


Тема 5. Педагогические аспекты профессиональной деятельности

Содержание практики:

Психологические механизмы воздействия руководителя на коллектив. Манипуляция



Психологические формы
воздействия руководителя на
коллектив

Заражение



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. 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 экстаза и пр.

Заражение

У человека, охваченного эмоциональным заражением, повышается восприимчивость к импульсам, источник которых находится **внутри** толпы, зато снижается восприимчивость к импульсам **изнутри**. Соответственно усиливаются барьеры против логических аргументов и доводов. И поэтому в такой момент попытка воздействовать на массу логикой рациональными аргументами может оказаться даже опасной. Здесь необходимы другие приемы, адекватные ситуации, а если ими не владеешь, то лучше держаться от толпы подальше. Феномен эмоционального заражения не является однозначно негативным или позитивным фактором. Он может сопровождать любое массовое мероприятие, например, концерт любимой рок группы, совместный просмотр фильма, дружеское застолье, игру в Counter Strike и т.п.

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.

Основная цель, которая преследуется при внушении: навязать человеку готовые оценки, выводы суждения, способы поведения. 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.

Виды внушения

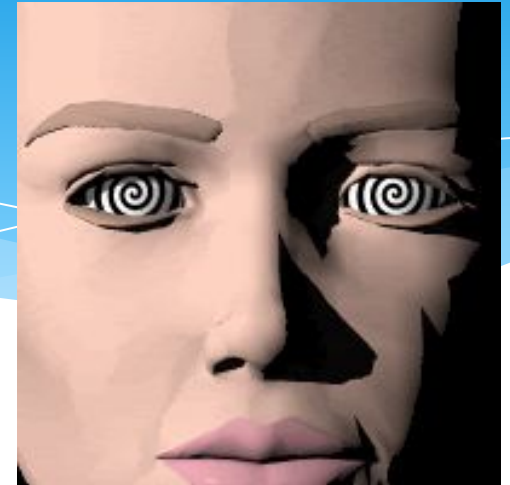
Прямое внушение – воздействие, когда один человек сообщает другому в оперативной форме определенные идеи, которые должны быть безоговорочно приняты и реализованы. В качестве подобного примера внушения можно назвать воздействие родителей, учителей на детей.

- * При косвенном внушении цель достигается обходными способами. Ярким примерам косвенного внушения служит реклама, где чаще всего используются приемы, которые склоняют к одобрению без раздумий. Вместо четкой информации о товаре реклама связывает предлагаемый товар с представлениями о красоте и удовольствии (такова, в основном, реклама сигарет, пива, косметики), при рекламе любых напитков, где продукт ассоциируется с представлениями о молодости, здоровье и жизнерадостности.

Условия, необходимые для эффективного внушения:

- 1) авторитетность источника информации;
- 2) доверие к нему;
- 3) отсутствие сопротивления к внушающему воздействию.
- 4) возраст (более всего внушению поддаются дети и люди преклонного возраста);
- 5) степень утомленности, физической слабости объекта внушения
- 6) характеристики личности объекта внушения (ее самостоятельность, жизненная позиция, интересы, потребности)

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.

Убеждение

способ вербального (словесного) влияния, который включает в себя систему доводов, выстроенных по законам формальной логики и обосновывающих выдвигаемый индивидом тезис.

Я – человек

Ты – не Я

Ты – не человек

Условия эффективности убеждающего воздействия:

