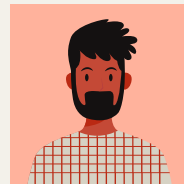
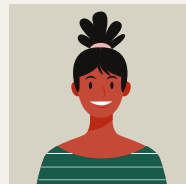
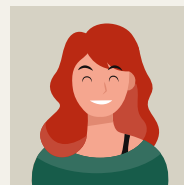
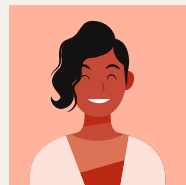
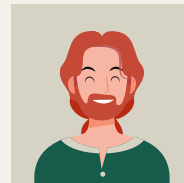
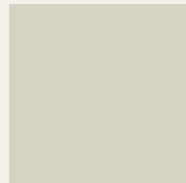
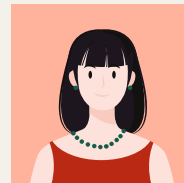
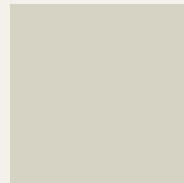
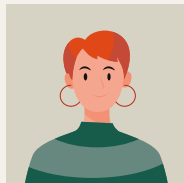


Социальная перцепция

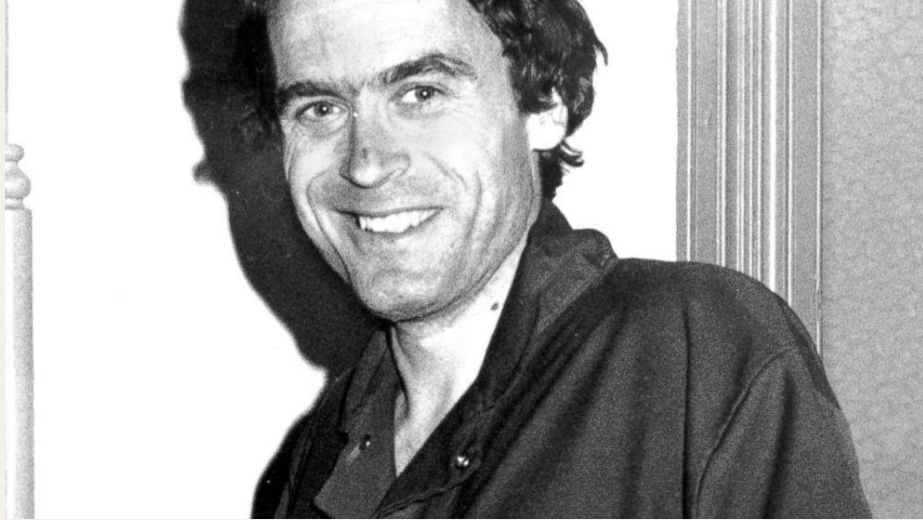
как восприятие и понимание
человека в процессе коммуникации



Поздний вечер. Вы заплутали в парке.
К кому вы подойдете, чтобы спросить
дорогу?



