



Тема 2.3. Психология
воздействия в общении
(убеждение, внушение,
психологическое заражение,
подражание)

Общение различается по видам:

- **Опосредованное** общение - предполагает не полный психологический контакт - по телефону, через Интернет, в письменной форме и т.д.

- **Непосредственное** - общение “лицом к лицу”, при контакте визуальном. Формальное общение - деловое, ролевое, функциональное. Это общение всегда предполагает

- **Неформальное** общение -
доверительное, товарищеское,
ИНТИМНОЕ.

- **Диалогическое** общение - общение
между двумя людьми.

- **Групповое** - общение в группе людей

- **Массовое** общение.

ЧЕТЫРЕ ВИДА ВОЗДЕЙСТВИЙ

Процедура убеждения включает в себя
4 вида убеждающих воздействий:

- информирование,
 - разъяснение,
- доказательство,
- опровержение.

социально-психологические способы влияния

- **Внушение** – неосознанное влияние одного человека на другого, вызывающее определенные изменения в его психологии и поведении.
- **Подражание** – осознанное или бессознательное поведение человека, направленное на воспроизведение поступков и действий других людей.

- **Заражение** – психологический термин, обозначающий бессознательную передачу от человека к человеку каких-либо эмоций, состояний, побуждений.

- **Манипуляции** - это скрытое управление личностью, такое психологическое воздействие на человека, которое призвано обеспечить негласное получение манипулятором односторонних преимуществ, но так, чтобы у партнера сохранялась иллюзия

Заражение

- Феномен заражения чаще всего встречается в неорганизованной общности (толпе), которая сама по себе способствует его усилению.
 - Механизм заражения может проявляться в массовых вспышках различных душевных состояний, возникающих во время ситуаций паники, спортивного азарта, ритуальных танцев, религиозного

- В основе заражения лежит эмоциональное воздействие индуктора (носителя эмоционального заряда) в условиях непосредственного контакта. При заражении происходит передача сильного психического, эмоционального заряда, который, проходя по каналам взаимодействия, многократно усиливается, создавая психический фон заражения.

Функции заражения:

- 1) усиление групповой сплоченности, если такая сплоченность уже есть;
- 2) компенсация недостаточной сплоченности.

Внушение

- это социально-психологический механизм целенаправленного, неаргументированного воздействия, ориентированный на формирование общего психического состояния и побуждений к индивидуальным или массовым действиям.

- Внушение характеризуется некритическим восприятием информации и осуществляется вербальными средствами на основе эмоциональной готовности человека получить установку к действию.
- Внушению подвержены дети, люди с доминированием ситуативного психического настроения, неуверенные в себе, утомленные или ослабленные.

Условия, необходимые для эффективного внушения:

- 1) авторитетность источника информации;
- 2) доверие к нему;
- 3) отсутствие сопротивления к внушающему воздействию.

Отличительные особенности внушения:

- 1) внушающий (суггестор) сам не находится в том же эмоциональном состоянии, что и внушаемый (суггерент);
- 2) внушение – это персонифицированное эмоционально-волевое воздействие;
- 3) внушение носит вербальный характер и не нуждается в доказательстве и логике.

Условия эффективности убеждающего воздействия:

- 1) содержание и форма убеждения отвечают уровню возрастного развития личности;
- 2) убеждение строится с учетом индивидуальных особенностей адресата;
 - 3) убеждение является последовательным и доказательным;
- 4) убеждение содержит обобщающие и конкретные факты;

- 5) убеждение опирается на разум убеждаемого, его опыт и знания;
- 6) убеждающий сам глубоко верит в то, в чем убеждает;
 - 7) заинтересованность человека, которому адресовано воздействие.

Отличительные особенности убеждения:

- 1) убеждение ориентировано на формирование сознательной деятельности убеждаемого;
- 2) при убеждении, принимающий информацию, делает выводы самостоятельно;
- 3) убеждение представляет собой преимущественно интеллектуальное воздействие.

Виды подражания:

- 1) логическое и вне логическое;
 - 2) внутреннее и внешнее;
- 3) подражание-мода и подражание-обычай.

Законы подражания:

- 1) внутренние образцы вызывают подражание раньше, чем внешние;
- 2) низшие по социальной лестнице подражают высшим.

Способы подражания:

- 1) когда посредством наблюдения модели возникают новые реакции;
- 2) когда наблюдение за награждением или наказанием модели усиливает или ослабляет сдерживаемое поведение;
 - 3) когда наблюдение модели способствует актуализации образцов поведения, ранее известных наблюдающему