человеком своей собственной группы, несомненно, представлено в социальной психологии, хотя обычно оно осуществляется не в терминах перцептивных процессов. Так, например, в различных социометрических исследованиях выявление статуса индивида в группе, и главное осознание им этого статуса, есть по существу не что иное, как анализ определенной стороны восприятия индивидом своей собственной группы. Точно так же восприятие норм, ценностей группы в известном смысле тоже может быть интерпретировано как «восприятие группы», однако лишь в известном смысле. Поскольку и эти исследования, как правило, ведутся не в терминах перцептивных процессов, их содержание весьма мало дает для постижения самого феномена социальной перцепции.

По-иному сложилась судьба первого из трех обозначенных направлений: исследования восприятия человеком другого человека практически «поглотили» "все исследования по социальной перцепции. Как уже отмечалось, именно это привело к неточному употреблению понятий, когда «социальная перцепция» оказалась сведенной к «межличностной перцепции». Это не способствовало более тщательному анализу самой межличностной перцепции, выяснению особенностей ее структуры и содержания.

Но указанные ограничения в направлениях исследования социальной перцепции не исчерпываются только приведенными соображениями. Все, что было сказано выше, относилось лишь к определению объекта в процессах социальной перцепции, в то время как закономерно поставить вопрос и о субъекте этих процессов. Коль скоро проанализированы отличия подхода социальной психологии от общей психологии в изучении перцептивных процессов, можно допустить и значительно более широкое толкование вопроса о субъекте познания (восприятия) социальных объектов.

Огромный экспериментальный материал, которым располагает сегодня социальная психология, показывает, что здесь зафиксирован и описан целый рад явлений, где, например, группа выступает субъектом определенного рода оценок в отношении своего собственного члена, другой группы и т.д. Обычно эти исследования тоже ни в коей мере не используют понятийный аппарат, свойственный исследованиям перцептивных процессов, но существо вопроса указывает на принципиальную возможность применения здесь такого аппарата. Поэтому если поставить целью создание целостной теории социальной перцепции, то надо не просто учесть все возможные варианты объектов и субъектов социально-перцептивного процесса и их отношений, но и решить принципиальный вопрос о том, уместно ли вообще рассматривать в качестве субъекта не индивида, а какое-либо групповое образование. На первом этапе решения этого вопроса можно облегчить задачу и пока оставить в стороне вопрос о широких социальных общностях как возможных элементах перцептивного процесса. Выделим те из элементов, которые хотя и с разной степенью подробности исследованы на экспериментальном уровне: личности и группы.

Что касается личностей в качестве субъектов восприятия, то вопрос этот не требует никакого специального обсуждения: именно они и рассматриваются традиционно во всех исследованиях. Сложнее вопрос о группах как возможных субъектах социальной перцепции.

Сделанные выше оговорки относительно некоторой метафоричности понятия «перцепция» в социальной психологии в известной степени снимут трудность допущения столь произвольной трактовки субъекта восприятия. Тем более что сам факт возможности восприятия группой какого-либо социального объекта констатируется не только на уровне здравого смысла («школьный класс хорошо воспринял нового классного руководителя», «пациентам понравился новый врач», «у этой бригады не сложились отношения с другой бригадой» и т.д.), но и в экспериментальной практике социально-психологических исследований. Чем иным, как не результатом восприятия группы группой, является формирование определенных стереотипов? Чем иным, как не восприятием группой одного из своих собственных членов, является формирование психологического статуса индивида в группе? Естественно, что восприятие трактуется здесь не традиционно, но если условность термина принята, такая постановка вопроса вполне допустима. Другой вопрос в том, что необходимо еще исследовать специфическое содержание, которое вкладывается в понятие перцепции, употребленное в предлагаемом смысле.

Если применение принципа деятельности в социальной психологии означает, в том числе интерпретацию группы в качестве субъекта деятельности, то вполне логично допустить и трактовку ее в качестве субъекта восприятия.

Структура межличностного восприятия обычно описывается как трехкомпонентная. Она включает в себя: субъект межличностного восприятия,объект межличностного восприятия и сам процесс межличностноговосприятия**.** И хотя, как это отмечалось выше, анализу третьего компонента уделялось значительно меньше внимания в реальной практике исследований, он в действительности представляет, по-видимому, наибольший интерес.

