

ЧТО ОБО МНЕ ПОДУМАЮТ ЛЮДИ? ИЛИ ОДЕЖДА, С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ, КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Рузиева Зумрад

студентка Kimyo international university in Tashkent факультета Fashion Design группы fad78r

ARTICLE INFO.

Ключевые слова: первое впечатление, психология, одежда, внешний вид, восприятие, эффект ореола, стиль, внешний вид.

Аннотация

В статье рассматривается влияние первого впечатления на восприятие человека, на примере одного из важных факторов его формирования- одежды. Исследуется феномен быстрого суждения по внешности, анализируя его с точки зрения эволюции и когнитивных искажений, таких как эффект ореола. Представлены результаты исследований, демонстрирующих, как положительное или же отрицательное первое впечатление может распространяться на другие качества человека. Помимо этого представлены практические советы по созданию положительного первого впечатления через внешний вид, а также подчеркивается важность последующих действий, поведения и характера для устойчивого восприятия в будущем.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2024 LWAB.

**Встречают по одежке,
Провожают по уму.**

Вы когда-нибудь задумывались о том, почему некоторые люди при первой встрече вас настолько впечатляют, что их невозможно забыть, а кто-то напротив, и не запоминается вовсе. Это всё влияние первого впечатления, на формирование которого влияет несколько факторов, такие как: внешний вид, язык тела, манера общения и эмоциональное состояние. Но в этой статье мы рассмотрим главную его составляющую, поскольку с первых секунд мы обращаем внимание на внешний вид, порой не нужно и думать, достаточно просто посмотреть.

Да, собственно, как гласит народная пословица: "встречают по одежке провожают по уму". Она отражает важность первого впечатления от внешнего вида человека, подобные выражения встречаются и в других культурах, что показывает универсальность идеи.

Люди склонны судить других по внешности практически мгновенно, в течение первых нескольких секунд после встречи. Этот феномен связан с механизмом быстрого восприятия и принятия решений, которые развивались на протяжении эволюции для обеспечения выживания. В таких кратких моментах мозг старается собрать как можно больше информации о новом человеке, основываясь на его внешнем виде, манерах, языке тела и выражение лица.

Проводилось множество исследований о первом впечатлении, одно из них называется эффект ореола. Это когнитивное искажение, при котором общее положительное или отрицательное впечатление о человеке, предмете или явлении, влияет на восприятие его отдельных характеристик. Иными словами, если у нас сложилось хорошее или плохое мнение о ком или о чём-либо, мы склонны оценивать все аспекты этого объекта в одном ключе.

Например :

1. Влияние на восприятие людей. Если человек кажется нам привлекательным, мы можем автоматически приписывать ему положительные качества, такие как: доброта, ум или компетентность, даже если у нас нет информации об этих качествах
2. Реклама. Известные личности часто снимаются в рекламе. Если у человека сложилось положительное мнение о знаменитости, это может повлиять на его восприятие рекламируемого продукта, даже если сам продукт не имеет отношения к известной персоне.

Проведённые исследования:

Термин впервые был введён психологом Эдвардом Торндайком в 1920 году, своих исследованиях он заметил, что офицеры, оценивая солдат по различным характеристикам, часто выставляли высокие оценки сразу по всем параметрам, если солдаты были им симпатичны, и наоборот.

Причины :

Эффект ореола объясняется стремлением нашего мозга упростить обработку информации, вместо того, чтобы анализировать характеристику отдельно, мы делаем обобщение опираясь на общее впечатление.

Последствия:

Эффект ореола может привести к предвзятости в разных сферах жизни, включая работу, отношения и принятие решений. Например, открыть дверь красивой девушке, и захлопнуть перед той, что в красоте уступает. С уважением относиться к мужчине на иномарке, и вести себя как хам с бездомным. Таких примеров много на самом деле, но суть в том, что этот эффект является одной из форм когнитивного искажения, которые могут влиять на наше поведение и суждение, часто бессознательно.

