



首因效应

1957年，美国心理学家卢钦斯（A. Asch）进一步丰富和发展了阿希的研究和发现。

他编撰了两段文字材料，材料主要是描写一个名叫吉姆的男孩的生活片段。第一段文字将吉姆描写成热情并外向的人；第二段文字则相反，把他描写成冷淡而内向的人。例如，第一段中说，吉姆与他的朋友一起去上学，走在撒满阳光的宽阔的马路上，他热情地与店铺里的熟人说话，与新结识的女孩子打招呼等；第二段中则说，吉姆放学后独自一个人步行回家，他低着头走在马路的背阴一侧，谁也不理睬，也没有与新结识的女孩子说话等。

在实验中，卢钦斯把这两段文字呈现给了四组被试，不同的是四组被试看到了不同排列组合的材料：

第一组材料，描写吉姆热情外向的文字先出现，冷淡内向的文字后出现；

第二组材料，描写吉姆冷淡内向的文字先出现，热情外向的文字后出现；

第三组材料，只显示描写吉姆热情外向的文字；

第四组材料，只显示描写吉姆冷淡内向的文字。

之后，卢钦斯让四组被试分别阅读一组文字材料，然后回答一个问题：“吉姆是一个什么样的人？”有趣的结果出现了，第一组被试中有78%的人认为吉姆是友好的，第二组被试中只有18%的被试认为吉姆是友好的，第三组被试中认为吉姆是友好的被试有95%，第四组被试只有3%的被试认为吉姆是友好的。

卢钦斯的研究证明，信息呈现的顺序会对人的社会认知产生影响，先呈现的信息比后呈现的信息有更大的影响作用。

首因效应是人对客观事物形成的最先的印象，这种印象一旦形成，就会在人的头脑中形成并占据着主导地位，而且不会轻易改变，即使后来的印象与最初的印象有差距，很多时候我们也会自然地服从于最初的印象。如某人在初次会面时给你留下了良好的印

象，这种印象就会在很长一段时间内，左右你对他以后的一系列心理与行为特征进行解释。由于首因效应的存在，使得人们对他人的社会认知往往表现出这样的倾向，即当人们只获取了有关他人的少量信息时，就力图对他人的另外一些特征进行推理、判断，以期形成有关他人的统一、一致的印象。

首因效应告诉我们，人们根据最初获得的信息所形成的印象不易改变，甚至会左右对后来获得的新信息的解释。实验证明，第一印象是难以改变的。而第一印象主要是依靠性别、年龄、体态、姿势、谈吐、面部表情、衣着打扮等，判断一个人的内在素养和个性特征。因此在日常交往过程中，尤其是与别人的初次交往时，一定要注意给别人留下美好的印象。要做到这一点，首先，要注重仪表风度，一般情况下人们都愿意同衣着干净整齐、落落大方的人接触和交往。其次，要注意言谈举止，言辞幽默，侃侃而谈，不卑不亢，举止优雅，定会给人留下难以忘怀的印象。首因效应在人们的交往中起着非常微妙的作用，只要能准确地把握它，一定可以为自己建立良好的人际关系。

(摘自新浪网 http://blog.sina.com.cn/s/blog_920b25b20102vvur.html)