

Лекція 11. Обмеження «Невміння впливати на людей»

План

1. Сутність обмеження «Невміння впливати на людей»
2. Що таке вплив?
3. Прийоми, методи і засоби впливу.

1. Сутність обмеження «Невміння впливати на людей»

Оскільки соціальний світ дуже взаємопов'язаний, то практично неможливо уявити ситуацію, в якій людина знаходиться на самоті. Якщо таке й зустрічається, то це – скоріше тимчасове явище аніж закономірність. Частіше за все люди постійно перебувають у соціальній взаємодії, соціальних зв'язках і відносинах. Під час чого й відбувається вплив, або взаємовплив. Отже, головною особливістю соціального життя є постійна взаємодія індивідів, соціальних груп і різноманітних спільностей з приводу задоволення своїх потреб, реалізації своїх інтересів та цілей.

Соціальна взаємодія – це процес, у якому люди діють і випробовують вплив один на одного. У процесі соціальної взаємодії реалізується соціальна дія партнерів, відбувається взаємне пристосування дій кожного з них, формується однотайність у розумінні ситуації, усвідомленні смислу дій, певний ступінь солідарності між ними. В ході такої взаємодії індивіди свідомо чи не свідомо постійно впливають один на одного.

Коли ж мова йде не просто про будь-яку людину, а про керівника, то у такому випадку вплив виступає не тільки як атрибут соціального життя, а й як необхідний елемент професійної компетентності. Усім керівникам часто доводиться впливати на оточуючих: співробітників, підлеглих, партнерів і таке інше. Якщо вони оволоділи навичками впливати на людей, їм легше добиватися взаєморозуміння, довіри, підтримки у реалізації поставлених завдань. Є низка професійних видів діяльності, які взагалі неможливо уявити без навичок впливати на людей. Серед них особливо слід виокремити такі: радники з різних видів діяльності, референти, менеджери з персоналу, менеджери з продажу, рекламні агенти, політичні консультанти,

соціологи, фахівці з ведення переговорів, соціальні працівники, юристи і багато інших.

На думку авторів «Концепції подолання особистісних обмежень» М. Вудкока і Д. Френсіса, керівники, які розвинули у собі здатність високого ступеню впливу, мають тенденцію проявляти такі характеристики:

- мають знання стосовно того, що таке вплив, знають види і механізми впливу;
- здійснюють значний вплив на оточуючих;
- мають відповідний зовнішній вигляд;
- здатні долати нервовість, емоційність, вміють володіти собою;
- ясно й точно викладають свої думки;
- завжди володіють достатніми й переконливими аргументами щодо проблеми (задачі), яку вирішують;
- впевнені у собі;
- поводять себе стримано, але впевнено;
- здатні налагоджувати взаєморозуміння.

Керівники, які мають обмеження «Невміння впливати на людей», частіше за все проявляють протилежні характеристики, як то:

- не мають уявлення щодо процесу і механізми впливу;
- вплив на оточуючих дуже низький;
- одягаються не відповідно до ситуації;
- нервуються, проявляють надмірну емоційність, не вміють володіти собою;
- плутано й нечітко висловлюють свої думки;
- не володіють достатніми й переконливими аргументами щодо проблеми (задачі), яку вирішують;
- невпевнені у собі;
- поводять себе або занадто агресивно, або, навпаки, пригнічено, невпевнено;
- не здатні налагоджувати соціальну взаємодію і взаєморозуміння.

Таким чином, маючи обмеження «Невміння впливати на людей», дуже важко досягнути бажаного результату, тому подолання даного обмеження – є одним з важливих напрямків саморозвитку особистості.

Тоді варто розібратися, що ж представляє собою процес впливу?

2. Що таке вплив?

Фахівці з менеджменту зазначають, що вплив – це будь-яка поведінка одного індивіда, яка вносить зміни в поведінку, взаємини, почуття тощо, іншого індивіда [Чайка, с. 211]. Психологи вважають, що індивідуальний вплив – це процес і результат зміни однією людиною поведінки іншої людини (її установок, уявлень, думок, оцінок тощо) під час взаємодії з нею [Леонтьєв, с. 177]. Будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів або дій.

Не обійшли своєю увагою проблему впливу й соціологи. З точки зору соціології соціальний вплив – це різновид соціальних технологій, спрямований на виявлення і формування систем зв'язку між людьми, методів мотивації людської поведінки. Соціологи розуміють соціальний вплив як дії груп або інших спільнот, спрямовані на зміну переконань, настанов, мотивацій поведінки або емоцій людини. Соціальний вплив може бути примусовим (як основний засіб тиску, де можливе покарання у разі відмови підкоритися або винагорода за згоду підкоритися); легітимним (законним та справедливим); інформаційним та експертним (заснованим на впевненості у компетентності джерела впливу); референтним (заснованим на персоніфікації).