Также не стоит забывать о значении одежды и манер. Исследование опубликованное в журнале "Journal of Fashion Marketing and Management" показало, что люди склонны судить о компетентности, статусе и надёжности других, по их стилю одежды. Те кто одет более формально и стильно, воспринимаются как более компетентные и успешные, деловой стиль создаёт впечатление профессионализма, элегантный придаёт уверенность своему обладателю, романтичный в свою очередь говорит о мягкости и нежности.

Из этой статьи вы узнали как формируется первое впечатление, какие факторы влияют на это. А что насчёт того, как его сформировать, что делать чтобы вызвать нужные эмоции и ощущения у вашего собеседника?

Произвести хорошее впечатление свою внешним видом можно следовать нескольким основным принципам :

1. Опрятность и гигиена - основа основ, чистая одежда, уложенные волосы, ухоженные ногти и свежий запах.
2. Подходящий стиль. Важно найти свой собственный стиль, который олицетворяет вас как личность, и выбирать одежду в соответствии с ситуацией.
3. Качество одежды - это напрямую влияет на внешний вид изделия на вас.

4. Подходящий размер и посадка. Неважно как выглядит и сколько стоит ваш наряд. Но если он вам не подходит по размеру, впечатление явно будет не тем.
5. Обувь. Ещё один немаловажный аспект, не только с точки зрения внешнего вида, но и здоровья, правильная пара - залог хорошей жизни.

Если с внешними факторами можно разобраться одним лишь переодеванием, то с внутренними так дело не пройдёт, вспомним что у пословицы есть продолжение: " провозаают по уму "

Первое впечатление – это нечто большее, чем просто взгляд на внешность. Оно формируется на основе множества факторов, и хотя внешность играет важную роль, нельзя забывать о таких аспектах, как уверенность, поведение и общение. Хорошее первое впечатление можно закрепить и усилить через последовательные действия: вежливость, внимание к собеседнику, умение слушать и проявлять эмпатию.

В конечном итоге, независимо от того, как человек выглядит при первой встрече, важно помнить, что это впечатление будет иметь продолжение. Со временем, личность, характер и поступки начнут оказывать большее влияние на восприятие человека окружающими. Поэтому внешность – это только отправная точка, но не конечная станция на пути формирования отношений и взаимодействий с окружающими.

Итак, если вы хотите произвести неизгладимое и положительное впечатление, помните, что важно не только следить за своим внешним видом, но и заботиться о том, как вы взаимодействуете с другими людьми. Внешность может открыть вам двери, но только ваш характер и поступки позволят вам через них пройти и оставить за собой след.

Благодарности: выражаю благодарность международному университету Кимё в Ташкенте за такие творческие задания, выполняя которые появляется возможность попробовать свои силы в различных направлениях. Оказалось довольно - таки увлекательно писать статьи в направлении одежды, совмещая это с психологией. Также хочу выразить благодарность преподавателю Graphics and Experimental drawing кафедры Fashion Design университета KIUT Худайбердиевой Марии Георгиевне за советы, проявленное терпение и помощь с редактированием. Также хочу выразить благодарность магистру психологических наук, преподавателю кафедры «Педагогика и психологии» Ташкентского международного университета Кимё Каланходжаевой Шафоат Хафизовне за проведенные занятия, вдохновившие на изучение психологии и написание статьи в данной теме.

Статья была написана при изучении различных научных работ, статей из журналов и ответов на прямые вопросы из общедоступных сайтов.

1. Thorndike, E. L. (1920). A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied Psychology, 4*(1), 25-29.
2. Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*(4), 250-256.
3. Forsythe, S. M., Drake, M. F., & Cox, C. E. (1985). Influence of applicant's dress on interviewer's selection decisions. *Journal of Applied Psychology, 70*(2), 374-378.
4. *Journal of Fashion Marketing and Management* (2020). *The impact of clothing style on perception of competence and professionalism*.
5. А также приложение Google и сайт Wikipedia