

Тема: Психологія впливу

Ключові поняття теми: психологія впливу, психологічний вплив, протистояння впливу, ініціатор впливу, адресат впливу, процес, акт впливу, психологічні засоби.

Використана та рекомендована література:

1. Берн Э. Игры в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М., 2000. – 398с.
2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. – М., 2000. – 344с.
3. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. СПб.: Питер – 2000. – 448с.
4. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ. – М., 1992. – 714с.
5. Москаленко В.В., Психологія соціального впливу: Навчальний посібник– К., 2007. – 448с.
6. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. – СПб.: Речь, 2001. – 256с.
7. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб., 2002. – 288с.
8. Шостром Э. Человек- манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. – М. ЭКСМО-Пресс., 2002. – 196с.
9. Штайнер К. Обратная сторона власти. Прощание с Карнеги. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2006. – 255с.
10. Экман П. Психология лжи. – СПб.: Питер – 1999. – 272с.

Матеріал до теми

Психологічний вплив – це вплив на стан, думки, емоції та поведінку іншої людини за допомогою виключно психологічних засобів; з наданням їй права і часу відповісти на вплив. **Протистояння психологічному впливу** – це спротив діянню іншої людини за допомогою психологічних засобів. Психологічні засоби – це вербальні, пара лінгвістичні (система вокалізації мовлення: тембр голосу, темп, ритм, наголоси тощо), екстралінгвістичні(все, що може входити в мову, нею не будучи: сміх, паузи, хахикання тощо) та невербальні сигнали. Процес психологічного впливу можна розглядати як послідовність актів впливу, де завжди присутні дві сторони: ініціатор впливу – той із партнерів, що першим намагається справити вплив та адресат впливу – той із партнерів, на кого звернена перша спроба впливу. Далі в процесі взаємодії вони можуть постійно мінятихся ролями. Щодо самого акту психологічного впливу – це умовна одиниця процесу психологічного впливу, що супроводжує акт міжособистісної взаємодії і є зручною для аналізу та вивчення механізмів

впливу. Якщо ж розглядати процес впливу в цілому, то слід говорити про *об'єкт впливу* – сторону, на яку спрямований тиск суб'єкта впливу та *суб'єкт впливу* – сторону, що організує і реалізує тиск на об'єкт впливу. Для кожної із сторін, що взаємодіють в цьому процесі – інша сторона завжди виступає об'єктом впливу, сама ж вона – суб'єктом.

Психологічний вплив завжди є невіддільним від соціального контексту, оскільки саме цей контекст визначає і зміст, і форму психологічного впливу. Психологічний вплив, як правило, супроводжує всі інші види впливу – фізичний, економічний, організаційний, проте ці види впливу все ж визначаються за їх головним змістом і формою, тобто, фізичний і т. ін., натомість інформаційний вплив – це завжди вплив психологічний.

Проблематикою психології впливу людство активно цікавилось всю історію свого існування, що є закономірним, оскільки вона напряду пов'язана з питаннями управління та влади взагалі, війни, торгівлі, дипломатії тощо, засвідчуючи час від часу свій невагомний інтерес в наукових трактатах, як от, наприклад, «Мистецтво війни» Сунь-Цзи чи «Державець» Макіавеллі. Проте, як окрема галузь психологічної науки психологія впливу сформувалась лише в останній третині 20 ст., виділившись із соціальної психології і будучи тісно пов'язаною з психологією самосвідомості, організаційною психологією, етнопсихологією, психологією праці, військовою, економічною, педагогічною та іншими галузями психологічної науки; з філософією, педагогікою, медициною, історією, юриспруденцією тощо, а також з економікою, політикою, дипломатією, менеджментом, маркетингом, виробництвом – тобто, практично з усіма сферами людського життя та діяльності.

Як наукова дисципліна **психологія впливу** – це наука, яка вивчає феномени психологічного впливу в усій їх різноманітності, їх взаємозв'язок з іншими феноменами психічного життя, а також – механізми та закономірності їх розвитку, функціонування та види і способи прояву. Психологія впливу спирається на такі загально-психологічні методи — спостереження, анкетування, бесіди, тестування, контент-аналіз, а в ряді випадків все ширше використовує експериментальні методи. Проблемам феномена психологічного впливу, його природі, формуванню та прояву присвячено багато досліджень у психологічній науці, з якими пов'язані імена Лебона Г., Тарда Г., Нахаванди А., Дрейкурса Р., Майерса Д., Московичи С., Берна Э., Зимбардо Ф., Ляйппе М., Гласс Л., Чалдини Р., Шиллера Г., Шострома Э., Штайнера К., Экмана П., Кара-Мурзи С.Г., Добровича А.Б., Татенка В.О., Доценка Е.Л., Москаленко В.В., Сидоренко

Е.В., Гарифуллина Р.Р., Мороза А.М., Почепцова Г.Г., Панкратова А.Н., та ін. В Україні та в багатьох країнах світу ведеться робота по створенню загальної теорії психології впливу, вивчаються усвідомлювані, логічні та неусвідомлювані, інтуїтивні компоненти впливу.

