

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

ДОКЛАД

**ЭФФЕКТ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ. ВЛИЯНИЕ СТЕРЕОТИПОВ
НА ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ**

Работу выполнил Пасько Д. А., группа 202/1

Краснодар 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Как работает мышление у человека	3
2 Как работает первое впечатление.....	6
3 Как произвести хорошее первое впечатление	10
Список использованных источников	12

Введение

Процесс восприятия человека человеком, безусловно, является важным этапом в построении межличностной коммуникации. Этой проблеме посвящено много теоретических и прикладных исследований. И особое внимание в этих работах уделяется феномену формирования первого впечатления, который достаточно длительное время играет роль своеобразной психологической установки на восприятие личности. Первое впечатление – это оценочное восприятие образа человека в первые секунды знакомства.

Исследования, помогающие понять, как именно складывается первое впечатление, проведенные российским ученым А. А. Бодалевым, показали, что оно формируется в течение первых 2-3 минут и потом подсознательно оказывает влияние на человека, потому что обладает определенной устойчивостью. Некоторые же считают, что 90% представления о ком-либо формируется в первые 90 секунд общения.

Первое впечатление может сказываться на восприятии человека достаточно длительное время. Очень часто люди судят о других именно по первому впечатлению. Хотя зачастую первое впечатление бывает обманчивым. Но под собой оно имеет такие механизмы, что иного выбора нам не остаётся.

1 Как работает мышление у человека

В статье «Имидж менеджера. Внешняя сторона имиджа» Ильи Мельникова встречаем фразу:

Человеческому мозгу требуются доли секунды, чтобы составить мнение о характере и способностях незнакомого человека. В результате сканирования головного мозга установлено, что возникновение симпатии или антипатии к незнакомому человеку при

первом впечатлении происходит практически без участия интеллекта. В этом процессе задействован отдел мозга, отвечающий за ощущение страха, – мозжечковая миндалина. Это древний сегмент мозга, сформировавшийся у животных намного раньше префронтальной коры, которая содержит центры интеллектуальной активности. Поэтому люди всегда судят о других по первому впечатлению; именно оно формирует отношение к другому человеку или явлению. Конечно, первоначальное впечатление впоследствии может измениться (особенно если оно было не совсем таким, как нам хотелось бы), но для этого потребуется продолжительное личное общение

В процессе эволюции у человека сформировалась способность составлять представления об окружающем мире: что это такое и по каким законам функционирует. Опираясь на эти представления, он стал продумывать свои действия и принимать решения касаясь реальной жизни, выживания. Многие исследователи полагают, что формируемые нами представления во многом определяют само наше восприятие мира и решения, которые мы будем в нём принимать – и сам смысл появления указанной способности состоит в том, чтобы правильно «настроить» её и с её помощью делать оптимальные действия и повысить свою выживаемость.

Помимо собственно интеллектуальных механизмов, у человека сформировались своего рода подпрограммы (скрипты), которые в определённых условиях побуждают его к каким-либо действиям (инстинкты) или к каким-либо впечатлениям (когнитивные искажения). Иными словами, вместе с некоторым индивидуальным интеллектом мы имеем в своём подсознании обобщённый интеллект наших предков, сформированный и подкорректированный в процессе эволюции. Часто в современном мире в каких-то конкретных случаях это «интеллект предков» не работает нам в пользу, однако глобально он ведёт к верным решениям, иначе бы наши предки не выживали – и нас бы не было.

Далее речь пойдёт о тех процессах, где большую роль в восприятии играют скорее когнитивные искажения, нежели инстинкты, поэтому скажем подробнее о первом. Когнитивные искажения – это некоторые сформировавшиеся паттерны мышления, позволяющие делать быстрые выводы. Мы знаем, что в обычных ситуациях для принятия разных решений человек должен провести согласование со своими представлениями о мире, обыграть ситуацию в своём воображении, оценить следствия или причины; но далеко не всегда есть время на подробное обдумывание, да и оценивать вообще все действия – слишком тяжелая задача; в таких случаях (как правило, в повседневных или незнакомых ситуациях) человек опирается на бессознательные механизмы [родового интеллекта], чтобы принимать решения быстро, без особых обдумываний. Мы можем говорить, что когнитивные искажения – это эволюционно сформированные сценарии (шаблоны мышления), позволяющие быстро принимать решения в ситуациях, когда на более осознанный путь нет времени или когда нужно действовать привычками, не расходуя мыслительные ресурсы.

Само собой, выше описано некое идеальное применение полезных эволюционных паттернов мышления в согласии с жизнью современного человека для оптимизации его функционирования как такового. В реальности всё не настолько красочно и контролируемо: когнитивные искажения, как и инстинкты, запускаются и оказывают на нас влияние практически всегда, а не только в действительно востребованных случаях. Это нередко приводит к неоптимальному поведению, неправильным выводам, упущению возможностей и т. д. В контексте темы доклада мы можем получить негативное впечатление об очень хорошем во всех смыслах человеке, потому что он говорит, одевается или выглядит не совсем так, как хотела бы наша природа; я думаю, не надо объяснять, что это – пример неверного восприятия мира, ведущего к неоптимальным решениям; и в таком неверном восприятии часто виноватыми оказываются вещи, напрямую нам не подконтрольные. С

другой стороны, подобные особенности человеческой природы можно и нужно оборачивать себе на пользу, если в них разбираться.

