

Психология влияния



Содержание

- ✓ Понятие «психологическое влияние» в социальной психологии
- ✓ Цели влияния
- ✓ Виды психологического влияния
- ✓ Противодействие - противостояние психологическому влиянию.
- ✓ Характеристика психологически конструктивного влияния

ЗНАЧЕНИЕ СЛОВА ВЛИЯНИЕ

(словарь Ушакова Д.Н.)

1. **Действие**, производимое на кого-нибудь, **воздействие**.

*(Влияние печати на общественное мнение.
Под влиянием другого..
Оказывать влияние.)*

2. **Авторитет, сила, власть**. Иметь большое влияние.

*(Человек с большим влиянием.
Пользоваться влиянием.)*

Понятие «психологическое влияние»

Психологическое влияние – процесс и результат изменения индивидом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т.п. в ходе взаимодействия с ними. (Дубов И.Г.)

Психологическое влияние - это воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств (вербальных, паралингвистических или невербальных), с предоставлением ему права и времени ответить на это воздействие. (Сидоренко Е.В.)



Характеристики психологического влияния

Инициатор влияния - тот из партнеров, который первым предпринимает попытку влияния любым из известных (или неизвестных) способов.

Адресат влияния - тот из партнеров, к которому обращена первая попытка влияния.

У партнера, на которого оказывается влияние, есть возможность ответить на него психологическими средствами; ему предоставлено право ответить и время для этого ответа.



Характеристики психологического влияния

Противостояние чужому влиянию - это сопротивление воздействию другого человека с помощью психологических средств.

Многие виды влияния людей друг на друга являются смешанными, сочетающими в себе психологические, социальные, а иногда и физические средства

Различают *направленное и ненаправленное психологическое влияние* (*прямое и косвенное влияние*)

Виды психологического влияния

(по материалам исследований Доценко Е. Л., 1996; Jones E. E., 1964; Steiner C. M., 1974 и др.)

Вид влияния

Определение

1. Убеждение
2. Самопродвижение
3. Внушение
4. Заражение
5. Пробуждение импульса к подражанию
6. Формирование благосклонности
7. Просьба
8. Принуждение
9. Деструктивная критика
10. Манипуляция

Вид влияния

Определение

1. Убеждение

Сознательное аргументированное воздействие на другого человека или группу людей, имеющее своей целью изменение их суждения, отношения, намерения или решения

2. Самопродвижение

Объявление своих целей и предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации для того, чтобы быть оцененным по достоинству и благодаря этому получить преимущества на выборах, при назначении на должность и др.

3. Внушение

Сознательное неаргументированное воздействие на человека или группу людей, имеющее своей целью изменение их состояния, отношения к чему-либо и предрасположенности к определенным действиям

4. Заражение

Передача своего состояния или отношения другому человеку или группе людей, которые каким-то образом (пока не нашедшим объяснения) перенимают это состояние или отношение. Передаваться состояние может как произвольно, так и произвольно, усваиваться - также произвольно или произвольно

5. Пробуждение импульса к подражанию

Способность вызывать стремление быть подобным себе. Эта способность может как произвольно проявляться, так и произвольно использоваться. Стремление подражать и подражание (копирование чужого поведения и образа мыслей) также может быть как произвольным, так и произвольным

6. Формирование благосклонности

Привлечение к себе произвольного внимания адресата путем проявления инициатором собственной незаурядности и привлекательности, высказывания благоприятных суждений об адресате, подражания ему или оказания ему услуги

10. Манипуляция

Скрытое побуждение адресата к переживанию определенных состояний, принятию решений и/или выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных целей

7. Просьба

Обращение к адресату с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия

Угроза применения инициатором своих контролирующих возможностей для того, чтобы добиться от адресата требуемого поведения. Контролирующие возможности - это полномочия в лишении адресата каких-либо благ или в изменении условий его жизни и работы. В наиболее грубых формах принуждения могут использоваться угрозы физической расправы. Субъективно принуждение переживается как давление: инициатором - как собственное давление, адресатом - как давление на него со стороны инициатора или "обстоятельств"

Высказывание пренебрежительных или оскорбительных суждений о личности человека и/или грубое агрессивное осуждение, поношение или осмеяние его дел и поступков. Разрушительность такой критики - в том, что она не позволяет человеку "сохранить лицо", отвлекает его силы на борьбу с возникшими отрицательными эмоциями, отнимает у него веру в себя

8. Принуждение

9. Деструктивная критика

Цели психологического влияния

Какую цель мы преследует инициатор влияния?