1



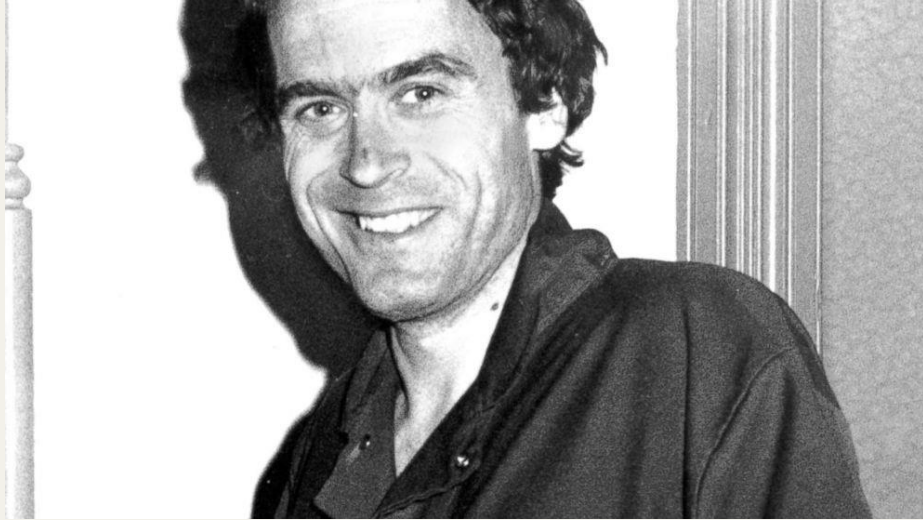
2

Поздний вечер. Вы заплутали в парке.
К кому вы подойдете, чтобы спросить
дорогу?



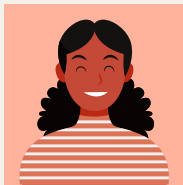
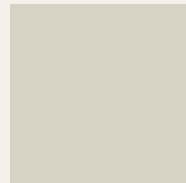
Франц Ка́фка

— австрийский писатель еврейского происхождения, широко признаваемый как одна из ключевых фигур литературы XX века.

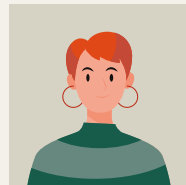
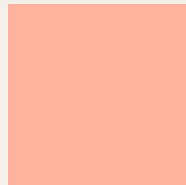
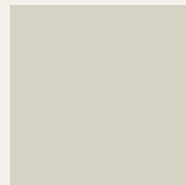
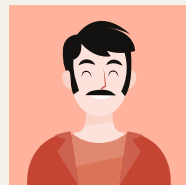
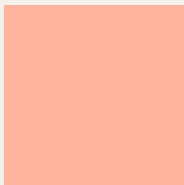


Тед Ба́нди

— американский серийный убийца, насильник, похититель людей и некрофил, действовавший в 1970-е годы.



Эффекты восприятия





Эффект ореола

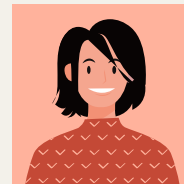
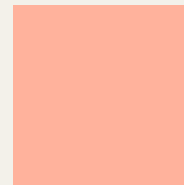
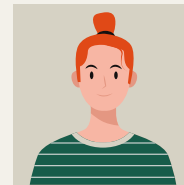
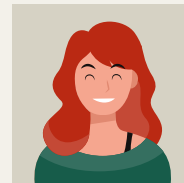
общее благоприятное впечатление о человеке переносится и на оценку его неизвестных черт, которые также воспринимаются как позитивные.

И наоборот, общее негативное впечатление ведет к отрицательной оценке тех черт, которые неизвестны.

Эффект Ореола

Эффект привлекательности

тенденция переоценивать качества внешне привлекательного, симпатичного человека.



«Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупостей, а слышишь умное. Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красиво, то сейчас уверяешься, что она чудо как умна и нравственна».

Л.Н. Толстой, «Крейцерова Соната»

Преподаватель А не разрешил Вам сдать домашнее задание после дедлайна и улучшить оценку.

Преподаватель Б пошел Вам на встречу и принял работу после дедлайна.

Вечером вы рассказываете другу о преподавателях.

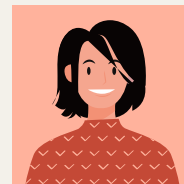
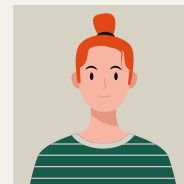
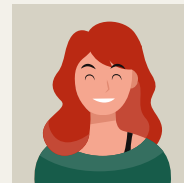
Препод А... (какой?)

Препод Б... (какой?)

Эффект Ореола

Эффект хорошего отношения к нам

склонность переоценивать человека,
относящегося к нам с симпатией.



Ваш средний балл успеваемости = 7.34



A
5.43



B
9.81

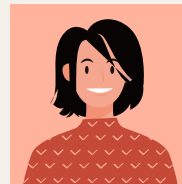
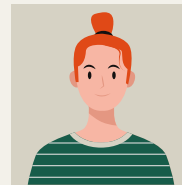
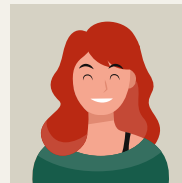
Кто из трёх человек (вы, A, B) умнее и успешнее?