Здобутки психології впливу мають також велике практичне значення; їх використовують у організаційній, управлінській, військовій, юридичній, дипломатичній, релігійній, медичній практиці, в навчанні, в психологічному та бізнес-консалтингу, в PR, маркетингу, рекламі та інших сферах людської діяльності.

Проблемні питання

1. Структура процесу психологічного впливу.
2. Мета психологічного впливу.
3. Методи психологічного захисту.
4. Варварський психологічний вплив, види.
5. Психологічна самооборона.
6. Маніпулятивний вплив, види.

Вправи та ігри для практичних занять.

Існує багато вправ та ігор, що допомагають активізувати мислення та розвивати та вдосконалювати засвоєні навички, прийоми, техніки. Частина з них підходять для індивідуальної роботи, частина – для роботи в команді. Важливим є створення дружньої та приязної атмосфери – саме вона допомагає долати комунікативні бар'єри.

Вправа «Візуальне відчуття»

Мета: удосконалення навичок сприйняття та уявлення одне одного.

Опис: Учасники сідають у коло. Ведучий просить, щоб кожний уважно подивився на обличчя інших учасників упродовж 2–3 хвилин. Потім учасники заплющують очі та намагаються уявити обличчя решти членів групи. Кожному з учасників протягом 1–2 хвилин необхідно фіксувати в пам'яті обличчя, яке вдалося уявити найкраще. Після виконання вправи група розповідає про свої відчуття і повторює вправу. Завдання — кожний з учасників повинен намагатися уявити якомога більшу кількість обличч партнерів по групі.

Вправа «Крізь скло»

Мета: формування взаєморозуміння партнерів зі спілкування на невербальному рівні.

Опис: Один з учасників загадує певний текст, записуючи його

на папері, але передає його немовби крізь скло, тобто за допомогою міміки та жестів. Решта гравців розповідають про те, що вони зрозуміли. Ступінь збігання тексту, який було відтворено більшістю гравців, і тексту, записаного одним із учасників, свідчить про ступінь вміння встановлювати контакт.

Вправа «Дискусія»

Мета: формування паралінгвістичних і оптокінетичних навичок спілкування; вдосконалення взаєморозуміння партнерів зі спілкування на невербальному рівні.

Опис: Учасники тренінгу об'єднуються в групи по троє. У кожній трійці розподіляються обов'язки. Один з учасників грає роль «глухого та німого»: він нічого не чує, не може говорити, але в його розпорядженні — зір, жести, пантоміміка; другий учасник грає роль «глухого та паралітика»: він може розмовляти та бачити, але не може жестикулювати; третій учасник — «сліпий та німий»: він здатний тільки чути й показувати. Усій трійці гравців пропонується завдання — наприклад, домовитися про час, місце та мету зустрічі, не порушуючи умов виконання своєї ролі. На вправу відводиться 15 хвилин.

Вправа «Котедж»

Мета: відпрацьовування навичок наведення аргументів, доказів та пояснень. **Опис:** Можна відразу розділити групу на три команди і запропонувати їм завдання. **Інструкція:** Є три фірми - А, В і С. (Тренер показує, де, відповідно, команда А, де В і де С.) Фірми А і В побудували для відпочинку своїх співробітників триповерховий котедж. При цьому фірма А внесла в будівництво котеджу 3 частки, а фірма В - 5 частки. Однак, коли котедж був закінчений, фірми на загальній раді прийшли до висновку, що кожній з них досить одного поверху, а третій поверх можна продати. Підвальний поверх і терасу на даху всі три фірми зможуть використовувати в рівних частках. Фірма С пропонує продати їй один поверх котеджу за 80 тисяч доларів. Команди А, В і С мають вирішити як потрібно розподілити між фірмами А і В 80 тисяч доларів, отримані від продажу одного з 3 поверхів котеджу, і обґрунтувати своє рішення.

Вправа «Три менеджери»

Мета: відпрацьовування навичок наведення аргументів, доказів та пояснень.