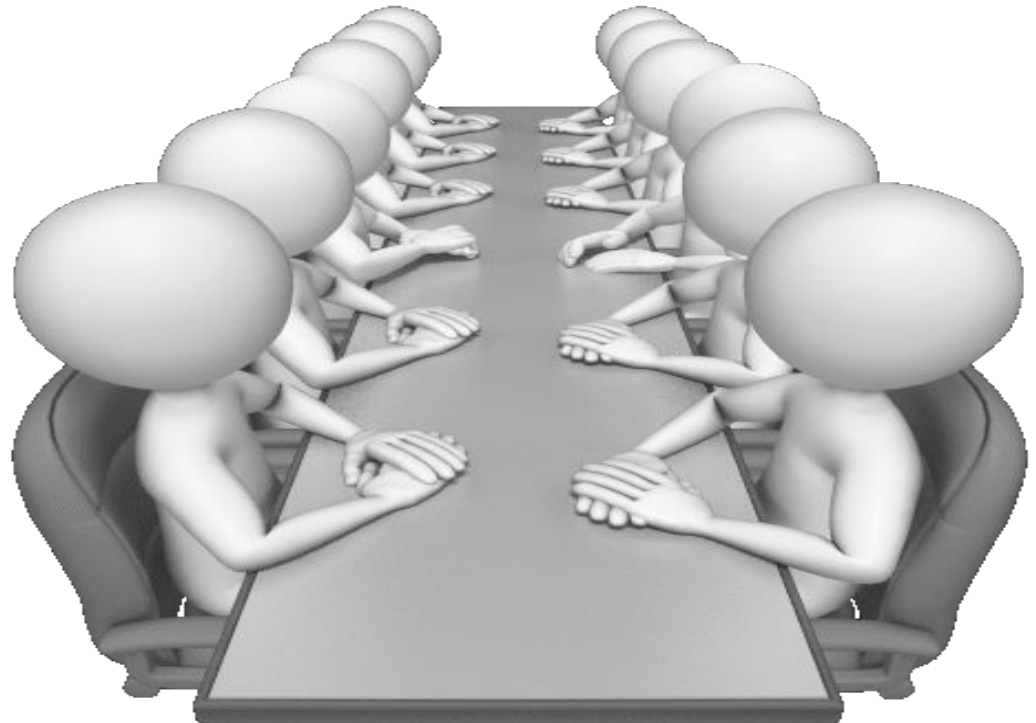
- * 1) содержание и форма убеждения отвечают уровню возрастного развития личности;
- * 2) убеждение строится с учетом индивидуальных особенностей адресата;
- * 3) убеждение является последовательным и доказательным, содержит обобщающие и конкретные факты;
- * 4) убеждение опирается на разум убеждаемого, его опыт и знания;
- * 5) убеждающий сам глубоко верит в то, в чем убеждает;
- * 6) заинтересованность человека, которому адресовано воздействие.
- * 7) авторитет убеждающего

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.

Подражание

это процесс, в котором один индивид пытается в точности следовать во всем другому человеку, группе, образцу, при этом он самостоятельно копирует действия, которые воспринимает у других.



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.

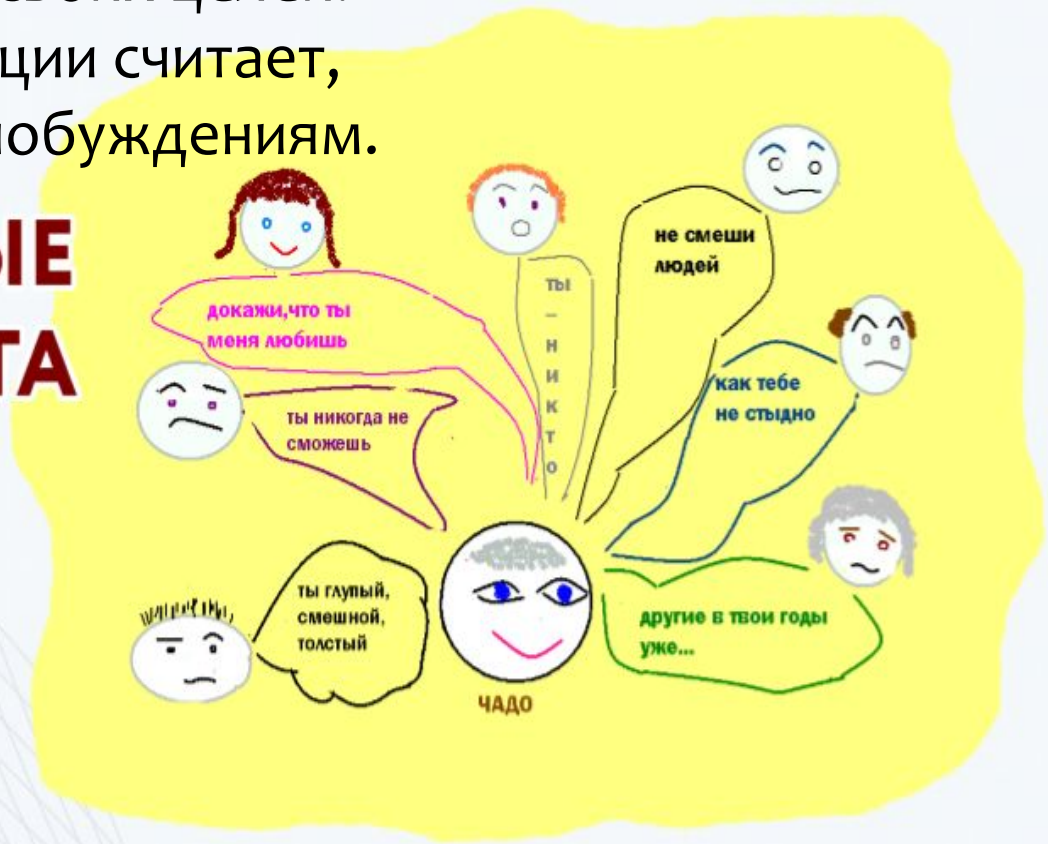
Манипуляция

преднамеренное и скрытое побуждение другого человека к переживанию определенных состояний, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения инициатором манипуляции своих целей.