Эффект Ореола

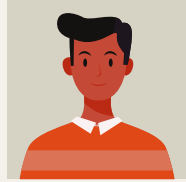
Эффект превосходства

склонность переоценивать качества тех людей, которые превосходят нас по какому-то существенному для нас параметру.

Важно, что превосходство фиксируется по одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам.

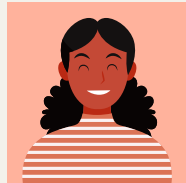
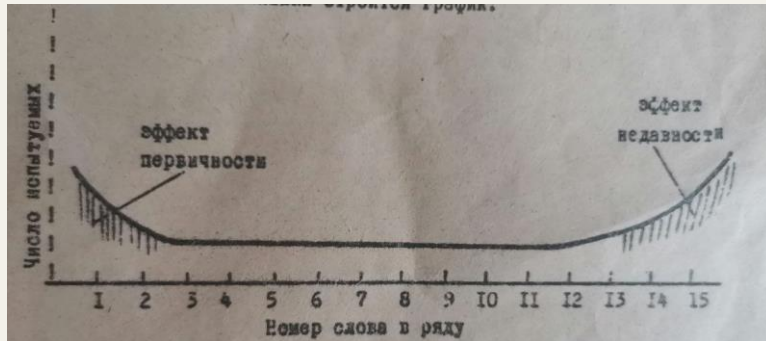
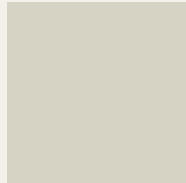


Эффекты первичности и новизны

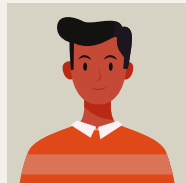


"Эффект первичности" - действует в отношении восприятия ранее незнакомых людей и состоит в тенденции к сильной переоценке первой информации о человеке, и ее высокой устойчивости в дальнейшем по отношению к другой информации, поступившей позже.

"Эффект новизны" - более новая информация об известном человеке оказывается субъективно наиболее значимой.



Эффекты первичности и новизны

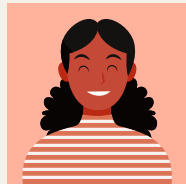
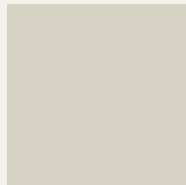


Вы — консультант известного политика, которому предстоит дискутировать с другим не менее известным политиком. Тема дискуссии — договор об ограничении вооружения. До выборов остается три недели, и за это время каждый кандидат должен выступить в вечерней новостной программе с подготовленным заявлением.

Бросают монетку — и ваш подопечный получает право выбора: он может выступить **либо первым, либо последним**.

Зная, что в прошлом вы изучали психологию, вся команда ждет вашего совета.

В группах выберите один вариант и обоснуйте его. При каких условиях ваш вариант будет самым лучшим?

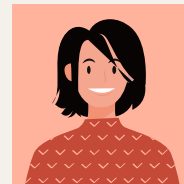
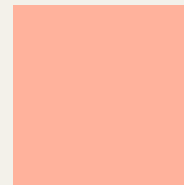
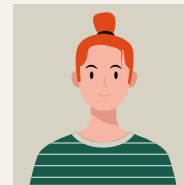
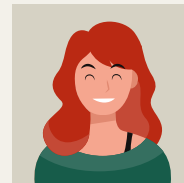


Эффект первичности

1. Информация, предоставленная защитой
2. Информация, предоставленная обвинением

мнение через неделю? → согласно защите

Miller & Campbell, 1959



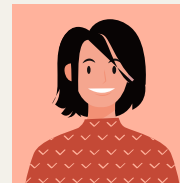
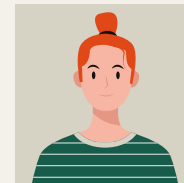
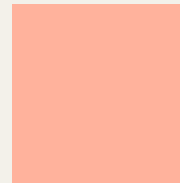
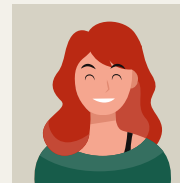
Эффект новизны

1. Информация, предоставленная защитой
2. Информация, предоставленная обвинением

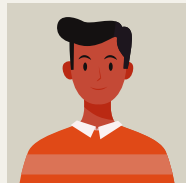
Неделя спустя: новый блок.