Отже, якщо синтезувати усі підходи щодо розуміння впливу, то можна надати певне інтегроване визначення даного явища. По-перше, соціально-психологічний вплив лежить в основі всіх суспільних процесів. Від народження й до смерті людина перебуває у просторі різноманітних взаємодій і відносин з іншими людьми. Соціальний вплив, пронизуючи все людське буття, є основою структури всіх життєвих явищ. Всезагальність соціально-психологічного впливу є законом людських відносин, який діє з такою ж необхідністю, як сила тяжіння у фізичному світі, незалежно від того, чи усвідомлюється це людьми, чи ні. По-друге, соціально-психологічний вплив – це тиск на людину з боку агента впливу, який здійснюється

без будь-якої загрози (прямої чи опосередкованої) життю або здоров'ю об'єкта впливу, без насильницьких дій, без обмежень фізичної свободи дій. Об'єкт впливу вільно, добровільно приймає систему ціннісних смислів суб'єкта впливу. Цей вплив здійснюється на основі законів людської психіки і ґрунтується на психологічних особливостях людини, які роблять її податливою до впливу. До цих особливостей відносяться, перш за все емоційно-мотиваційна сфера особистості, її самосвідомість.

Отже, будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій індивідів чи груп людей.

3. Прийоми, методи й засоби впливу

Уміння впливати на людей – одна з найважливіших психологічних навичок, якою хочуть володіти всі. Її можна використовувати як в сімейному житті, так і на діловому поприщі. Для того, щоб досягти впливу на людей, зовсім необов'язково бути професійним фахівцем. Потрібно просто засвоїти деякі методи й прийоми впливу.

Психологічні механізми різних за природою видів впливу не однакові. Кожний з них специфічний і застосовується за певних умов. До групи психологічних методів впливу на людей належать навіювання, наслідування, психічне зараження і т. ін. Це методи, які діють здебільшого на несвідоме. Існує ще такий важливий спосіб впливу, як переконання. На відміну від попередніх його використовують тоді, коли хочуть вплинути на свідомість людини. Якщо дія трьох перших методів пов'язана переважно з некритичним ставленням людей до інформації, поведінки, емоцій тих, хто діє на них, то переконання передбачає логічне мислення, критичний аналіз цих сигналів.

Розглянемо більш детально кожний з означених методів. *Переконання* – це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини з тим, щоб сформувати в неї нові установки. Переконання впливає не тільки на розум, а й на почуття, якщо звернення до інших супроводжується емоціями. Отже, переконання – це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їхній єдності, формує нові погляди, відносини, що відповідають вимогам суспільства.

Переконання не дасть належного результату, якщо його підмінено моралізуванням. Тому краще не вживати слів типу «мусиш», «зобов'язаний», «як не соромно» та ін. Така форма сприймається як формальна і до неї ставляться іронічно, а то і з презирством. Переконувати треба за допомогою фактів, аргументів, прикладів, в тому числі й посилаючись на попередній досвід, того кого бажаєте переконати.

Переконувати словом – це велике мистецтво, яке потребує знань психології людей, законів етики й логіки. Саме про це писав відомий вчений Блез Паскаль: «Кожний знає, що поняття потрапляють у душу двома шляхами: через розум і волю. Шлях розуму найбільш природний, оскільки не можна погоджуватися ні з чим, окрім доведених істин. Проте найбільш звичним є шлях волі. Це шлях низький, через це всі проти нього».

Мистецтво переконувати полягає як у тому, щоб бути приємним, так і в тому, щоб логічно обґрунтовувати свою позицію й переводити мислення в мовлення. Наведемо приклад переконання, яке ґрунтується на законах логіки і спрямоване до розуму людини, яку хочуть переконати. В Ермітажі є картина Рембрандта «Поклоніння волхвів». Тривалий час її вважали копією. Потім спеціалісти змогли довести, що це оригінал, аргументуючи свою думку так: якщо на нижніх прошарках картини є пошуки композиції, то така картина, як відомо, є оригіналом; на картині Рембрандта в Ермітажі з допомогою рентгенівської установки знайшли пошуки композиції; звідси дійшли висновку: ця картина – оригінал. Такі аргументи впливають на розум людини і тому стають ефективними. Проте якщо людина не хоче, щоб її переконали, тут не допоможуть а ні логіка, а ні аргументація.