Относительно субъекта и объекта межличностного восприятия в традиционных исследованиях установлено более или менее полное согласие в том плане, какие характеристики их должны учитываться при исследованиях межличностного восприятия. Для субъекта восприятия все характеристики разделяются на два класса: физические и социальные. В свою очередь социальные характеристики включают в себя внешние (формальные ролевые характеристики и межличностные ролевые характеристики) и внутренние (система диспозиций личности, структура мотивов и т.д.). Соответственно такие же характеристики фиксируются и у объекта межличностного восприятия. Весь смысл взаимодействия субъекта и объекта межличностного восприятия состоит в том, что воспринимающий строит определенную систему выводов и заключений относительно воспринимаемого на основе своеобразного «прочтения» его внешних данных. С.Л. Рубинштейн отмечал по этому поводу: «В повседневной жизни, общаясь с людьми, мы ориентируемся в их поведении, поскольку мы как бы «читаем» его, то есть, расшифровываем значение его внешних данных и раскрываем смысл получающегося таким образом текста в контексте, имеющем свой внутренний психологический план. Это «чтение» протекает бегло, поскольку в процессе общения с окружающими у нас вырабатывается определенный более или менее автоматически функционирующий психологический подтекст к их поведению».[[6]](#footnote-6)

Легко предположить, что «качество» такого прочтения обусловлено как способностями читающего, так и ясностью текста.

Именно поэтому для результата межличностного восприятия значимыми являются характеристики и субъекта, и объекта. Однако если продолжать линию предложенных образов, то можно предположить, что качество чтения обусловлено и таким важным фактором, как условия, в которых осуществляется процесс, в частности освещенность текста, наличие или отсутствие помех при чтении и т.д. Переводя понятие «условия чтения» на язык экспериментальных исследований межличностного восприятия, необходимо включить в анализ и такой компонент, как ситуация межличностного восприятия. Такой компонент, действительно, фиксируется, но необходима еще дискуссия по поводу того, какие факторы необходимо учесть при описании этой ситуации. Важнейшим из этих факторов должна быть совместная деятельность субъекта и объекта межличностного восприятия.

Психологическая характеристика «взаимодействия» субъекта и объекта межличностного восприятия заключается в построении образа другого человека. При этом возникают два вопроса,: каким способом формируется этот образ и, каков этот образ, т.е. каково представление субъекта об объекте. Именно для ответа на эти вопросы необходимо включение в исследование межличностного восприятия описания не только субъекта и объекта, но и самого процесса.

Нельзя сказать, что такое описание процесса, его механизма вообще отсутствует в традиционных исследованиях. Напротив, в них выявлены некоторые, весьма важные стороны. Установлена такая важная специфическая черта межличностного восприятия, что здесь в процесс участвуют два человека, каждый из которых является активным субъектом, и по существу осуществляется одновременно как бы «двойной» процесс - взаимного восприятия и познания (поэтому само противопоставление субъекта и объекта здесь не вполне корректно). При построении стратегии взаимодействия двух людей, находящихся в условиях этого взаимопознания, каждому из партнеров приходится принимать в расчет не только свои собственные потребности, мотивы, установки, но и потребности, мотивы, установки другого. Все это приводит к тому, что на уровне каждого отдельного акта взаимного познания двумя людьми друг друга могут быть выделены такие стороны этого процесса, как идентификация и рефлексия.

Существует большое количество исследований каждой из этих сторон процесса межличностного восприятия. Естественно, что идентификация понимается здесь не в том ее значении, как она первоначально интерпретировалась в системе психоанализа. В контексте изучения межличностного восприятия идентификация обозначает тот простой эмпирический факт, установленный в ряде экспериментов; что простейший способ понимания другого человека есть уподобление себя ему. Это, разумеется, не единственный способ, но в реальном общении между собой люди часто пользуются этим способом: предположение о внутреннем состоянии партнера по общению строится на основе попытки поставить себя на его место. Установлена тесная связь между идентификацией и эмпатией, которая в контексте изучения межличностного восприятия тоже выступает как один из способов понимания другого человека, хотя и специфически: слово «понимание» здесь используется метафорически, ибо в действительности речь идет о способности человека эмоционально откликнуться на проблемы другого человека. Механизмы эмпатии и идентификации в определенных чертах сходны: и там и здесь присутствует умение поставить себя на место другого, взглянуть на вещи с его точки зрения. Однако взглянуть на вещи с чьей-либо точки зрения не означает обязательного отождествления себя с другим человеком. Отождествление имеет место в том случае, когда поведение строится так, как его строит «другой». Проявление же эмпатии означает, что линия поведения другого принимается в расчет, к ней проявляется сочувствие (или сопереживание), но своя собственная стратегия поведения строится совсем по-другому. Одно дело понять воспринимаемого человека, встав на его позицию, другое дело - понять его (сопереживать ему), приняв в расчет его точку зрения, сочувствуя ей.