Мнение? → согласно новой информации

Miller & Campbell, 1959

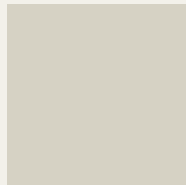


Эффекты первичности и новизны



Забывание создает **эффект новизны**, если:

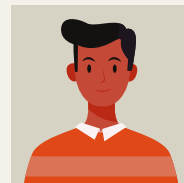
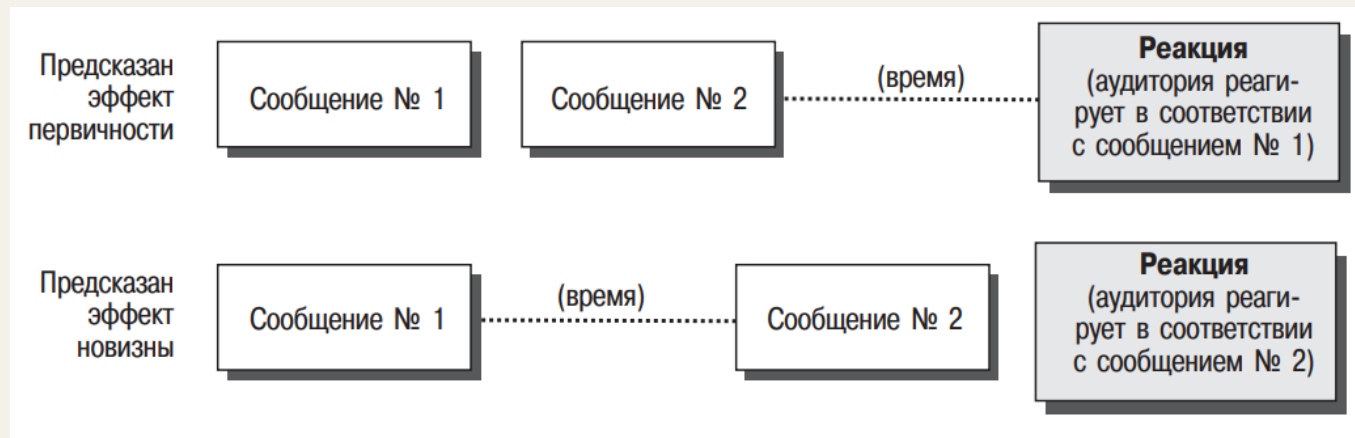
- 1) между двумя сообщениями проходит достаточно много времени;
- 2) аудитория должна действовать вскоре после второго сообщения.



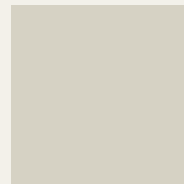
Если два сообщения следуют одно за другим без перерыва, после чего проходит какое-то время, скорее всего проявится **эффект первичности**.

Это прежде всего относится к тем ситуациям, когда первое сообщение стимулирует активный мыслительный процесс.

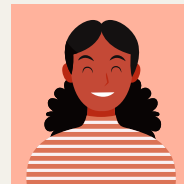




Если 2 убеждающих сообщения следуют непосредственно одно за другим, аудитория должна отреагировать на них спустя некоторое время, преимущество на стороне первого сообщения (эффект первичности).



Если между двумя сообщениями проходит какое-то время, а аудитория должна отреагировать на них вскоре после второго сообщения, преимущество на стороне второго сообщения (эффект новизны).