При этом адресат манипуляции считает, что он действует по своим побуждениям.

Формирование – в детстве

**СЛАБЫЕ
МЕСТА**



Этапы манипуляций

1. Подготовительный этап — включающий:

- а) исследование человека, которого собираются ввести в заблуждение, и владение информацией, которой он не знает;
- б) подготовка и маскировка того «ложного сюрприза», который должен позже получить заблуждаемый. Важно, чтобы заблуждаемый не смог догадаться о наличии «сюрприза», а для этого «сюрприз» надо замаскировать, спрятать — поэтому этот этап предложено назвать «пальмировкой» — этот термин взят из иллюзионного искусства и обозначает «спрятать в ладони». Затем наступает сам процесс введения в заблуждение.

2. «Пассировка» — означает обманные движения и действия с каким-либо предметом. Включает в себя отвлекающие действия (смещение правды и лжи и другие приемы), заблуждающие действия.

3. И в завершении манипуляции — «правда» незаметно заменяется на «ложный сюрприз», пострадавший обнаруживает внезапно, что его ловко «провели», что вместо желаемого результата он получил совершенно другой, «печальный» итог. Этот этап можно назвать в терминах иллюзионного искусства — «шанжировкой» — подмена одного предмета на другой. Иногда и НЕ ОБНАРУЖИВАЕТ !!!

Законы психологического манипулирования людьми

1. закон «жесты отчаяния» — люди, демонстрируя свое отчаяние максимально театрально (бьют посуду, мебель, ценные вещи и т.п.), хотят своим отчаянием повлиять на других;

2. закон «кратковременности совершенства» — «хорошее не бывает долгим, «великие дела долго не делаются» — быстрота и краткость события придают ему эффект «совершенства», не давая возможности заметить «изъяны»;

3. закон «привнесения фактов» — даже выдуманное событие становится фактом, если оно вплетено в сюжет происходящего, как его главный результат. В этом же духе совет одного хирурга: «Если приступаете к операции удаления пули из тела, то имейте на всякий случай такой же предмет в кармане, чтоб было что показать пациенту, если операция окажется неуспешной»;

Законы психологического манипулирования людьми (продолжение)

4.закон «примера» — чтобы оказать более сильное воздействие на человека, надо показать ему наглядный пример, лучше даже на своем примере;

5.неотразимо действует и закон «слез» — если искренние и безутешные слезы льются из женских или детских глаз, то они могут заставить «дрогнуть самое черствое сердце». «Слезы незнакомого человека располагают нас к нему прежде, чем мы узнаем их причину» (Жан-Батист Дюбо);

6. закон «хитрости или притворства» — притворяясь, создавая требуемую видимость, можно успешно ввести людей в заблуждение и добиться от них желаемого.

Феномены, способствующие манипуляциям:

- 1) феномен «близкого расстояния»** — для создания иллюзии дружеского расположения полезно общаться с человеком на близком расстоянии (0,5—1 м), поэтому замечали, что стремясь вас уговорить, стараются подойти к вам поближе, даже иногда вплотную прикасаясь или держа вас за руку;
- 2) феномен «двойного великодушия»** — если люди видят великодушное действие какого-то человека по отношению к кому-либо, то их ответное великодушие направлено на лицо, совершившее великодушие»;
- 3) феномен «искушения»** — всякий раз, когда кто-то апеллирует к нашему благу, он нас искушает, т.е. перенацеливает нас, привлекает нас к чему-либо, задает пути, способы и ориентиры, которые до этого мы не знали или не желали. В качестве сильных приемов привлечения людей к чему-либо могут быть искусительные, «магические» слова, например «эксперимент», «успеть», «это ваш шанс» и т.п.;

4. феномен «обещания» — это вообще безотказно действующий механизм манипуляций в политике, бизнесе, любви, мошенничестве. Причем удивительная закономерность наблюдается: обещание тем притягательнее, чем оно невыполнимее. У людей как бы отказывают последние зачатки реализма и здравого мышления — вместо того, чтобы понять, что эти чудесные обещания никогда не могут быть выполнены в силу их нереальности.

5. эффект «нарочитой правдивости», когда сообщается чуть больше правды, чем это обычно бывает, и тогда это воспринимается людьми не как искреннее «высвечивание своих греховных недостатков», а как легкий камуфляж их действительного отсутствия. Так, нарочито подчеркнутый правдивый рассказ о любовных победах может восприниматься слушателями как фантазия рассказчика, его попытка создать видимость таких побед при фактическом их отсутствии.