Далее речь пойдёт о конкретно явлении первого впечатления: что это, от чего зависит, как им управлять.

2 Как работает первое впечатление

Впервые встречая незнакомого человека, мы подсознательно задаёмся вопросом: это друг или враг? Кто это? На что он способен, что от него можно ожидать? Я думаю, не обязательно здесь обосновывать всю очевидность такого поведения: если когда-то и существовали очень доброжелательные люди, которые ко всем относились хорошо, они не пережили испытание эволюцией (те же американские индейцы, гостеприимно относившиеся к конкистадорам, были практически истреблены ими или превращены в рабов). По сей причине мы сразу же и как можно быстрее пытаемся составить мнение о человеке, даже если точно находимся в безопасности и вообще этот человек нам совсем не нужен – подсознание об этом не знает, эволюционно, видимо, выгоднее было всегда предохраняться.

Как же мы можем узнать человека за очень короткое время, ничего изначально о нём не зная? Понятно, что никак. Но нам нужен любой результат, поэтому мы автоматически составляем мнение о человеке, когнитивными искажениями (и отчасти разумом) обрабатывая ту информацию, которую, всё же, можем получить. А. А. Бодалев выделяет пять компонентов, которые влияют на формирование первого впечатления о человеке:

1) характеристика внешнего облика человека (физическая красота, осанка и прочие внешние проявления здоровья – как физического, так и психического);

2) оформление внешности (в том числе стиль одежды, причёска). Выбор стиля одежды обычно рассматривается как

свидетельство того, что человек из себя представляет, какой у него образ собственного “я”. При оценке стиля одежды обращают внимание на следующие особенности:

- a. насколько одежда соответствует случаю
- b. насколько одежда опрятна
- c. насколько одежда соответствует устоявшемуся стерео-типу;

3) экспрессия человека (переживаемые или транслируемые эмоциональные состояния). Сильные эмоции провоцируют психо-логическое заражение, т. е. ситуацию, при которой эмоции и чувства одного человека способны овладевать окружающими. Не следует забывать, что хорошее первое впечатление обычно производят люди, генерирующие вдохновение, оптимизм и другие положительные эмоции. К таким быстро проникаются симпатией и начинают испытывать доверие, более охотно идут навстречу их предложениям и пожеланиям;

- 4) поведение;
- 5) предполагаемые качества личности.

Существуют различные когнитивные искажения, которые влияют на восприятие. Их всегда необходимо учитывать. Приведём примеры:

- *Эффект ореола* означает влияние общего впечатления о человеке на восприятие и оценку частных свойств его личности. Если общее впечатление о человеке благоприятное, то его положительные качества переоцениваются, а отрицательные – либо занижаются, либо так или иначе оправдываются. И наоборот, если общее впечатление отрицательное, то даже благородные поступки не замечаются или истолковываются как своекорыстные. В повседневной жизни это явление называют "приклеиванием ярлыков".

- *Эффект первичности* состоит в том, что на мнение о человеке наибольшее влияние оказывают те сведения, которые предъявлены в первую очередь. Первая информация сильнее последующей. А если дело касается знакомого человека, то – самые последние сведения о нем (своего рода экспоненциальное среднее).

- *Эффект новизны* – о человеке, хорошо знакомом, наиболее значимой информацией оказывается последняя, более свежая информация.

- *Стереотипизация* – устойчивое представление, сформировавшийся образ человека, которым пользуются как штампом. Стереотипы возникают как результат обобщения личного опыта личности и оказывают значительное влияние на восприятие других людей. Новые впечатления об объекте катетеризируются на основе сходства с прежними впечатлениями, что дает основание для стереотипизации. Иными словами, люди при оценке других людей сильно опираются на свои представления о мире и на основе этого делают выводы; если у человека есть такие несколько признаков, то, видимо, есть и все остальные, присущие такому «типу» людей (что не так редко оказывается правдой). Со временем эти представления могут меняться, но так или иначе остаются. Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга может привести, с одной стороны, к упрощению процесса познания другого человека либо к возникновению предубеждения, если упрощение заменяется оценкой. Если прошлый опыт был негативным, то всякое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью (негативное мышление – негативное восприятие мира – негативный опыт, подкрепление вредных установок).

- *Эффект проекции* – неосознаваемая тенденция переносить (проецировать) нежелательные для себя качества и свойства на другого человека.

