

Классификация методов

---

ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО

ВОЗДЕЙСТВИЯ

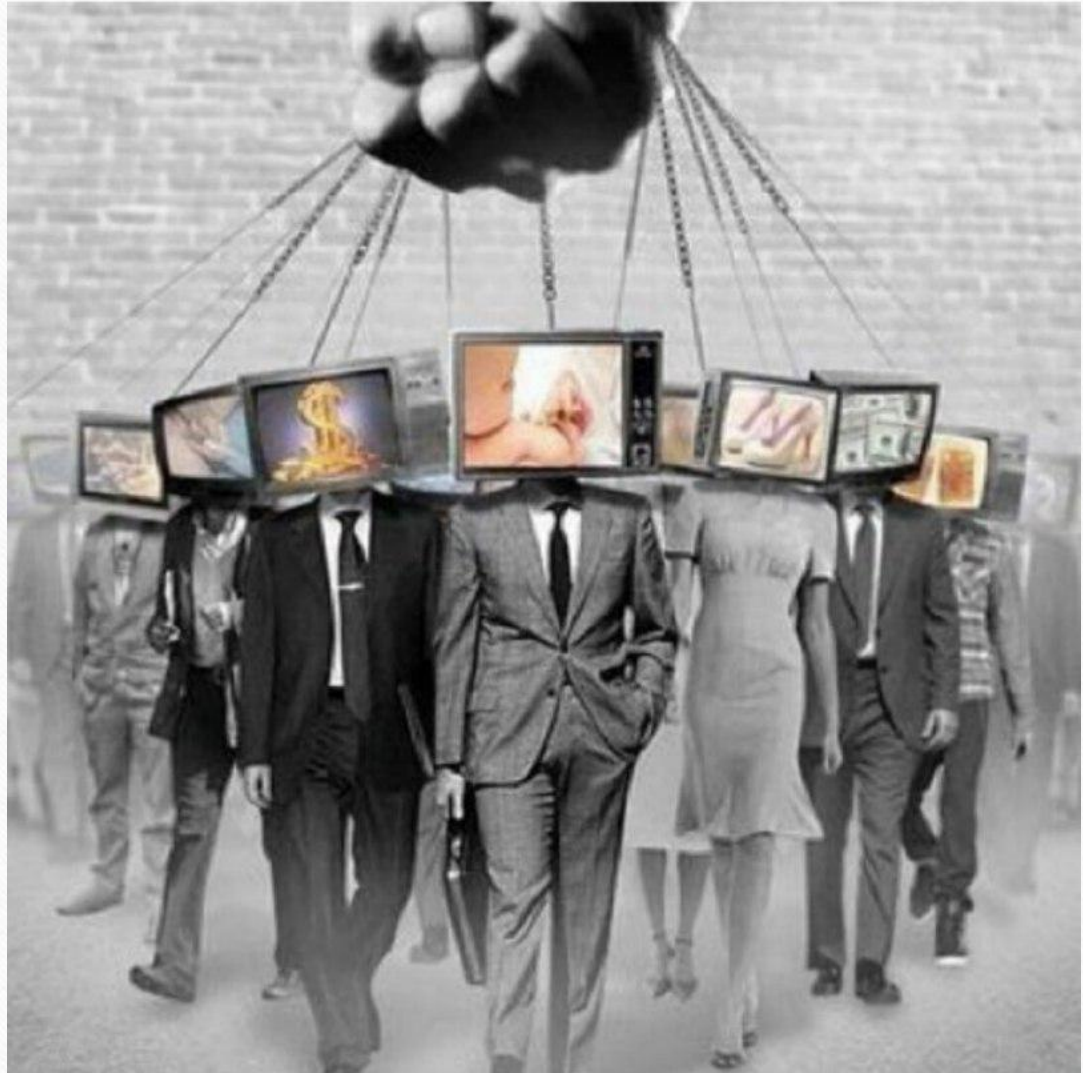
- **Заражение**

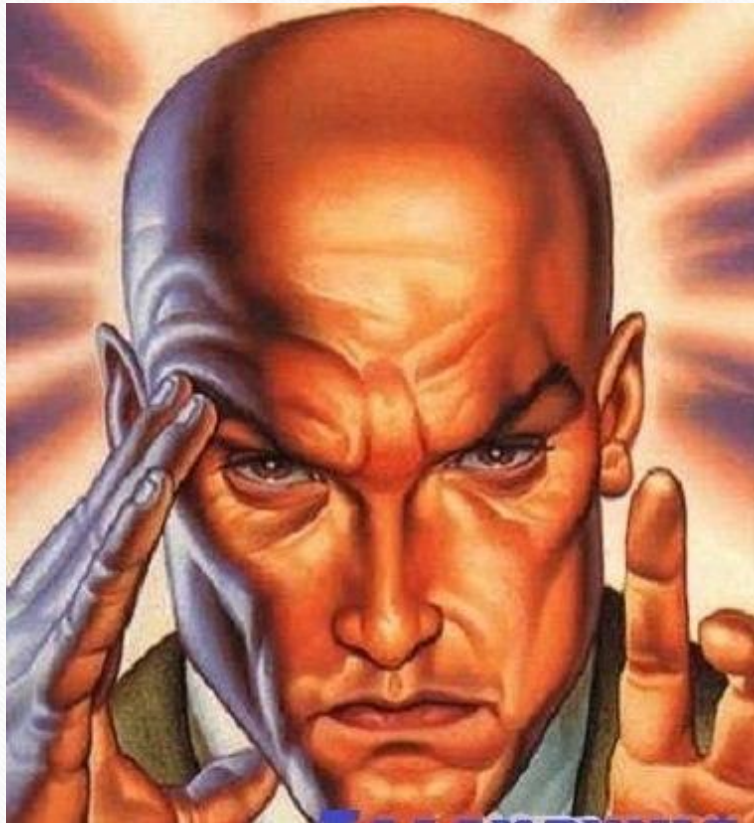
---

- **Внушение**
- **Убеждение**
- **Подражание**



**Заражение –  
бессознательная,  
невольная  
подверженность  
индивида  
определенным  
психическим  
состояниям**





## Внушение –

1. Целенаправленное, неаргументированное эмоционально-волевое воздействие одного человека на другого или на группу.
2. Имеет одностороннюю направленность – это персонифицированное воздействие одного человека на другого или группу.
3. Процесс передачи информации основан на ее некритичном восприятии

Связь внушения с  
заражением по Г. М.  
Андреевой:

внушение можно назвать  
*односторонним заражением,*  
когда внушающий субъект  
не поддается эффекту  
общего заражения.



# Субъективные факторы внушаемости:

---

- чувство собственной неполноценности и низкая самооценка;
- низкий уровень самоконтроля;
- застенчивость;
- Впечатлительность и тревожность;
- Мечтательность (склонность к иллюзиям);
- слабость логического и критического мышления.

# Объективные факторы внушаемости:

---

- дефицит времени для принятия решения;
- сложность и новизна воздействующих стимулов;
- отсутствие опыта в деятельности, на которую пытается повлиять внушающий;
- стресс;
- негативное физическое состояние, утомление;
