***Эффект ореола –*** склонность воспринимающего преувеличивать однородность личности партнера, переносить благоприятное или негативное впечатление об одном качестве человека на все другие его качества. К наиболее типичным ситуациям, в которых данная схема начинает действовать, относятся:

* неравенство партнеров в какой-либо сфере (социальной, интеллектуальной и др.): люди склонны переоценивать психологические качества тех, кто превосходит их по какому-то существенному для них параметру, оценивать ихболее положительно, чем было бы, если бы они былиим равны. В случае общения с человеком, которого они в чем-то превосходят, велик риск недооценки. При этом превосходство фиксируется по одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим;
* внешняя привлекательность: если человек нам нравится внешне, мы склонны переоценивать многие его личностные характеристики, напримерсчитать его умным, коммуникабельным, доброжелательным и т. д. Если же внешность не кажется нам привлекательной, мы склонны наделять человека и другими малопривлекательными поведенческими качествами;
* фактор «отношения к нам»: люди, которые нас любят или хорошо к нам относятся, кажутся нам значительно лучше и по другим своим качествам, чем те, кто относится к нам плохо.

***Эффект стереотипизации***–восприятие индивида сквозь призму устойчивых представлений о группе, к которой мы относимданного человека. Если общение ограничено по каким-то причинам только межгрупповым уровнем, такая схема восприятия может быть достаточной. Однако за пределами ситуации первого впечатления или межгруппового взаимодействия, когда общение становится межличностным и требуется большая точность в определении индивидуальных личностных качеств, стереотипизация может привести к трудностям и нарушениям в общении. Для преодоления стереотипизации требуется:

• дополнительная информация о человеке;

• снижение категоричности высказывания;

• умение отличать оценочное суждение от описательного;

• развитие навыка децентрации, т. е. способности взглянуть на окружающее с точки зрения своего партнера.

***Эффект проецирования****–* готовность воспринимать другого человека сквозь призму своих собственных состояний, приписывать ему мотивы, настроения, личностные черты, которые в действительности присущи воспринимающему, но отсутствуют у оцениваемой личности.

***Эффект самоосуществляющегося пророчества*** –способность в результате предварительной установки в отношении человека или ситуации вызвать ответную реакцию в соответствии с данной установкой; готовность замечать в действиях или личностных чертах других людей только то, что соответствует нашиможиданиям в отношении этих людей. В результате начальное впечатление о человеке («вот какой он на самом деле») начинает определять наше поведение по отношению к нему, что в свою очередь с высокой вероятностью вызывает ответную реакцию, которая подтверждает наши первоначальные впечатления и ожидания. Идея самоосуществляющегося пророчества составляет содержание теоремы У. Томаса, которая гласит: «Если человек определяет ситуацию как реальную, она становится реальной по своим последствиям».

***Эффект каузальной атрибуции***– использование различных схем при поиске ответа на вопрос о причинах поведения другого человека. Поскольку такой информации, как правило, недостаточно, а потребность в ней существует, используетсямеханизм не поиска истинных причин, но их приписывания, т. е. каузальной атрибуции. Выделяюттак называемые (а) *фундаментальные ошибки каузальной атрибуции*, свойственные всем людям, а именно тенденцию объяснять поведение других людей их личностными особенностями, а собственное поведение – внешними обстоятельствами и (б) *мотивационные ошибки каузальной атрибуции*, включающие в себя асимметрию позитивных и негативных результатов (например, успех объяснять собственными усилиями, а в неудаче винить других людей и/или обстоятельства).