Не можна також досягти бажаного результату, якщо той, хто переконує, поводить себе зверхньо або поблажливо, прагне самоствердитися, дійти до фіналу «перемога – поразка». А тому, аби переконати іншого, спочатку слід досягти того, щоб людина захотіла вислухати уважно і осмислено запропоновані їй докази. Для цього треба виокремити те спільне, що об'єднує людей, і встановити психологічний контакт. Потім доцільно разом проаналізувати всі аргументи обох співрозмовників і дійти спільного висновку, згоди. Тоді переконуючий вплив на людину не буде

нав'язаним, а відповідатиме її думкам, поглядам, почуттям.

Навіювання – це психологічний вплив однієї людини па іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі. У нашій країні значення навіювання тривалий час недооцінювалось. Його називали буржуазним засобом впливу на людей. Насправді ж навіювання посідає дуже важливе місце в нашому житті, воно є механізмом, який дає змогу вплинути па несвідоме: установки, емоційні реакції, очікування тощо

Під час навіювання не досягається згода, а лише забезпечується прийняття інформації, що містить готовий висновок. Використовуючи інформацію людина, на яку впливають, має сама дійти необхідного висновку. Виокремлюють такі види навіювання на людину: 1) коли вона перебуває в активному стані; 2) під гіпнозом; 3) під час сну. Першим і основним є, звичайно, навіювання в активному стані.

Навіювання може бути навмисним. Це цілеспрямований і свідомо організований психологічний вплив, коли сугестор (тобто той, хто користується цим способом) знає, кому і що він хоче навіяти і відповідно до цього добирає прийоми впливу. Бажано, щоб сугестор був людиною авторитетною, тоді йому довірятимуть. Виокремлюють також навіювання ненавмисне, коли сугестор не ставить перед собою спеціальної мети, проте своїми словами та діями навіює іншому саме той стан, який би спонукав того до відповідної дії.

За змістом впливу та кінцевим результатом навіювання буває позитивним і негативним, етичним і неетичним; за засобами впливу – прямим і непрямим. При прямому навіюванні сугестор закликає до певної дії. Вона передається як наказ, вказівка, розпорядження і заборона (наприклад: «Усім бути завтра о 9 годині на роботі», «Цей блок включати не будемо» та ін.). При непрямому навіюванні сугестор не говорить прямо про свою мету, проте виказує своє ставлення до предмета. Непряме навіювання розраховане на некритичне сприймання інформації, але для цього використовуються не наказові, а оповідні форми. Мета досягається за рахунок того, що викликаються сильні емоційні реакції. Основними формами навіювання є натяк, схвалення, засудження (наприклад: «Наші сусіди вже закінчили благоустрій

прибудинкової території» або «У нас викладач ніколи не перевіряє конспекти» і т. ін.).

Одним із видів навіювання є самонавіювання. Це свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. У цьому процесі людина сама створює модель стану або дій і вводить її у свою психіку. Моделі самонавіювання, на думку відомого психіатра В. Леві, «уводяться в пам'ять, переходять з короткочасної пам'яті в довготривалу, із свідомості в підсвідомість і, врешті-решт, автоматично, мимоволі починають впливати на самовідчуття й поведінку».

Характеризуючи зміст самонавіювання, можна зрозуміти наскільки цей метод важливий з позицій самоорганізації особистості. Адже особистість буде змінювати свою поведінку, думки саме з урахуванням мети, яку прагне досягти.

Згідно з методикою самонавіювання, по-перше, треба виявити недолік, якого людина хоче позбавитися, а по-друге – розробити формулу самонавіювання. Формули мають бути спрямовані на себе. Створювати їх слід від імені першої особи, тобто «Я». Вони повинні бути не дуже розгорнутими, стверджуючими і складатись із дієслів, що мають найвпливовішу силу (наприклад: «Я буду дотримуватись цього плану», «Я прокинусь о 7 годині», «Я закінчу розпочату роботу саме сьогодні»).

Психічне зараження – спосіб психологічного впливу, що відомий із сивої давнини. На відміну від навіювання та переконання, які часто застосовуються в міжособистісних взаєминах, у разі взаємодії з організованою групою психічне зараження яскраво проявляється як засіб впливу в групах малознайомих людей (це спостерігається під час релігійного екстазу, паніки і т. ін.). Свідомі характеристики, що існують майже в однаковій мірі у більшості індивідів, зникають у таких умовах і замінюються несвідомими. Цим, мабуть, пояснюється, чому в натовпі не спостерігаються дії, які потребують цілеспрямованого логічного мислення, і чому тут люди спілкуються на низькому рівні.