Безотносительно к тому, какой из этих двух вариантов понимания исследуется (а каждый из них имеет свою собственную традицию изучения), требует своего решения еще один вопрос: как будет в каждом случае тот, «другой» воспринимать меня, понимать линию моего поведения. Иными словами, в процесс взаимного восприятия людьми друг друга обязательно вмешивается явление рефлексии. Здесь термин «рефлексия» употребляется не в том значении, в котором он обычно употребляется в философии; здесь под рефлексией понимается осознание каждым из участников процесса межличностного восприятия того, как он воспринимается своим партнером по общению. Это не просто знание другого, понимание другого, но знание того, как другой знает (понимает) меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга, содержанием которого является «воспроизведение внутреннего мира партнера по взаимодействию, причем в этом внутреннем мире, в свою очередь, отражается внутренний мир первого исследователя».

Изучение этих явлений, конечно, относится к познанию механизма процесса межличностного восприятия, но, несмотря на солидное количество исследований названных проблем, все же общая характеристика процесса оставалась довольно описательной. Лишь усилия последних лет продвинули вперед наши знания об этом процессе, выявив в нем то-специфическое, что наиболее очевидно отличает содержание межличностного восприятия от процессов восприятия физических объектов. Хотя уже в самом начале исследований в области социальной перцепции имели место попытки вычленить это специфическое, существенный шаг был сделан лишь в связи с «открытием» феномена каузальной атрибуции. Предположение о том, что специфика восприятия человека человеком заключается во включении момента причинной интерпретации поведения другого человека, привело к построению целого ряда схем, претендующих на раскрытие механизма такой интерпретации. Совокупность теоретических построений и экспериментальных исследований, посвященных этим вопросам, получила название области каузальной атрибуции.

Исследования каузальной атрибуции в широком смысле слова рассматриваются как изучение попыток «рядового человека», «человека с улицы» понять причину и следствие тех событий, свидетелем которых он является.

Иными словами, акцент делается на так называемой «наивной психологии», на ее интерпретациях «своего» и «чужого» поведения. Родоначальником исследований по каузальной атрибуции является Ф. Хайдер, впервые сформулировавший и саму идею каузальной атрибуции и давший систематическое описание различных схем, которыми пользуется человек при построении причинного объяснения поведения другого человека. Из других авторов, работающих в этой области, наиболее значительные исследования проводили Э. Джонс и К. Дэвис, а также Г. Келли. По мере развития идей каузальной атрибуции изменялось первоначальное содержание концепции. Если ранее речь шла лишь о способах приписывания причин поведения, то теперь исследуют способы приписывания более широкого класса характеристик: интенций, чувств, качеств личности. Однако основной тезис остается неизменным: люди, познавая друг друга, стремятся к познанию причин поведения и вообще причинных зависимостей окружающего их мира. При этом они, естественно, опираются на ту информацию, которую могут получить об этих явлениях. Однако, поскольку сплошь и рядом этой информации оказывается недостаточно, а потребность сделать причинный вывод остается, человек в такой ситуации начинает не столько искать истинные причины, сколько приписывать их интересующему его социальному объекту.

Таким образом, содержанием процесса познания другого человека становится процесс этого приписывания, т.е. каузальная атрибуция. Созданием восприятия и других познавательных процессов. В самом общем плане можно сказать, что восприятие другого человека означает восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретацию на этой основе его поступков. Среди исследователей межличностного восприятия существует мнение, что открытие явления каузальной атрибуции означает важнейший шаг по пути развития знаний о процессах межличностного восприятия.[[7]](#footnote-7)

Т.о. Термин "социальная перцепция", или, в более узком смысле слова, "межличностная перцепция", "восприятие другого человека" употребляется в литературе в несколько вольном, даже метафорическом смысле, хотя последние исследования и в общей психологии восприятия характеризуются известными сближениями.

**Заключение**

Таким образом, в данной работе автор, используя метод простого анализа и изучения учебной литературы, исследовал происхождение понятия социальной перцепции; дал определение понятия перцепции, её структуры и механизмов; раскрыл значение других, определяющих понятий; рассмотрел социальную перцепцию как способ межличностного восприятия.

Установлено, что социальная перцепция - это восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов, прежде всего самих себя, других людей, социальных групп. Термин ввел американский психолог Дж. Брунер для обозначения факта социальной обусловленности восприятия, его зависимости не только от характеристик объекта, но и от прошлого опыта субъекта, его целей, намерений, от значимости ситуации.