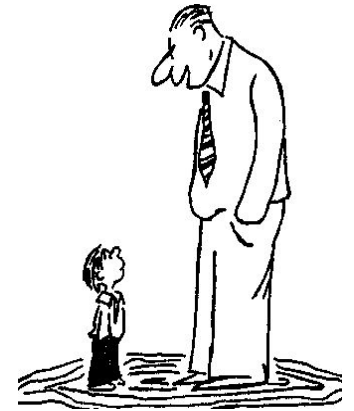
Цели психологического влияния

□ польза для дела

□ польза для других

□ собственная польза

(оказание влияния на окружающих одним фактом своего присутствия; обретение чувства собственной значимости, стремление экономить собственные усилия, прибыль и др....)



Критерии психологически конструктивного влияния

Психологически конструктивное влияние должно отвечать трем критериям:

- оно не разрушает личности людей, в нем участвующих, и их отношений,
- оно психологически корректно (грамотно, безошибочно);
- оно удовлетворяет потребности обеих сторон.

Психологически корректной (грамотной, безошибочной) будет такая попытка влияния, в которой:

- учитываются психологические особенности партнера и текущей ситуации,
- применяются "правильные" психологические приемы воздействия.

Если оказываемое психологическое влияние соответствует критериям психологической конструктивности, у его адресата есть два пути:

- поддаться влиянию;
- конструктивно противостоять ему корректными психологическими способами.

Вид противостояния влиянию

Определение

Сознательный аргументированный ответ на попытку убеждения, опровергающий или оспаривающий доводы инициатора воздействия

1. Контраргументация

Подкрепленное фактами обсуждение целей, средств или действий инициатора воздействия и обоснование их несоответствия целям, условиям и требованиям адресата

Сопrotивление адресата попыткам внушить или передать ему определенное состояние, отношение, намерение или способ действий

Создание нового, пренебрегающее влиянием образца, примера или моды, либо преодолевающее его

Стремление избегать любых форм взаимодействия с инициатором воздействия, в том числе случайных личных встреч и столкновений

2. Конструктивная критика

3. Энергетическая мобилизация

4. Творчество

5. Уклонение

**6. Психологическая
самооборона**

Применение речевых формул и интонационных средств, позволяющих сохранить присутствие духа и выиграть время для обдумывания дальнейших шагов в ситуации деструктивной критики, манипуляции или принуждения

7. Игнорирование

Действия, свидетельствующие о том, что адресат умышленно не замечает либо не принимает во внимание слов, действий или выраженных адресатом чувств

8. Конфронтация

Открытое и последовательное противопоставление адресатом своей позиции и своих требований инициатору воздействия

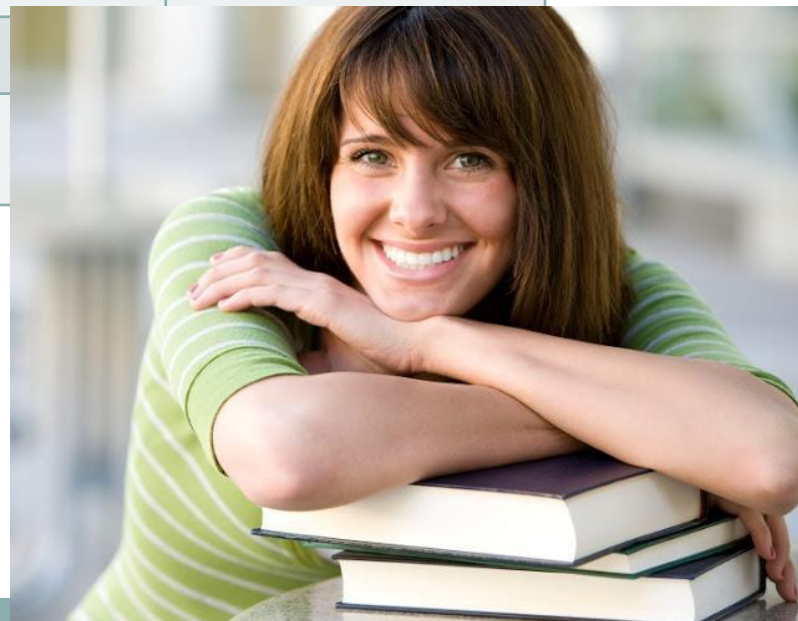
9. Отказ

Выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия

Практическое задание (практическая работа)

Найти в литературе или сформулировать "правильные" психологические приемы воздействия

психологический прием воздействия	Детям (дошкольникам-учащимся)	Родителям детей	педагогам
1.			
2.			
3.			
4			



Как итог....