Найбільшому психічному зараженню піддаються люди в натовпі. Це може бути сукупність індивідів, які утворюють численну аморфну групу, члени якої водночас взаємопов'язані якимось спільним і на певний час постійним інтересом. Вони стають некритичними, імпульсивними. Почуття відповідальності, яке, звичайно, стримує

окремих індивідів, у натовпі зникає. Люди починають мислити образами й готові діяти під впливом гасел, закликів визнаних ними лідерів. Олександр Мень писав: «Маса – некритична. Вона підвладна емоціям, її легко можна повернути в потрібний бік, маніпулювати у вигідному напрямі. Одразу перед нами постає євангельський образ натовпу, який спочатку на честь Ісуса Христа кричав «Осанна!», а через кілька днів – «Розіпни його!»».

Зазначені особливості включають механізми психічного зараження та навіювання. Натовп треба стримувати від негативних дій, використовуючи ці самі механізми. Оскільки в натовпі народжуються бурхливі емоції, вплинути на них можна сильними засобами: перебільшувати, стверджувати, навіювати, заражати, повторювати. Люди в натовпі не чують аргументів, не зносять запитань, заперечень. Якщо якийсь оратор не поділяє думку, що захопила більшість людей, його виступ викликає у них гнів і прояв ворожості.

Цим методом слід користуватися дуже обережно. Якщо люди зібралися разом, вони інстинктивно шукають собі лідера, вожака і підкоряються йому. Проте нерідко вожаками стають нервово збуджені люди, які глибоко вірять у те, про що говорять, до чого закликають. Через цю віру вони впливають на людей. Чим коротші фрази-ствердження, кинуті ними в натовп, тим більший вплив вони мають. Через багаторазові повторення основна думка-ідея закріплюється в глибинах несвідомого. Потім вона перетворюється на установку як готовність до дії. Цю установку вже нелегко змінити. Чим привабливіший лідер, чим більшу силу волі він має, тим сильніше він може впливати на натовп.

Але психічне зараження може відігравати не лише деструктивну, а й позитивну роль. Одним з різновидів позитивного психологічного зараження є ентузіазм (ентузіазм (грецькою. *enthusiasmós*) – висока міра натхнення, підйому, захвату, породжених зазвичай відданістю якій-небудь ідеї, прагненням до досягнення важливої мети). Найчастіше конструктивна дія зараження ентузіазмом спостерігається у професійній діяльності. Якщо люди люблять своє діло, то успіхи одного заражають інших, викликаючи в них інтерес, захоплення, а не заздрість і поганий настрій. Здібні люди своїми словами, діями можуть так впливати на людей,

що ті переймаються чужими переживаннями як своїми власними, починають плакати і сміятися, сумувати і радіти, обурюватися і співчувати. Наприклад, під час педагогічного спілкування відбувається взаємозараження педагога і студентів, а це стимулює їхнє творче самопочуття. Воно виникає на основі співчуття, співпереживання, ініціатором якого виступає педагог. Своїми емоціями, інтересом до проблеми він заражає тих, кого хоче повести за собою. Вони, його вихованці, у свою чергу, стимулюють думку педагога, передають йому свою емоційну захопленість.

Наслідування – особлива форма поведінки людини, що полягає у відтворенні нею дій інших осіб. Причому важливо наголосити, що наслідування може бути виявом активності індивіда, яка може бути наслідком власної ініціативи або результатом впливу інших людей, які розраховують на це й стимулюють певну поведінку різними засобами. Отже, наслідування може бути як несвідомим, так і свідомим, цілеспрямованим.

У дорослих механізми наслідування набагато складніші, ніж у дітей. Дорослі більш критично сприймають зразки, запропоновані їм для наслідування. Останнє в цьому разі більшою мірою є елементом навчання. Це стосується професійної діяльності, спорту, мистецтва і т. ін. Наприклад, молодий спеціаліст вчиться у досвідченого, наслідуючи зразки його дій, стратегії та тактики вирішення професійних завдань. Таке явище є позитивним.

На практиці навіювання, переконання, психічне зараження, наслідування рідко вживаються в чистому вигляді. Найчастіше вони доповнюють одне одного, функціонують у системі.