Перцептивная сторона общения включает в себя процесс формирования образа другого человека, что достигается «прочтением» за физическими характеристиками партнера его психологических свойств и особенностей поведения.

Социальными психологами установлено, что восприятие социальных объектов качественно отличается от восприятия материального мира. Это происходит потому, что, во-первых, социальный объект не пассивен и не безразличен по отношению к воспринимающему субъекту. Воздействуя на субъект восприятия, воспринимаемый человек стремиться трансформировать представление о себе в благоприятную для своих целей сторону. Во-вторых, внимание субъекта социальной перцепции сосредоточено, прежде всего, не на моментах порождения образа как результата отражения воспринимаемой реальности, а на смысловых и оценочных интерпретациях воспринимаемого объекта, в том числе причинных. В-третьих, восприятие социальных субъектов характеризуется большей слитностью познавательных компонентов с эмоциональными (аффективными), большей зависимостью от мотивационно-смысловой структуры деятельности воспринимающего субъекта.

Таким образом, социальная перцепция - это важный психологический процесс, ответственный за осуществление человеком определенного социального поведения. Он включает восприятие внешних признаков человека, соотнесение их с его личностными характеристиками, интерпретацию и прогнозирование на этой основе его поступков. Социальная перцепция обеспечивает взаимодействие людей, во многом определяет характер человека, так как поведение, возникшее в результате процессов восприятия и интерпретации, служит началом перцептивных процессов для его партнера. Так, шаг за шагом выстраивается взаимодействие. По сути дела, результаты субъективной оценки партнера служат основой для построения поведения по отношению к нему. Партнер в свою очередь строит поведение, анализируя поведение и внешние проявления, которые предоставил ему наблюдатель. Если сформулировать этот наукообразный текст совсем просто, то, как аукнется, так и откликнется. Мы сами формируем отношение к нам других людей. Социальная психология в очередной раз выступила в роли научного обоснования житейского знания.

# Глоссарий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | понятие | Определение |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | **Эмпатия** | способность к сопереживанию, желание поставить себя на место другого человека и точно определить его эмоциональное состояние на основе поступков, мимических реакций, жестов. |
| 2 | **Диадическое взаимодействие** | (непосредственно личностное) процесс непосредственного или опосредованного воздействия социальных объектов друг на друга, в котором взаимодействующие стороны связаны циклической причинной зависимостью. |
| 3 | **Детерминизм** | концепция, согласно которой физические, поведенческие и ментальные события не являются случайными, а, скорее, обусловлены действием специфических причинных (каузальных) факторов. |
| 4 | **Локус (контроля)** | служит для обозначения группы субъективных мнений или убеждений относительно связи между поведением и его последствиями в форме наград или наказаний. |
| 5 | **Консенсус** | в социологическом смысле К. - это согласие индивидов относительно норм и целей социальной общности, членами которой они являются, а также относительно распределения ролей и вознаграждений внутри этой общности. |
| 6 | **Экстернальный**  **(контроль)** | это ощущение, что поведение человека контролируется силами, находящимися за пределами (или в основном за пределами) его контроля, напр., судьбой или везением.. |
| 7 | **Аффилиация** | (от англ. аffiliation - соединение, связь) - потребность в общении, в осуществлении эмоциональных контактов, в проявлениях дружбы - и любви. Формирование данной потребности обусловлено характером взаимоотношений с родителями в раннем детстве, со сверстниками и может нарушаться при провоцировании ситуаций, сопряженных с тревогой и неуверенность в себе и приводящих к возникновению чувство одиночества , беспомощности.. |
| 8 | **Рефлексия** | (от позднелат. reflexio обращение назад) обращение субъекта на себя самого, свою личность (ценности, интересы, мотивы, эмоции, поступки), на свое знание или на свое собственное состояние. |
| 9 | **Физиогномика** | (греч. physiognomike - physiognomonike), учение о выражении человека в чертах лица и формах тела; в широком смысле - искусство толкования внешнего облика наблюдаемых явлений, учение о выразительных формах какой-либо области действительности. |
| 10 | **Аффект** | (от лат. affectus - душевное волнение, страсть), эмоциональное состояние, для которого характерно бурное и относительно кратковременное протекание (ярость, гнев, ужас и т. п).. |

**Список использованных источников**

1. Андреева, Г.М. Социальная психология [Текст] / Г.М. Андреева; М.: Аспект Пресс, 2001. - 384 с. ISBN 5-324-00348-2