- *Эффект чужого мнения* предполагает следование оценке других лиц по отношению к объекту знакомства, собственное мнение наблюдателя изначально субъективно, основывается на чужом мнении, которое может быть как верным, так и неверным. Такая предварительная установка сильно влияет на личное восприятие.

- *Эффект психического состояния* связан с настроением наблюдателя и наблюдаемого в момент знакомства. Эмоциональное состояние важно, так как человек в хорошем настроении оценивает окружающих в светлых, радужных тонах и сам вызывает у них симпатию. И наоборот, человек в дурном расположении духа, в депрессии, не только все «видит в черном цвете», но и к себе вызывает неприязненное отношение. Психическое состояние как наблюдателя, так и наблюдаемого может вызвать ошибки при формировании первого впечатления,

- *Эффект доминирующей потребности* означает наличие одного важного мотива, затмевающего все остальные. Это состояние делает человека особенно чувствительным к предмету своей потребности (так, охотник лучше видит зверя, грибник настроен исключительно на грибы). Однако чем сильнее доминирующая потребность, тем чаще она может спровоцировать ошибку: настроившись на что-либо одно, можно не заметить другое, не менее важное.

- *Эффект упрощения* связан с тем, что по одному факту либо детали делаются обобщающие выводы. Люди нередко склонны делать выводы по одной особенности, часто после первого впечатления, и закреплять ее в своем сознании, мнение свое меняют с трудом.

Как свидетельствуют социально-психологические исследования, люди зачастую видят то, что хотят увидеть, слышат то, что хотят услышать, т. е. вся информация, поступающая из окружающего мира, проходит через

своеобразные "фильтры" восприятия, обусловленные образом жизни, системами ценностей человека и другими факторами. Таким образом, реальность и восприятие реальности зачастую достаточно сильно отличаются друг от друга. В зависимости от особенностей человека по-разному интерпретируются слова, понятия, тексты, действия другого человека.

3 Как произвести хорошее первое впечатление

Теперь мы имеем представление о том, что такое первое впечатление и как оно работает. Напомню, что при знакомстве с человеком в первую очередь начинает работать некоторый механизм восприятия, действующий без участия разума; не всегда он работает точно, не всегда принимает справедливые решения, но таковы законы мира, в котором мы живём. И польза от знания этой информации в том, чтобы начать использовать её во благо себе, научиться производить хорошее первое впечатление, чтобы нравиться людям и что-то с этого получать. Как это сделать?

Следующие советы во многом взяты из статьи Андрея Кульминского «Сознательное формирование первого впечатления».

- *Не забывайте о первых десяти секундах общения, которые являются решающими.* Походка, мимика, жестикуляция, внешний вид, манера говорить — все это очень важно для первого впечатления, и особенно в первые 10 секунд общения. Что же обычно происходит в эти первые 10 секунд контакта?
- Во-первых, первоначальное появление перед собеседником. Желательно, чтобы *осанка и поза* демонстрировали вашу энергию и динамичность.
- Во-вторых, формирование контакта с помощью *взгляда, уместной улыбки и крепкого дружеского рукопожатия*. Именно они

сообщают партнеру о вашем расположении к нему, об уверенности в себе и открытости во взаимоотношениях.

- Третьим слагаемым первого впечатления является *интонация голоса*, которая должна быть приветливой и выразительной. Ваша решительность и уверенное представление во многом определяют то, как партнер будет обращаться к вам. Эти первые 10 секунд общения с собеседником можно образно сравнить со стартовой фазой ракеты: именно от этих секунд зависит, будет ли запуск успешным и взлетит ли ракета.

- *Позаботьтесь о собственном имидже, начиная с одежды*, и помните, что хорошо одет тот, кто не выделяется. Готовясь к контакту с деловыми людьми, важно помнить о манере одеваться. Речь в данном случае идет об образе, который сразу же возникает в сознании вашего делового партнера, когда еще не сказано ни одного слова. Внутренняя ценность личности, характер и другие особенности, безусловно, важны, но их можно определить лишь после длительного контакта. А вот одежда и внешний вид видны сразу, и поэтому от них в значительной степени зависит, как встретит вас деловой партнер: с симпатией, вниманием и уважением или с антипатией, пренебрежением и разочарованием.

- Забота об имидже начинается для делового человека с *заботы о теле и одежде: с головы (волосы аккуратно причесаны) до ног (обувь в хорошем состоянии)*. Всем этим вы сигнализируете окружающим, что пришел серьезный, уверенный в себе, успешно действующий и уже поэтому, на первый взгляд, симпатичный и компетентный человек.

- Говоря о роли и значении одежды в формировании первого впечатления, не следует забывать о главном — о том, что *именно воспитанность, интеллигентность и хорошие манеры способны расположить к себе людей с первого взгляда*.

Список использованных источников

«Сознательное формирование первого впечатления» А. А. Кульминский

«Имидж менеджера. Внешняя сторона имиджа» Илья Мельников

«Психология общения» А. А. Бодалев

«Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения»

Канеман Д., Словик П., Тверски А.