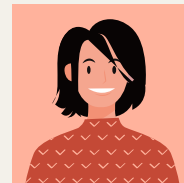
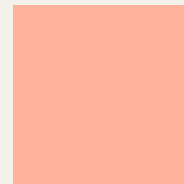
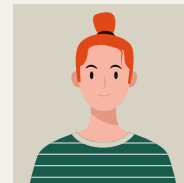
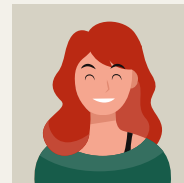


**Какой ваш преподаватель по
коммуникации?**

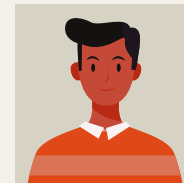
**Молчаливый или разговорчивый?
Интроверт или экстраверт?**

Эффект роли

Неспособность отличать личностные особенности самого человека и его поведение, определяемое ролевыми функциями.

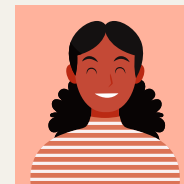


Эффект ожиданий/Пигмалиона

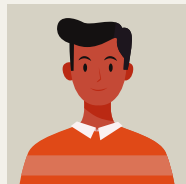


«Я его слепила из того что было

*А потом что было то и
полюбила...»*



Эффект ожиданий/Пигмалиона



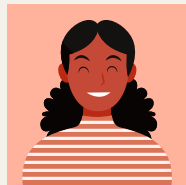
Эффект ожиданий

в процессе общения его участник в результате получает от партнера по общению ту обратную связь, на которую он и рассчитывал.



Эффект Пигмалиона (или эффект Розенталя)

ожидания человеком реализации пророчества во многом определяют характер его действий и интерпретацию реакций окружающих, что и провоцирует самоосуществление пророчества.



Однажды в сумерках крестьянин сидел на пороге своего бедного дома, наслаждаясь прохладой. Рядом пролежала дорога, ведущая в деревню. По ней шёл человек, который, увидев старика, подумал: "Этот человек ленив, он не работает и целый день сидит на пороге своего дома".

Немного погодя появился другой путник. Тот подумал: "Этот человек — Дон Жуан. Сидит здесь, чтобы поглядывать на проходящих девушек и, возможно, досаждают им".

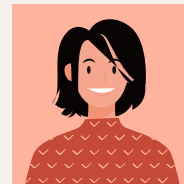
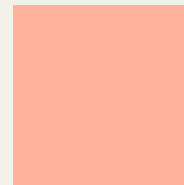
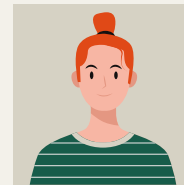
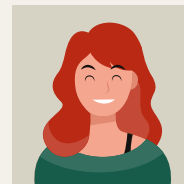
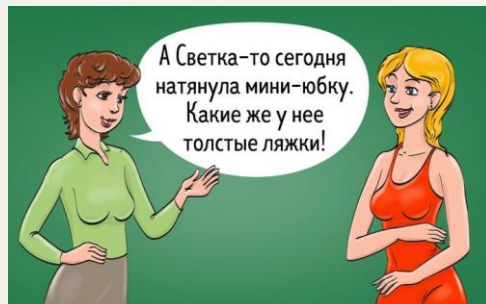
Наконец, один лесник, идущий в деревню, подумал: "Этот человек - великий труженик. Он напряжённо трудился весь день и сейчас наслаждается законным отдыхом".

Эффект проекции

Проецирование на людей собственных качеств вызывает установку на ожидание от них соответствующего поведения и проявления соответствующих качеств.

Проекция заключается в приписывании другим людям тех собственных качеств, обладателями которых чувствовать себя неприятно.