- болезнь.

«**СУГГЕСТИЯ**» - термин  
происходит от латинского  
*suggestio* - внушение, а внушение -  
от древнеславянского  
*въи уши* - вносить в уши.  
Авторитет **суггестера** имеет  
решающее значение для  
эффективности внушения  
(фактор «косвенной  
аргументации»)





**Подражание** относится к способам воздействия людей друг на друга в условиях преимущественно внеколлективного поведения. Оно направлено на внешнюю идентификацию с некоторой значимой личностью. В результате подражания формируются групповые нормы и ценности



# Виды подражания:

- логическое и нелогическое,
- внутреннее и внешнее,
- подражание-мода и подражание-обычаям



# Законы подражания:

---

- подражание осуществляется от внутреннего к внешнему (внутренние образцы вызывают подражание раньше, чем внешние: духу религии подражают раньше, чем обрядам)
- низшие по социальной лестнице подражают высшим (провинция - центру)
- младшие по возрасту подражают старшим.
- люди подражают лицам с более высоким интеллектом.
- люди подражают профессионалам, мастерам в какой-либо области.

**Подражание**  
направлено на  
воспроизведение  
человеком определённых  
внешних черт, образцов  
поведения и поступков и  
сопровождается  
эмоциональными  
проявлениями.



**Заражение** как  
психическое состояние  
возникает через  
сопереживание  
человеком внутренних,  
психических настроений  
и переживаний других  
людей.