6. эффект «обратного действия», или обратного смысла. Нужно так преподнести правду, чтобы она всеми воспринималась ложью.

7. эффект «отвлечения внимания» — важный прием манипуляций. Чтобы осуществить желаемое действие, против которого будет возражать собеседник, надо переключить его внимание на какое-то иное событие или действие и, пользуясь таким отвлечением, как можно быстрее осуществить нужное вам. Тогда собеседник либо ничего не заметит, либо не успеет правильно отреагировать и помешать вам. Чем более странным, наглым, неожиданным или безумным будет ваш «отвлекающий маневр», тем выше вероятность успеха в осуществлении вашего подлинного желаемого действия. Эту особенность отражает такой афоризм: «Разум победы — это безумие победителя».

Треугольник Карпмана



Агрессор - Жертва - Спасатель

Спасатель всегда становится жертвой (из-за того, что не может правильно помочь и теряет энергию), жертва агрессором (просто мстит за обиды), а агрессор спасателем (заглаживание вины).

Человек может прибывать в разных состояниях этого треугольника, кто-то больше жертва, чем спасатель, кто-то больше агрессор.

Теперь давайте поговорим о том, что вводит человека в эти состояния.

Жертвой человека делает чувство вины и стыда. Этот человек не уверен в себе, чувствует себя виноватым. Его базовое убеждение: «Со мной что-то не так, я виноват, накажите меня».

Агрессором человека делает убеждение «Вы виноваты, а я знаю, как жить, я вас накажу или проучу». Происходит перекалывание ответственности, агрессор одновременно является жертвой тех, на кого он нападает, ведь у него есть причина проявления агрессии, которую он перекалывает на того, на кого он нападает.

Спасатель же действует из убеждения «Я всем должен». Спасатель действует из позиции «я помогу, я сделаю работу за тебя», т.е. он дает человеку «рыбу», а не «удочку». Плюс спасатель постоянно лезет не в свое дело. В итоге спасатель выбивается из сил, теряет энергию и становится жертвой.

Получается гремучая смесь из обиды, обвинения и желания научить жизни.

Состояния могут переключаться, агрессор может становиться жертвой, спасателем и опять агрессором за 1 день. Это психологические состояния.

Также возможны забавные вариации: два агрессора обычно устраивают драку, пока один из них не станет жертвой. Два жертвы просто будут жаловаться на жизнь друг другу, скулить и «вампитить» окружающих привлекая их внимание.

Агрессор - Жертва – Спасатель: выход

Выход из треугольника «Агрессор - Жертва - Спаситель» — это важнейший шаг к эффективной жизни, а не бег по кругу манипуляций.

Для начала нужно простить себя, чтобы не быть жертвой.

Потом простить других, чтобы не быть агрессором.

А чтобы быть спасителем нужно сначала помочь **себе**, а потом уже окружающим. Ведь, если вы бедны, то вы не можете дать денег на благотворительность. Вернее, вы можете, но тогда вы станете еще беднее, именно так поступают классические спасатели. Они срывают последнюю рубашку, а когда не получают в ответ ничего, то обижаются и становятся жертвами (Я же тебе всю жизнь отдала, красоту и молодость, а ты?!).

Несчастный не может сделать счастливыми других.

В случае, если вы отдаете что-то от избытка, когда у вас уже есть, то вы точно не станете беднее. Это, кстати, касается не только к теме денег, но и состояний: любви, прощения, уважения.

Для начала полюбите себя, а потом дарите любовь остальным. В этом случае вы будете действовать из избытка, и никогда не останетесь разоренным (будь это деньги или эмоции).

А вообще – прощение это умение принять себя и умение понять и принять СЕБЯ, а также признать право Другого быть Другим. Успехов!

Задание:

Ознакомьтесь с видеофильмом по данной теме
Видеофильм посвящен реальному социально-психологическому
эксперименту по изучаемой теме

При этом Вы можете выбрать вариант просмотра:

- вариант 1. 1971 год https://www.youtube.com/watch?v=_LYe58b-3NM
вариант 2 2010 год <https://www.youtube.com/watch?v=wyV2iZzaYck>
Вариант 3. 2018 год https://www.youtube.com/watch?v=jSXF_MgSXo

После просмотра напишите свое мнение в свободной форме (не менее
1 страницы) и прикрепите на сайт как ответ на задание .

Перечень обязательных вопросов смотрите в прикрепленном файле,
который называется Задание к практике №5