Наприклад, перед однією з фірм, що працювала в умовах жорсткої конкуренції, постала потреба реконструювати виробництво і запровадити нову технологію. Керівник фірми (досвідчений менеджер), залучаючи до роботи кращих спеціалістів, використовував різні прийоми спілкування і постановки перед ними завдання. Одному із спеціалістів керівник навів як приклад для наслідування факти про ставлення до інновацій та діяльність спеціалістів у конкуруючих фірмах. Іншому сказав, що доручає саме йому цю справу, бо знає, що він працює самовіддано і має цікаві пропозиції. Третьому показав, як плідно працюють інші й що вже зроблено в

цьому напрямі. Потім керівник зібрав усіх разом і сказав, що за умови оперативного і якісного виконання ними завдання (кожним своєї частини) фірма зможе своєчасно виконати реконструкцію, запровадити нову технологію і стане конкурентоспроможною. Працівники ж від цього матимуть моральне й матеріальне задоволення. Усі використані при цьому психологічні прийоми – навіювання, наслідування, психічне зараження – допомогли менеджерові спрямувати творчу енергію спеціалістів в інтересах справи і досягти своєї мети.

Таким чином, ми розглянули основні методи впливу на людину, з метою зміни її установок, думок, оцінок, намірів, вчинків, поведінки.

Крім методів впливу є ще й певні прийоми. **Прийом** – це сукупність конкретних дій, ситуацій, що сприяють досягненню проміжної (допоміжної) мети конкретного методу. Чим багатший арсенал прийомів у структурі методу, тим він повноцінніший та ефективніший.

Існує багато психологічних прийомів впливу на співрозмовника, тому їх не можливо розглянути усі в межах однієї лекції. Зупинимось на деяких прийомах.

Одним з найважливіших прийомів установлення контакту зі співрозмовником – це бути таким, як він. Згадайте, як легко спілкуватися з людиною, у якої схожі з вами погляди на певні події, яка має однаковий з вами рівень освіти, схожі з вами інтереси. І, навпаки, як важко знайти спільну мову зі співрозмовником, який суттєво від вас відрізняється. Щоб уникнути подібних ситуацій, які можуть призвести до негативних наслідків, аж до припинення спілкування, треба вміти підлаштовуватися під співрозмовника або в термінах психології – вміти встановлювати рапорт зі співрозмовником. Професійні комунікатори свідомо намагаються підлаштуватися під співрозмовника, скласти з ним успішний рапорт. Для цього вони насамперед підлаштовуються і відображають мову поз, жестів, міміки, тон голосу партнера по комунікації.

Ще одним відомим прийомом успішного впливу – показати, що ця людина дуже вам цікава. Зацікавленість повинна бути щирою. Ви повинні зрозуміти, чим вона живе, які проблеми найбільш значущі для неї, які її переконання. Перш ніж спільно вирішувати будь-яку задачу або обговорювати ділову проблему, поговоріть про те,

що цікаво вашому співрозмовнику. Особливо добре це діє на «важких», агресивних людей.

Частіше називайте співрозмовника по імені. Дивно, але факт: люди дуже серйозне значення надають своєму імені. Якщо ви запам'ятаєте ім'я співрозмовника і будете вживати його в бесіді, то зможете відразу ж привернути його до себе. У психологів є думка, що на несвідомому рівні людина сприймає на слух своє ім'я як щось дуже приємне.

Будьте вдячним слухачем – це також один з найважливіших прийомів впливу на людей. Люди дуже люблять, коли їх слухають. А якщо періодично ставити співбесідникові питання, які напевно його зацікавлять, заохочувати його до розповіді про те, в чому він добре розбирається, то він – весь ваш.

Дивіться на все з оптимізмом і усмішкою. Якщо коротко: ваше задоволення від спілкування з людиною викличе таке ж задоволення і в нього. Єдина складність: не завжди можна знайти в собі сили бути в піднесеному настрої. Але якщо навчитися керувати емоціями, то успіх вам забезпечений.

Безвідмовний прийом – попросіть ради (поради). Найбільш вірний шлях до встановлення впливу над людиною – поговорити з ним про те, в чому він відчуває себе знавцем і експертом. Попросіть його ради і обов'язково позначте його компетентність в тому чи іншому питанні.

Цінують в людині те, що вона цінує в собі сама. Якщо ви помітите і оціните вміння та гідності людини, то вплив над нею вам забезпечено. Для кожної людини бути оціненою гідно – практично межа мрій. Але запам'ятайте одне важливе «але»: ваші оцінки повинні бути щирими і не містити дешевих лестощів.

Використовуючи ці нескладні прийоми навіть нефахівець, не професійний психолог, зможе значно розширити сферу впливу на оточуючих людей.

Особи, які здатні ефективно впливати на людей, набувають навичок гарної самопрезентації.