- У каждого человека есть право влиять на других, но у каждого же есть право и отвергать чужое влияние. Кто имеет право влиять, а кто – нет? Все имеют право! Насколько конструктивны те или иные способы взаимного влияния? Насколько они полезны и созидательны для его участников?
- Следует принимать в расчёт интересы других людей — ведь только таким путём мы можем оказывать влияние на них. (Андре Моруа)
- Мы меняемся под влиянием людей, которых встречаем, и порой настолько, что сами себя не узнаем.
- Умейте построить разговор так, чтобы после него человек пошёл туда, куда вам нужно, и сделал то, что вы от него хотите.
- Всегда были и будут те, кто пытается повлиять на нас или даже повелевать нами. В конце концов, каждый из нас живёт собственной жизнью, и только сам ответственен за неё.
- Если ты хочешь оказывать влияние на других людей, то ты должен быть человеком, действительно стимулирующим и двигающим вперед других людей. (Карл Маркс)
- Влиять на другого человека - это значит передать ему свою душу. Он начнет думать не своими мыслями, пылать не своими страстями. И добродетели у него будут не свои, и грехи, - если предположить, что таковые вообще существуют, - будут заимствованные. Он станет отголоском чужой мелодии, актером, выступающим в роли, которая не для него написана.
- Мы влияем потому, что отстаиваем свои интересы, а не потому, что нам открылась абсолютная истина и мы почувствовали себя вправе решать за других. (Сидоренко Е.В.)



Психология влияния



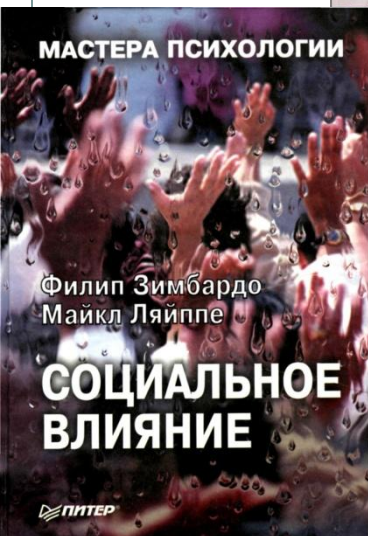
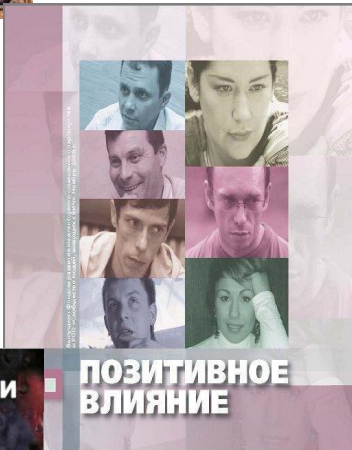
**сделает вас
сильной
конкурентоспособной
личностью**





литература по теме

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений/Г.М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 363 с.
2. Майерс Дэвид Дж. Социальная психология. 7-е издание. Изд-во «Питер», 2002. – 794 с.
3. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. – СПб.: Речь, 2004. – 256 с.
4. Тернер Дж. Социальное влияние. СПб.: Питер. 2003.
5. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2005. – 286 с.



Дополнительная литература в сети

- ✓ Стивен Хассен. Освобождение от психологического насилия
- ✓ Ленуар Р. Социальная власть публичного выступления
- ✓ Степанов С. Язык внешности
- ✓ Мирча Элиаде «ТАЙНЫЕ ОБЩЕСТВА»
- ✓ Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию
- ✓ Д. Г. Гусев, О. А. Матвейчев, Р. Р. Хазеев, С. Ю. Чернаков. Уши машут ослом
- ✓ Т. Лири, М. Стюарт и др. «Технологии изменения сознания в деструктивных культурах»
- ✓ Энциклопедия методов пропаганды (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама)
- ✓ Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление.
- ✓ Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита
- ✓ Маклюэн М. Понимание медиа
- ✓ Георгий Грачев, Игорь Мельник МАНИПУЛИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТЬЮ: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия