

ЗАКОНОМЕРНОСТИ СУБЪЕКТИВНОГО СУПЕРВОСПРИЯТИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ЭФФЕКТ ОРЕОЛА

А.А. Джумагалиева, Л.П. Овчинникова

Самарский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия

Обоснование. В современных реалиях первое впечатление существенно влияет на дальнейшее развитие взаимоотношений личностей [1]. В частности, это встречается при трудоустройстве, когда работодатель оценивает потенциального работника сквозь призму как профессиональных, так и личных качеств. В статье рассматривается восприятие в качестве многогранного психологического феномена, сочетающего в себе эмоциональные и логические элементы. Восприятие включает следующие аспекты: воспринимаемый человек, воспринимающий человек и ситуация, в которой происходит восприятие [3].

Цель — выявление степени важности восприятия, первого впечатления и подтверждение истины феномена «Эффект ореола».

Методы. Была составлена диаграмма, графически отражающая повышение спроса на услуги психолога в некоторых субъектах Российской Федерации (см. рисунок). Согласно официальному информационному телеканалу iz.ru, спрос на услуги психологов в период пандемии в 2020 г. вырос на 69 % по сравнению с 2019 г.

Поскольку число безработных превалирует над вакантными местами — профессиональных навыков уже недостаточно, что вызывает у людей тревожность, апатию и страх. В связи с этим на данном этапе развития общества важно формирование благоприятного первого впечатления. Подобный аспект связан с психологическим феноменом под названием «Эффект ореола» [2], суть которого заключается в когнитивном искажении, в связи с чем общее впечатление о человеке влияет на оценку его отдельных характеристик. Впервые данный метод был описан американским психологом Эдвардом Торндайком. В 1920 г. он провел эксперимент [5], суть которого сводилась к следующему: при анализировании личности участники эксперимента одну отрицательную черту переносили на всю характеристику человека в целом. К примеру, если участникам было неприятно высокомерие человека, то им не нравился человек в целом. В 1941 г. данную теорию также подтвердил Джон Монхан. Результатом его исследования стало то, что жюри присяжных с трудом могли вынести приговор симпатичному им человеку, поскольку невозможно было принять факт того, что такая внешне положительная личность способна совершить тяжкое преступление.

Дальнейшее изложение строится следующим образом: для наглядного демонстраирования важности ролевосприятия и выстраивания качественных личных взаимоотношений с работодателем [4] не только



Рис. Диаграмма повышения спроса на услуги психологов

по линии «человек–работа», но и «человек–человек» был проведен анализ. Суть заключалась в том, что заместитель начальника по отделу кадров одного из железнодорожных предприятий провел собеседование, в ходе которого были рассмотрены кандидатуры с высшим образованием на должность инженера по экологической безопасности.

Результаты. По окончании собеседований кадровой комиссией под руководством заместителя начальника по отделу кадров было принято решение о трудоустройстве в организацию объекта, не имеющего практический опыт, однако вызывавшему чувство доверия и человеческой симпатии. В первую очередь на это повлияло восприятие и положительное первое впечатление, поскольку потенциальному работнику удалось расположить к себе будущего работодателя, при этом честно обозначив плюсы и минусы, которые окажут влияние на рабочий процесс, в то время как остальные участники проявляли либо высокомерие, либо непрофессионализм и пренебрежение ценностями компании, то есть свои отрицательные черты. Таким образом, феномен «Эффект ореола» в очередной раз доказал правильность своей сути.

Выводы. Учитывая принадлежность данного феномена к когнитивному искажению, на бессознательном уровне всегда работает схема, в которой люди, относящиеся к обществу с приязнью, кажутся для него более положительными, нежели те, кто относится к нему менее хорошо.

Ключевые слова: восприятие; эффект ореола; первое впечатление; субъекты взаимоотношений; когнитивное искажение.

Список литературы

1. Барташев А.В. Психодиагностика способности к общению, или как определить организаторские и коммуникативные качества личности. Москва: ГИЦ ВЛАДОС, 1999.
2. Психологические феномены. [Электронный ресурс]. [дата обращения: 26.02.2022]. Доступ по ссылке: <https://psychosearch.ru/practice/psychophysiology/791-psychological-effects>
3. Столяренко Л.Д. Основы психологии: учебное пособие. Москва: Проспект, 2012.
4. Хвостикова В.А. Удовлетворенность работой и субъективное благополучие сотрудника как фактор эффективности деятельности организации (на примере зарубежных исследований) // Социальная психология и общество. 2012. № 1. С. 25–41.
5. Гало-эффект. [Электронный ресурс]. [дата обращения: 27.02.2022]. Доступ по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Гало-эффект>

Сведения об авторах:

Аделина Артуровна Джумагалиева — студентка, группа СЖД-82, институт автоматизации, информационных технологий и строительства; Самарский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия. E-mail: dzhumagalieva.adelina@mail.ru

Людмила Павловна Овчинникова — научный руководитель, доктор педагогических наук; профессор кафедры «Философия и история науки»; Самарский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия. E-mail: plovchin@yandex.ru