

ФОРМИРОВАНИЕ В ПРОЦЕССЕ ОБЩЕНИЯ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПРОДУКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

М. С. Бодрая

Белорусский государственный университет, г. Минск;

bodrayari@bk.ru;

науч. рук. – Т. С. Афанасьева, канд. пед. наук

В работе раскрывается сущность феномена первого впечатления, его значение для восприятия партнерами друг друга и предмета общения. Выделены и проанализированы установки и факторы формирования первого впечатления. В тексте приведены обобщенные результаты опроса, направленного на изучение значения первого впечатления для продуктивного взаимодействия и компетенции студентов в формировании первого впечатления, адекватного целям общения. Автор дает рекомендации, содействующие развитию данной компетенции.

Ключевые слова: продуктивное общение; первое впечатление; рекомендации по формированию первого впечатления.

В повседневной жизни и деловой обстановке люди непрерывно взаимодействуют, общение является фактором и необходимым условием успешной социализации и самореализации личности во всех сферах жизнедеятельности. Современный мир очень динамичен и нам постоянно приходится вступать в контакт с новыми людьми. Особое место в этих контактах занимает первое впечатление, которое мы производим на собеседника, потому что именно оно во многом определяет все последующее взаимодействие и отношение людей друг к другу и к предмету общения. Это обуславливает актуальность и значимость проблемы формирования первого впечатления. Целью нашей статьи является определение сущности первого впечатления как психолого-педагогического феномена, обоснование его структуры и выявление условий формирования позитивного первого впечатления.

Эффект первого впечатления – это мнение о человеке, которое возникает в первые секунды контакта с ним. Очень важно, чтобы это впечатление было как можно ближе к истине, т.к. некоторые факторы (невнимательность, отрицательные установки, «эмоциональные барьеры», плохое самочувствие) могут исказить восприятие не только смысла речи партнера по общению, но и впечатление о нем как личности [2, с. 28].

Формирующееся на основе кратковременного контакта с человеком первое представление о нем – это сложный психолого-педагогический процесс. При этом на формирование первого впечатления влияют не только определенные особенности личности, которая является объектом познания, но и личностные качества познающего, воспринимающего че-

ловека: это и сформировавшиеся «эталоны», и закрепленные в сознании стереотипы, и степень уверенности человека в себе самом [1, с. 152]. Важное значение в формировании первого впечатления имеют установки личности – привычное его отношение к людям. Различают три типа установки на восприятие другого человека:

1. Позитивная. При позитивной установке мы переоцениваем положительные качества и даем человеку большой аванс, который проявляется в неосознаваемой доверчивости.

2. Негативная. Негативная установка приводит к тому, что воспринимаются в основном отрицательные качества другого человека, что выражается в недоверчивости, подозрительности.

3. Адекватная. Лучше всего, конечно, адекватная установка на то, что у каждого человека есть как положительные, так и отрицательные качества [3, с. 53].

Помимо этого, существуют и основные факторы формирования первого впечатления. К ним относятся:

- Характеристика внешнего облика человека (от природных черт до ухоженности человека, стиля одежды, его прически и т.д. Если мы испытываем симпатию к человеку исходя из его внешней привлекательности, то сразу же начинаем склоняться к преувеличению его достоинства и способности: высокому интеллекту, порядочности, нравственности. Как бы это ни было во многих случаях несправедливо, но красивых людей зачастую считают более духовно развитыми и интересными, чем некрасивых или неопрятных).

- Фактор превосходства (в случае, когда люди, начинающие общение, находятся в состоянии неравенства, которое может заключаться в социальном или финансовом положении, уровне образования, богатстве жизненного опыта и многом другом, занимающий более низкие позиции во многих случаях будет переоценивать своего собеседника. Соответственно, если человек, с которым происходит общение впервые, уступает нам в чем-то, мы чаще всего его недооцениваем.

- Личностные качества (то, как ведет себя собеседник в процессе общения (его открытость или замкнутость, уверенная или робкая речь, жесты, мимика, взгляд, тембр голоса и т.д.)), тоже имеет немаловажное значение в формировании первого впечатления. У уверенного в себе, открытого, позитивно настроенного и дружелюбного человека гораздо больший шанс сложить у других хорошее мнение о себе, нежели у замкнутого и слабо идущего на контакт [4, с. 40].

Мы полагаем, что формирование умения производить первое впечатление является одной из задач высшего образования, а именно дисциплин психолого-педагогического цикла.

Мы провели опрос среди студентов БГУ с целью определить, что для них является главным при первичном контакте с человеком и выявить их коммуникативную компетентность в области формирования первого впечатления. Нами было опрошено 25 студентов. Из них 60% юношей, и 30% девушек в возрасте от 18 до 23 лет.

Мы получили следующие результаты. Для большинства опрошенных первое впечатление – это очень значимое звено в формировании отношения к человеку в целом. В зависимости от того, каким было их первое впечатление, положительным или отрицательным, оно определенным образом влияет на дальнейшее общение. Студенты отмечают, что при встрече с новым человеком в первую очередь обращают внимание на внешний облик собеседника. Для более чем 60% опрошенных самым весомым фактором является именно опрятный внешний вид. И даже если человек полностью соответствует личным представлениям о красоте, но выглядит неухоженным и неаккуратным – впечатление будет скорее всего отталкивающим. Второй же по популярности – это открытость человека и его позитивная настроенность.

Первое впечатление примерно 10% опрошенных может быть испорчено ввиду отсутствия способности держаться уверенно и спокойно, не поддаваться внутреннему волнению в необходимых ситуациях. Это может проявляться в манере речи, походке, интонации и многом другом. 20% студентов больше отторгают негативные эмоции со стороны собеседника. Недоброжелательность, а уж тем более агрессивность никогда не привлечет к себе хорошего мнения. 30% процентам важна эстетическая составляющая. Их мнение может испортить главным образом внешний вид человека (телосложение, осанка, цвет кожи, черты лица, одежда). Все это связано с индивидуальными предпочтениями. Некоторых могут смутить вредные привычки собеседника. Остальной процент склонен к тому, что неаккуратность и неуклюжесть является самым неприятным фактором для формирования впечатления.

Немаленький процент студентов утверждает, что не умеет производить нужного им впечатления на людей. Однако только эта способность поможет предрасположить к себе человека в первые минуты общения и в последующем установить с ним контакт.

На основании всех этих данных можно сделать вывод, что для того, чтобы произвести хорошее впечатление следует быть естественным, иметь опрятный внешний вид, проявлять к собеседнику искренний интерес и исключительное внимание, улыбаться и быть дружелюбным, поддерживать моменты общности и стараться избегать неловких ситуаций, неоднозначных комментариев и шуток. Важно уметь завязать и поддержать беседу, задавать уместные вопросы, говорить и принимать

комплименты. Эти умения успешно могут быть сформированы в процессе изучения курсов, направленных на развитие коммуникативной компетентности студентов.

Библиографические ссылки

1. *Бассин Ф. В.* Сознание и бессознательное // Философские вопросы физиологии высшей нервной деятельности и психологии. Москва : Издательство Академии Наук СССР, 1963.
2. *Козлов Н. И.* Энциклопедия практической психологии. Москва : Эксмо, 2017.
3. *Куделин А. С., Геращенко А. В.* Гипноз. Практическое руководство. Москва : Феникс, 2002.
4. *Узнадзе Д. Н.* Экспериментальные основы психологии установки. Тбилиси : Издательство АН Гр.ССР, 1961.