

*Хайруллин Д.А. Методы психологического воздействия // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 07 (июль). – АРТ 346-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

### **РУБРИКА: ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ**

**УДК 159.922.2**

**Хайруллин Данис Айратович**

студент 2 курса, факультет авионики, энергетики и инфокоммуникаций  
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный технический университет»

г. Уфа, Российская Федерация

e-mail: [hajrullindanis@gmail.com](mailto:hajrullindanis@gmail.com)

### **МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

*Аннотация:* В статье рассматриваются основные методы психологического воздействия на человека, а также их краткие описание и основные характеристики.

*Ключевые слова:* психология, воздействие на людей, информация.

**Khayrullin Danis Ayratovich**

2nd year student, faculty of avionics, power and communications

FGBOU VO "Ufa State Aviation Technical University"

Ufa, Russian Federation

## METHODS OF PSYCHOLOGICAL INFLUENCE

*Abstract:* The article deals with the main methods of psychological impact on a person, as well as their brief description and main characteristics.

*Keywords:* psychology, impact on people, information.

Социальная среда, в которой живет человек с рождения, подразумевает общение. В процессе общения и восприятия информации, мы подвергаемся психологическому воздействию, сами того не подозревая. Эти проявления изучает психология. Эта же наука исследует приемы, изучает методы воздействия людей друг на друга в процессе общения на работе, дома и в любом другом обществе. Психология подразделяет методы психологического воздействия на четыре подкласса:

- заражение;
- внушение;
- убеждение;
- подражание. [\[1\]](#)

**Заражение** — это особый способ воздействия, определенным образом объединяющий большие группы людей. Феномен заражения имеет многообразные проявления, напри танцев, спортивного азарта, ситуаций паники, религиозного экстаза и пр.

Заражение — это бессознательная, спонтанная форма включения личности в определенные психические состояния, а также сопереживание общего психического состояния большой группой людей одновременно. Заражение осуществляется передачей психического настроения, обладающего сильным эмоциональным зарядом, накалом чувств и страстей. Основа

возникновения заражения — эмоциональное воздействие в условиях непосредственного контакта. Источником заражения является носитель эмоционального заряда — индуктор. Он передает этот заряд, который затем многократно усиливается в каналах взаимодействия. Возникает психический фон заражения. Он находится в прямой зависимости от численности аудитории и степени установочного накала индуктора. Поскольку это эмоциональное состояние возникает в массе, действует механизм многократного взаимного усиления эмоциональных воздействий общающихся людей. Индивид здесь не испытывает организованного преднамеренного давления, но просто бессознательно усваивает образцы чьего-то поведения, лишь подчиняясь ему. Эффект имеет место прежде всего в неорганизованной общности, чаще всего в толпе, которая сама по себе выступает своеобразным ускорителем, как бы «разгоняя» определенное эмоциональное состояние. Функции заражения: усиление групповой сплоченности, если такая сплоченность уже есть, и компенсация недостаточной сплоченности. [2]

**Внушаемость**, т. е. степень податливости внушению, способность к некритическому восприятию поступающей информации, у разных людей различна. У лиц со слабой нервной системой, а также с резкими колебаниями внимания внушаемость выше.

Выделяют три основные формы внушения:

- внушение при активном состоянии бодрствования человека;
- внушение в состоянии релаксации (мышечной и психической расслабленности);
- гипнотическое внушение.

Во внушении при активном состоянии бодрствования человека можно выделить следующие разновидности: эмоциональное, поведенческое, интеллектуальное.

Приведем некоторые примеры этих видов внушения.

Эмоциональное внушение. В жизни Ф. И. Шаляпина был такой случай. Артисты спорили о том, что такое искусство. Шаляпин незаметно вышел в другую комнату, а через некоторое время вернулся, внезапно распахнув дверь. Он появился на пороге смертельно бледный, со взъерошенными волосами, дрожащими губами, полными ужаса глазами и произнес: «Пожар!». Поднялись крики, возникла паника, но вдруг Шаляпин сказал: «Теперь вам понятно, что такое искусство?!»

Поведенческое внушение. Человек оказался в толпе, охваченной страхом. Началась паника. Это состояние в той или иной мере передается человеку, и он через некоторое время начинает вести себя так же, как и все.

Интеллектуальное внушение. Иногда люди замечают, что они повторяют чьи-то мысли, копируют манеру говорить, перенимают позы, выражение лица, привычки и т. п. других людей, хотя и не ставят перед собой такой цели.

Все приемы внушения направлены на снижение критичности человека при приеме информации. Этого можно достигнуть, используя прием эмоционального переноса с одной информации на другую, приемы свидетельств и др.

Прием положительного эмоционального переноса предполагает, что при передаче информации ее связывают с хорошо знакомыми внушаемому человеку фактами, явлениями, людьми, к которым этот человек эмоционально положительно относится. Одну из формул такого внушения можно представить так: «Многие люди, добившиеся успеха в бизнесе (далее

перечень известных имен), делали именно так как именно — об этом внушающий говорит ранее.