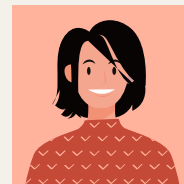
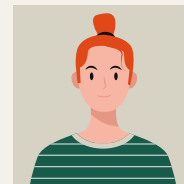
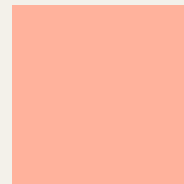
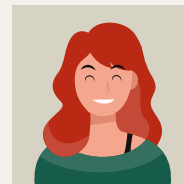
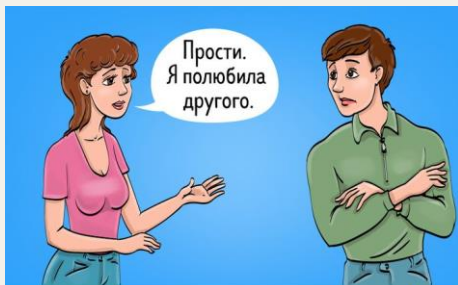
Таким образом, проекция позволяет человеку возлагать вину на кого-нибудь или что-нибудь за свои недостатки или промахи.



Психологическая защита

Функциональное значение психологических защит состоит в ослаблении тревоги, напряжения, беспокойства, фрустрации, обусловленных противоречием между импульсами бессознательного и требованиями внешней среды, возникающими в результате взаимодействия с окружающим.

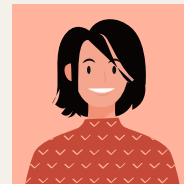
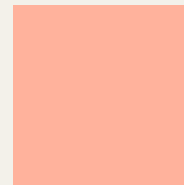
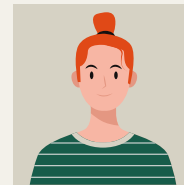
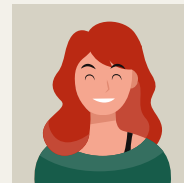
Сублимация является защитным механизмом, дающим возможность человеку в целях адаптации изменить свои импульсы таким образом, чтобы их можно было выразить посредством социально приемлемых мыслей или действий.



Психологическая защита

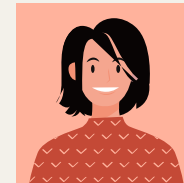
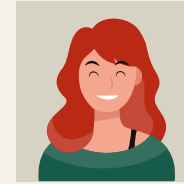
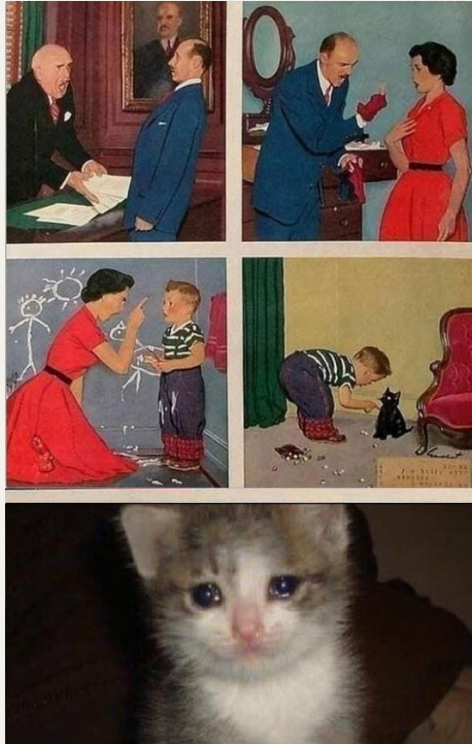
Рационализация подразумевает, что человек ищет объяснения своим действиям, чтобы избежать неприятных эмоций.

Рационализация имеет отношение к ложной аргументации, благодаря которой иррациональное поведение представляется таким образом, что выглядит вполне разумным и поэтому оправданным в глазах окружающих.



Психологическая защита

Замещение - проявление инстинктивного импульса переадресовывается от более угрожающего, вызывающего страх объекта или личности к менее угрожающему.



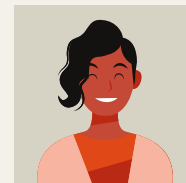
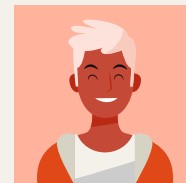
Задание



В группах разыграть сценку или написать мини-кейс, иллюстрирующий один из эффектов восприятия.

Время на презентацию – 3 минуты.

При презентации не называть название эффекта.



Вопрос дня:

**Зачем мне нужна полученная на
занятии информация?**