

Какие мины могут взорвать первое впечатление о человеке? Схемы...

Воспользуемся тезисом известного психолога С.Л.Рубинштейна: *«В повседневной жизни, общаясь с человеком, мы ориентируемся в его поведении, поскольку как бы читаем его, т.е. расшифровываем его внешние данные и раскрываем смысл получающегося таким образом текста в контексте, имеющем свой внутренний психологический план. Это чтение происходит быстро, поскольку в процессе общения вырабатывается более или менее автоматически функционирующий подтекст к поведению собеседника».*

В соответствии с этим в первые минуты общения двух ранее не знакомых между собой людей каждый из них выступает в двух ипостасях: считывающего и считываемого. В первой роли собеседники ориентируются на свой жизненный багаж впечатлений, во второй – подают систему знаков (одежда, прическа, манеры, обстановка).

Это взаимное сканирование проходит в сверхскоростном режиме, и основа отношения к собеседнику закладывается в первые 15 – 30 секунд встречи. Их-то и называют «минным полем», взрывной арсенал которого составляют типовые схемы формирования первого впечатления и фильтры восприятия.

В сегодняшнем выпуске мы остановимся только на схемах.

Фактор превосходства

Он запускается в случае имеющегося или предполагаемого неравенства, автоматически включающего иерархичность взаимодействия. Ошибки при этом основываются на склонности переоценивать или напротив, недооценивать различные качества личности (как собственной, так и нового знакомого). Что забавно: параметр превосходства выбирается один-единственный. И он непременно должен быть значимым! Тот, кто имеет проблемы со здоровьем, знакомясь с румяным здоровяком, рискует отдать ему пальму первенства.

Американский психолог П.Уилсон описывает эксперимент со студентами, которым в разных группах представлял спутника, мистера Инглэда, называя то лаборантом, то профессором. После его ухода испытуемых, не ведавших о том, что выступают в этом качестве, просили описать внешность господина. В тех случаях, где он был «лаборантом», рост оказывался ниже на 15 см!

Это пример запуска фактора превосходства по принципу профессионального статуса. Вообще же в его действии имеют важное значение два источника информации: внешнее оформление человека и манера поведения, сигнализирующие о групповой принадлежности. И даже при демократизации отношения к этим параметрам со стороны социума неофициальная знаковая система сохраняется.

Что повышает персональный рейтинг по названным установкам?

Например, гардероб подсознательно оценивается по цене (качество и т.п.), силуэту (статусный – прямоугольник, низкостатусный – шар) и даже цвету (у нас в стране, как ни странно, черно-белая гамма). Впрочем, при синтезе этих признаков они коррелируются, и дорогая разноцветная одежда является показателем финансового превосходства, человек в очках, как ни крути, считается умным и т.п.

Манеры тоже могут трактоваться по-разному: внешняя независимость поведения приниматься за наглость, слишком расслабленная поза – как демонстрация власти и т.д. Превосходство в этом случае может оказаться истинным или мнимым. Главное – не попасть в зависимость от этого.

Фактор привлекательности

Довольно широко известно, что внешняя привлекательность человека может привести к ошибкам в оценке его свойств. Наши отечественные психологи показывали педагогам личные дела учеников, подобранные по принципу «красивые – некрасивые». Учителя приписывали первым более высокий интеллект и статус среди сверстников и даже более благоприятную обстановку в семье. Такие эксперименты неоднократно проводились в разных странах, не только в отношении детей, но и взрослых, а результаты их оказывались схожими.

По сути, заблуждения по этой схеме формирования первого впечатления аналогичны действию фактора превосходства: восприятие одного признака распространяется на множество других. Речь идет о том, что привлекательность в силу социальной природы человека расценивается как степень приближения к тому типу внешности, который максимально одобряется группой или группами, к коим характеризуемый принадлежит.

Фактор «отношения ко мне»

Еще раз о студентах. Р.Нисбет и Т.Вильсон предоставили им возможность пообщаться с новым преподавателем. К некоторыми из них тот демонстрировал симпатию, к другим – нет. Надо ли говорить, что оказавшиеся в доброжелательном пространстве общения выше оценили этого преподавателя, чем ощутившие его холодность.

Е.В.Клюев пишет о механизме этого стереотипа так: *«Если я считаю себя умным, знающим инженером, хорошо разбирающимся в политике и футболе, счастливым в семейной жизни, то отношу себя к группе знающих инженеров, знатоков футбола и т.п., т.е. имею субъективные представления о том, что такое умный человек, знаток футбола и т.п. Значит, знаком принадлежности к этим группам будет согласие оценок собеседника с моими».*

Как правило, типовые схемы используются комплексно, а не по отдельности, и это называется эффектом ореола. Эффект ореола проявляется в том, что при формировании первого впечатления общее позитивное впечатление приводит к переоценке, а негативное – к недооценке незнакомого человека.

На самом деле каждый (или почти каждый) из нас способен оценить психологические характеристики нового партнера по общению адекватно. Что для этого требуется? Нейтральная ситуация. Согласитесь, не слишком часто такое встречается. Значит, как говаривал Карлсон: «Спокойствие, только спокойствие».

Автор - **Валентина Пономарева**

Какие мины могут взорвать первое впечатление о человеке

Автор: admin

21.06.2011 18:01 - Обновлено 30.10.2014 05:22

[Источник](#)