## Убеждение:

- способ организованного воздействия (социально-психологического, идеологического) на психику индивида извне.
- логическое обоснование какого-либо суждения с целью добиться согласия с высказываемой точкой зрения.





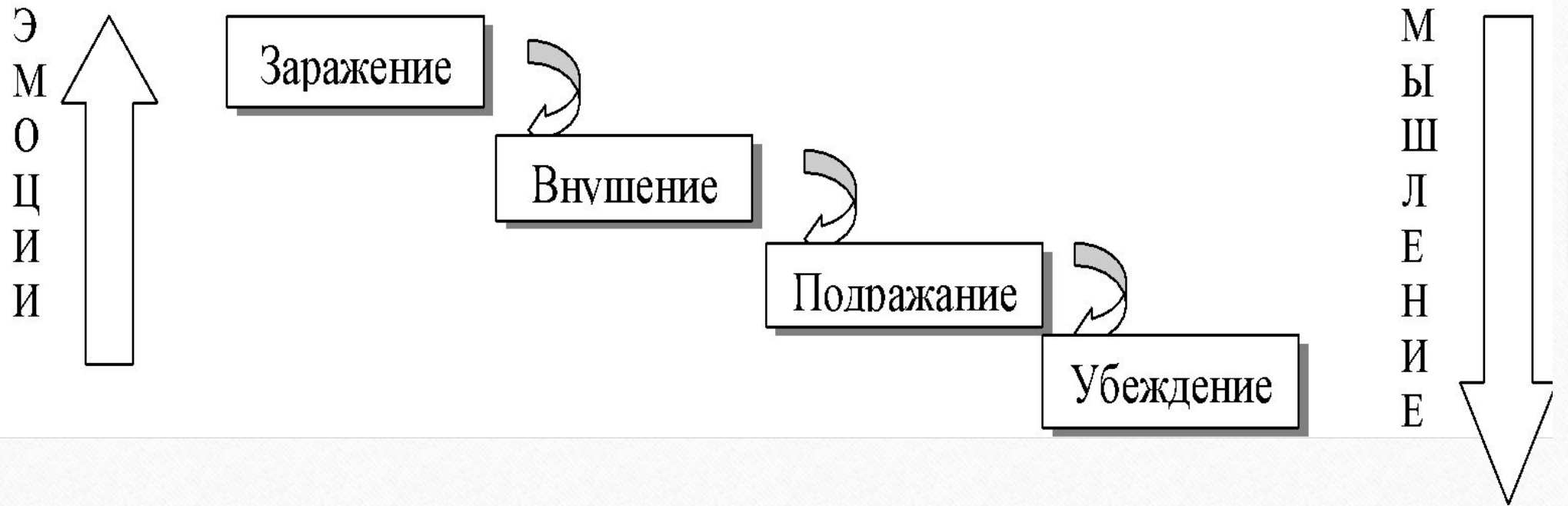
**Убеждение** служит превращению сообщаемой информации в систему установок и принципов человека. Оно направлено на преодоление критического отношения к предлагаемым доводам

# Факторы эффективности убеждения:

---

- **эмоциональная приемлемость** для убеждаемого приводимых аргументов и доказательств;
- **уместность используемого обоснования** в данном контексте для данной аудитории (соответствие аргументации возрасту, полу, социальному и материальному положению убеждаемого);
- **оперирование конкретными фактами**, примерами, знакомой убеждаемому информацией;
- **возможность вызвать эмоциональный отклик у убеждаемого** (актуализация какого-либо чувства или эмоционального состояния гордости, чувства собственного достоинства, патриотизма, сострадания).

**Соотношение механизмов воздействия на личность и их связь  
с эмоциями и мышлением**





К методам воздействия на факторы, обеспечивающие ориентировку в действительности (субъективные модели действительности); на познавательных процессах и закономерностях построения образов.

К методам воздействия на источники активности К ним принадлежат потребности, склонности, интересы, идеалы, убеждения, чувства.

С точки зрения цели воздействия Методы могут быть отнесены к одной из четырех групп:

К методам воздействия на факторы, регулирующие проявление активности; когда необходимо создать предпосылки для возникновения определенной, не всегда в полной мере осознаваемой эмоциональной реакции.

К методам воздействия на фоновые состояния. состояния сознания, психического состояния.