2. Андреева Г.М. Психология социального познания [Текст] / Г.М. Андреева; М.: Аспект Пресс, 2004. - 288 с. ISBN 5-7567-0248-2

3 Андреева Г.М. Психология социального познания [Текст] / Г.М. Андреева; М.: Аспект Пресс, 2004. - 288 с. ISBN 5-7567-0248-2

)

4. С. Л. Рубинштейн. Основы общей психологии. Серия «Мастера психологии»/ Сост.: А. В. Брушлинский, К. А. Абульханова-Славская СПб.: Питер Ком, 1999. - 720с. ISBN 5-314-00016-4

5. Социальная психология: Хрестоматия: Учебное пособие для студентов вузов / Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. — М: Аспект Пресс, 2003.— 475 с. ISBN 5-7567-0236-9 с.136-137

6. и Бодалев А. А. Восприятие понимание человека человеком/ А. А. Бодалев [Электронный ресурс] - М.: Изд-во Московского с. Режим доступа: <http://najdi-sebja.ru/bodalev> - 25.05.2010университета, 1982. - 200

7. Национальная социологическая энциклопедия / [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%CC%C5%C6%CB%C8%D7%CD%CE%D1%D2%C D%DB%C5+%CE%D2%CD%CE%D8%C5%CD%C8%DF/](http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%CC%C5%C6%CB%C8%D7%CD%CE%D1%D2%25C%20D%DB%C5+%CE%D2%CD%CE%D8%C5%CD%C8%DF/) - 27.05.2010

8. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко.,2003г. / [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%CE%C1%D9%C5%CD%C8%C5/> - 28.05.2010 Марина Битянова

9., кандидат психологических наук. Познание и понимание людьми друг друга в процессе общения понятие социальной перцепции / [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://psy.1september.ru/2000/27/5\_12.htm - 30.05.2010](http://psy.1september.ru/2000/27/5_12.htm%20-%2030.05.2010)

10. Перцепция. Материал из Википедии - свободной энциклопедии / [Электронный ресурс] Режим доступа:  [http://ru.wikipedia.org/wiki/Перцепция - 31.05.2010](%20http://ru.wikipedia.org/wiki/Перцепция%20-%2031.05.2010)

11. Социальная перцепция / [Электронный ресурс] Режим доступа: http://opsychology.ru/2008/12/06/socialnaya-percepciya/ Социальная перцепция -- 01.06.2010

**Приложения**

|  |  |
| --- | --- |
| Порядковая буква приложения | Файл приложения |
| А |  |
| Б |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Здесь разместите порядковую букву приложения. Нумерация приложений должна быть сквозная, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ.   |  |  | | --- | --- | | Порядковая буква приложения | Файл приложения | | А |  | | Б |  |   Порядковый номер может проставляться как вручную, так и автоматически.  Количество строк в таблице должно строго соответствовать количеству приложений. Пустых строк в таблице быть не должно. | Здесь разместите файл приложения. |

1. Андреева, Г.М. Психология социального познания [Текст] / Г.М. Андреева; М.: Аспект Пресс, 2004. - 288 с., с 38 [↑](#footnote-ref-1)
2. Социальная психология: Хрестоматия: Учебное пособие для студентов вузов / Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. - М: Аспект Пресс, 2003.- 475 с., c.137 [↑](#footnote-ref-2)
3. Андреева, Г.М. Психология социального познания [Текст] / Г.М. Андреева; М.: Аспект Пресс, 2004. - 288 с., с 40 [↑](#footnote-ref-3)
4. Андреева Г. М. Социальная психология [Текст] / Г.М. Андреева: Учеб. для высш. шк. - М.: Аспект-Пресс, 1999. - 375 с., с 128 [↑](#footnote-ref-4)
5. Андреева, Г.М. Психология социального познания [Текст] / Г.М. Андреева; М.: Аспект Пресс, 2004. - 288 с., с 42 [↑](#footnote-ref-5)
6. С. Л. Рубинштейн. Основы общей психологии. Серия «Мастера психологии»/ Сост.: А. В. Брушлинский, К. А. Абульханова-Славская СПб.: Питер Ком, 1999. - 720с., с.149 [↑](#footnote-ref-6)
7. Г.М. Андреева. Межличностное восприятие в группе / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И.Донцова. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 295 с. (Место межличностного восприятия в системе перцептивных процессов и особенности его содержания) С. 26-36. [↑](#footnote-ref-7)