Опис: Діючі особи: адміністратор готелю та три менеджера. **Інструкція адміністратору готелю:** У вас тільки одне вільне місце, вам

потрібно поговорити з кожним приїжджим, а потім вирішити, кому ви надасте номер. Своє рішення потрібно записати на листочку і мовчки віддати ведучому. Інструкція менеджерам, що приїхали у відрядження: Потрібно поговорити з адміністратором готелю з тим, щоб отримати номер. Ви підозрюєте, що вільних номерів може не бути. Потрібно використати всі засвоєні прийоми (техніки встановлення контакту, активного слухання, аргументації). Інструкція ведучому: Проводиться відеозапис гри. Адміністратору допомагають організувати його робоче місце. Ведучий виводить всіх учасників гри в коридор (приїжджих) і запрошує в кімнату по черзі. Той менеджер, що вже поговорив з адміністратором, залишається в кімнаті і слухає разом з іншими членами групи. Після гри проглядається відеозапис і проводиться обговорення. Адміністратор оголошує своє попереднє рішення і остаточне, якщо його думка змінилася після перегляду відеозапису. Під час обговорення адміністратору задають ряд питань про те, що сподобалося і не сподобалося в поведінці відряджених.

Вправа «Аргумент, доказ, пояснення»

Мета: відпрацювання навичок наведення аргументів, доказів та пояснень.

Опис: наводяться кілька висловлювань відомих людей чи цитат періодичних видань тощо, які є тезами з певної теми. Необхідно підготувати короткий виступ з цієї теми, в якому мають бути представлені: аргументи, докази (факти, приклади), пояснення змісту теми та її значущості. Приклади цитат:

• Генрі Форд (американський промисловець, власник заводів по виробництву автомобілів по всьому світу, винахідник, автор 161 патентів США) «Старі завжди радять молодим заощаджувати гроші. Це погана порада. Не збирайте копійки. Вкладайте в себе. Я в житті не заощадив і долара, поки не досяг сорока років».

• Альберт Ейнштейн (один з найвизначніших фізиків XX століття, лауреат Нобелівської премії 1921 року) «Щаслива людина занадто задоволена справжнім, щоб занадто багато думати про майбутнє».

• Вільям Шекспір (англійський драматург, актор і поет) «Ми знаємо, хто ми є, але не знаємо, ким ми можемо бути».

Після виконання вправи обов'язково обговорюються, учасникам надається зворотній зв'язок. Особлива увага звертається на моменти вдалого чи, навпаки, проблемного виконання та можливі імпровізації в процесі виконання і оригінальні інтерпретації завдань.

Теми рефератів

1. Психологічна гра.
2. Усвідомлене та неусвідомлене в процесі психологічного впливу.
3. Загальні та спеціальні методи подолання небажаного впливу.
4. Деструктивний та конструктивний психологічний вплив.
5. Самопросування та самопрезентація.

Контрольні запитання

1. Що вивчає психологія впливу?
2. На які загально-психологічні методи спирається психологія впливу?
3. Назвіть основні види психологічного впливу.
4. Що таке психологічний вплив?
5. Що таке маніпуляція?

Навчальні тести

1. Автором теорії транзактного аналізу є:

- а) З.Фрейд; б) А.Адлер; в) А.Кестлер; г) Е. Берн; д) Е.Фромм.

2. Цивілізований психологічний вплив сприяє збереженню

(виділити невірну відповідь):

- а) Особистісної цілісності; б) Міжособистісних відносин; в) Бізнес-інтересів;

3. Цивілізований психологічний вплив, види за Е.Л. Сидоренко (виділити невірну відповідь):

- а) Аргументація; б) Самопрезентація; в) Маніпуляція; г)

Конструктивна критика.

4. Рівні міжособистісних відносин за Е.Л. Доценко (виділити невірну відповідь):

- а) Домінування; б) Маніпуляція; в) Ігнорування; г) Партнерство; д) Співдружність.

5. Основні по базові захисні установки за Е.Л. Доценко (виділити невірну відповідь):

- а) Блокування; б) Завмирання; в) Ухиляння; г) Управління; д) Вигнання.

Завдання для самостійної роботи

Самостійно придумати і написати рекламний ролик; проаналізувати і прокоментувати його, використовуючи питання:

1. Що саме було метою впливу?
2. Яка цільова аудиторія ролика?
3. Які види впливу використовувались і чому?
4. Які техніки і прийоми були використані?
5. Які помилки були допущені?