

онных технологий в систему профориентации является одним из самых перспективных способов решения возложенных на нее задач, которые обеспечивают обоснованный профессиональный выбор.

Список использованных источников

1. Абитуриент и профессиональная ориентация. Конева Е., Кукушкин В., Плаксина О. // Высшее образование в России. – № 4. – 1996.

2. Концепция развития профессиональной ориентации молодежи в Республике Беларусь от 31 марта 2014 г, №15/27/23 [Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/sovmin/index108.htm>-Дата доступа:20.03.2021.

УДК 159.9

ФОРМИРОВАНИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ О ЛИЧНОСТИ ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА У СТУДЕНТОВ 1 КУРСА

Мухина К.Р., студент

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: ст. преподаватель Каминская Т.С.

Аннотация:

В статье описывается процесс формирования первого впечатления, а также факторы, играющие ключевую роль в данном процессе, отмечены основные ошибки первого впечатления и их влияние на развитие дальнейших отношений между людьми. Дан анализ результатов исследования доминирующего типа восприятия у студентов 1 курса.

Студенческая жизнь чаще всего ассоциируется с одним из самых запоминающихся и насыщенных периодов жизни, в большей степени это связано не только с открывающимися перед молодыми людьми перспективами, но и возможностью устанавливать новые социальные связи: поиск друзей, единомышленников, появление

новых знакомых. Общение в данном случае сильно влияет на еще не до конца сформировавшуюся личность: взаимодействие с совершенно разными людьми приносит новый жизненный опыт, развивает коммуникативные способности, во многом меняет мировоззрение. Так или иначе, далее мы подробно рассмотрим именно процесс знакомства, который является первичным и неотъемлемым этапом межличностного общения, и формирование первого впечатления о личности другого человека.

Человеку требуется от 2 до 4 минут, чтобы сформировать впечатление о своем собеседнике, главную роль при этом играет процесс восприятия. На неосознанном уровне нам необходимо идентифицировать личность, чтобы в дальнейшем выбирать подходящую модель поведения с конкретным человеком. Исходя из большого количества экспериментов, проведенных учёными во всем мире, можно говорить о том, что первое впечатление имеет большое значение в коммуникации, человек склонен применять его ко всей остальной жизни, а моменты нарушения этого впечатления рассматриваются как частные случаи. [2]

Из-за особенностей работы мозга гораздо проще усваивать и обрабатывать зрительную информацию, именно поэтому в процессе первого общения поведенческие факторы играют более значительную роль (70%), нежели сам диалог. Этот факт подтверждается и тем, что большая часть компонентов, рассмотренных ниже, связаны с внешними и поведенческими факторами:

1. Внешний вид (влияет на восприятие социального статуса, успешности, вида деятельности, интересов, возраста, а также личностных характеристик собеседника);

2. Поведение, вербальные и невербальные сигналы (свидетельствуют о степени уверенности в себе, самовосприятии, стремления к доминантности и т.д.);

3. Эмоциональное состояние (вызывает отклик у собеседника, поэтому в зависимости от того, какую эмоцию человек испытывает в процессе общения, определяются впечатление, производимое им);

4. Манера общения (говорит об уровне экстра- или интроверсии, интеллектуальных способностях, а также темпераменте личности).

Помимо перечисленных критериев, следует выделить эффекты восприятия, они влияют на процесс знакомства не только с другими людьми, но и с любыми предметами окружающей среды:

– Эффект Ореола – явление, характерное при очень поверхностной оценке, выражается в применении стереотипов, навешивании ярлыков. Возникает при нежелании вникать в полученную информацию.

– Эффект превосходства: если один человек в чем-либо, на первый взгляд, превосходит другого, он кажется успешнее во всех аспектах и наоборот, например, при знакомстве с хорошо одетым человеком, мы относим его к более высокому социальному статусу, при этом создается впечатление его полного превосходства: имеет более высокооплачиваемую работу, интересную жизнь, успешную социальную реализацию и т.д.

– Эффект привлекательности: внешние черты подсознательно перерастают в оценку характера.

— Эффект новизны: первое восприятие предмета перестает в постоянное мнение о нем.

Так как эффект первого впечатления может как способствовать построению более успешных отношений с людьми, так и наоборот усложнять процесс, были разработаны теории управления впечатлением, например, теория Ирвинга Гофмана, согласно которой люди склонны искусственно создавать ситуации с целью проявить себя с более выигрышной стороны, управление и контроль над ситуацией осуществляется с помощью вербальных и невербальных средств. [3]

При необходимости создать положительное мнение о себе, психологи рекомендуют следующие приемы: визуальный контакт, уверенное поведение, дружелюбная мимика (искренняя улыбка), обращение к собеседникам по имени, проявление заинтересованности и эмпатии.