Возможен прием отрицательного эмоционального переноса. В этом случае поступающая информация отторгается, например: «Вы знаете, что случилось с известным бизнесменом Н. после того, как он сделал это? Он обанкротился!»<sup>[3]</sup>

**Убеждение** апеллирует к логике, разуму человека, предполагает достаточно высокий уровень развития логического мышления. Содержание и форма убеждения должны соответствовать уровню развития личности, его мышления. Убеждение более эффективно, когда убеждается группа, а не индивид. Убеждение основано на логических приемах доказательств, с помощью которых истинность какой-либо мысли обосновывается через посредство других мыслей. Требования к источнику и содержанию убеждающего воздействия:

- убеждающая речь должна строиться с учетом индивидуальных особенностей слушателей;
- она должна быть последовательной, логичной, максимально доказательной, должна содержать как обобщающие положения, так и конкретные примеры;
  - необходимо анализировать факты, известные слушателям;
  - убеждающий и сам должен быть глубоко убежден в том, что доказывает. Малейшая неточность, логическое несоответствие могут резко снизить эффект убеждения.

Процесс убеждения начинается с восприятия и оценки источника информации:

- слушатель сравнивает получаемую информацию с имеющейся у него информацией. В результате создается представление о том, как

оратор преподносит информацию, откуда он ее черпает. Если человеку кажется, что оратор не правдив, скрывает факты, допускает ошибки, то доверие к нему резко падает;

- создается общее представление об авторитетности убеждающего, но, если оратор допускает логические ошибки, официальный статус и авторитет ему не помогут;

- сравниваются установки оратора и слушателя: если расстояние между ними очень велико, то убеждение может быть неэффективным. В этом случае наилучшей стратегией убеждения является: вначале убеждающий сообщает об элементах сходства со взглядами убеждаемых, в результате устанавливается лучшее понимание и создается предпосылка для убеждения. Может быть применена и другая стратегия, когда вначале сообщают о большом различии между установками, но тогда убеждающий должен уверенно и доказательно опровергнуть чуждые взгляды. [\[4\]](#)

**Подражание** – это воспроизводство одним человеком определенных образцов поведения другого человека или группы людей.

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. [5]

Цели психологического воздействия на людей сводятся на желании заставить человека сознательно или бессознательно подчиняться определенным установкам, нормам, законам или требованиям. Психологическое воздействие директора в коллективе подчиненных имеет своей целью сплотить людей или дать им пищу к размышлениям и действиям на благо компании, в которой они трудятся. Психологическое воздействие родителей на своих детей предполагает цель вырастить из них хороших, воспитанных и законопослушных граждан.

Психологическое воздействие рекламы преследует цель заставить купить тот или иной рекламируемый товар, проголосовать за нужного кандидата или посмотреть фильм, на который затрачено много средств, и их необходимо вернуть в кратчайшие сроки.

Не всегда методы психологического воздействия подразумевают следование благой идее. Это можно увидеть на примере террористов-смертников. Ведь эти люди подвергались внушению, обработке и гипнозу с тем, чтобы уничтожать себе подобных. Вместе с массой людей, которых они убивают, они умирают сами. А это противоречит человеческой природе. Следовательно, с помощью психологического воздействия можно кардинально изменить мировосприятие человека, сделать его марионеткой в чужих руках и заставить действовать вопреки здравому смыслу.

Как уже было сказано, любое психологическое воздействие в полной мере оказывает свое влияние на неуверенных в себе людей. Грамотные,

образованные и уверенные в своей правоте индивидуумы плохо поддаются внушению, заражению и убеждению.

**Список использованной литературы:**

1. SUNMAG [https://sunmag.me/sovety/14-01-2014-metody-psikhologicheskogo-vozdeystviya-na-cheloveka.html]. © 2017
2. Блог по психологии [http://docpsy.ru/leksi/sotsialnaya-psikhologiya/1592-sotsialno-psihologicheskie-mehanizmy-obschenija.html]. © © 2007-2012
3. «PSYERA» [https://psyera.ru/4557/sposoby-psihologicheskogo-vozdeystviya-na-lyudey]. © 2017
4. НП ЦДО «Элитариум» [http://www.elitarium.ru/izmenenie-ustanovok-chelovek-informaciya-neopredelennost-povedenie-ubezhdenie-vnushenie-gruppa-sostoyanie-motiv-vozdeystvie/] © 2017
5. nnre.ru библиотека © 2017  
[http://www.nnre.ru/psihologija/shpargalka\_po\_socialnoi\_psihologii/p35.php]

*Дата поступления в редакцию: 20.07.2017 г.*

*Опубликовано: 23.07.2017 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,  
электронный журнал, 2017*

*© Хайруллин Д.А., 2017*