Однако впечатление о личности другого человека является субъективным, оно зависит от обстановки и социальной ситуации, в которой происходит знакомство, а также особенности восприятия каждого из собеседников. Как правило, выделяют 4 канала восприятия: аудиальный (доминирующей является слуховая система обработки информации: звуки, мелодии, их тон, громкость, тембр), визуальный (доминирует зрительная система обработки информации: влияние оказывают цвета, формы, расположение), кинестетический (доминирует чувственная информация, получаемая посредством прикосновений, вкусов, запахов, ощущений и текстур, температу-

ры), дигитальный (ключевую роль играют логические цепочки, схемы, связи и закономерности).

Для анализа типа восприятия был проведен тест «Определение доминирующего типа восприятия». Выборку исследования составили 20 студентов (10 юношей и 10 девушек) 1 курса автотракторного факультета БНТУ.

Анализ результатов показал, что 55% из выборки составляют студенты с визуальным типом восприятия, т.е. активной зрительно-ассоциативной функцией мозга. Для них характерна выраженная мимика и жестикуляция, устремленный вверх взгляд, протяженная речь, хорошая зрительная память, воспроизведение образов во время мыслительного процесса или усвоения информации. Такие люди чаще остальных обращают внимание на наружность, поэтому их можно отличить по прямой осанке и аккуратному внешнему виду.

25% из выборки составляют кинестетики – люди, склонные к осязательному восприятию действительности. Существует теория о том, что мы все рождаемся кинестетиками, маленькие дети стараются все потрогать и попробовать на вкус, так как это наиболее надежный путь познания окружающего мира, однако с возрастом появляются и другие механизмы восприятия, вытесняя кинестетический. Кинестетики бессознательно касаются окружающих поверхностей, стараются дотронуться до собеседника, любят необычные вкусовые ощущения, а также имеют склонность погружаться «в себя», часто действуют интуитивно, полагаясь на внутренние ощущения.

15% тестируемых относятся к дигиталам. Людям с таким типом восприятия свойственна системность и рационализм, способность воспринимать большое количество информации одновременно, при принятии решений они, как правило, опираются на логику, предварительно его обдумав, имеют развитое стратегическое мышление. Для них не характерна эмоциональная речь и активная жестикуляция, а также импульсивность и поспешность. В чистом виде дигитальный тип восприятия встречается редко, обычно наблюдается у аудиалов или визуалов.

У 7% из выборки преобладает аудиальный тип восприятия, для которого характерны острый слух и хорошая память, умеренная жестикуляция, богатый словарный запас, чаще всего имеют выразительный и красивый голос. Люди, воспринимающие мир в звуках, любят слу-

шать музыку и аудиокниги, беседовать, при этом не столько важна тема, сколько сам процесс, они легко убеждают собеседника.

Полученные результаты показывают, что наше восприятие обусловлено множеством факторов, в том числе личными особенностями. Учитывая этот факт, мы можем с большим успехом выстраивать межличностные отношения, понимать себя и окружающих, избегать конфликтных ситуаций и недопониманий. Человеку очень важно транслировать свой образ внешнему миру и правильно интерпретировать информацию, получаемую извне.

Список использованных источников

1. Коноваленко, М. Факторы понимания в процессе коммуникации / М. Коноваленко // Теория коммуникации [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: https://studme.org/18830517/menedzhment/formirovanie_pervogo_vpechatleniya. – Дата доступа: 25.03.2021.

2. Бодалев, А. Эффект первого впечатления/ А. Бодалев// Эффект первого впечатления [Электронный ресурс].– 2019. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект_первого_впечатления. – Дата доступа: 25.03.2021.

3. Ващилина, В. Характеристика типов восприятия / В. Ващилина// Типы восприятия [Электронный ресурс].– 2017. – Режим доступа: <https://adukar.by/news/abiturientu/vizual-audial-kinestetik-digital-tipu-voospriyatiya>. – Дата доступа: 25.03.2021.

4. Чернова, Г. Эффекты восприятия / Г. Чернова// Психология общения[Электронный ресурс].– 2016. – Режим доступа: <https://adukar.by/news/abiturientu/vizual-audial-kinestetik-digital-tipu-voospriyatiya>. – Дата доступа: 25.03.2021.