

УДК 159.962

ПСИХОЛОГІЯ ВПЛИВУ: ЯК ДОСЯГТИ БАЖАНОГО РЕЗУЛЬТАТУ ТА НЕ ВТРАТИТИ ПЕРСОНАЛ

Степанова Ека Рамінівна, к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна,

Анотація — уточнено сутність психології впливу. Наведено найбільш популярні методи впливу на особистість з метою зміцнення їх лояльності.

Ключові слова — психологія, управління, вплив, психологія впливу, комунікація.

Будь-яка комунікація - це вплив. Це пов'язано з тим, що безліч актів комунікації спрямовані на переклад інформаційного поведінки в фізичне. Ми говоримо, щоб підштовхнути людину до певної дії або, навпаки, заблокувати цю дію.

Саме тому актуальності набувають питання психології впливу на персонал.

Проблему загального психологічного впливу досліджували Г. О. Балл, Д. В. Василенко, Л. Войтасік, Є. Л. Доценко, Г. О. Ковальов, В. Г. Крисько, В. Н. Куліков, О. В. Сидоренко, В. П. Шейнов та інші.

Метою дослідження є виокремлення найбільш дієвих засобів впливу на персонал з метою підвищення ефективності та продуктивності їх роботи.

Протягом трьох років Роберт Чалдіні проводив дослідження, присвячене психології поступливості. Він вивчав різноманітні методи отримання згоди і дійшов висновку: хоча їх існують тисячі, насправді більшість з них потрапляє в одну з шести категорій. А кожна з категорій відповідає одному з фундаментальних принципів людської поведінки: взаємного обміну, послідовності, соціального доказу, прихильності, авторитету, дефіциту.

У своїх повсякденних вчинках людина найчастіше спирається на розумові стереотипи. Це допомагає спростити своє мислення, заощадивши час на прийняття стандартних рішень. Однак у багатьох випадках стереотипи призводять до помилок.

Наприклад, багато хто з нас вважає, що «дороге – це хороше». І в результаті ризикує своїми грошима, роблячи покупки. Також ми схильні довіряти визнаним експертам, авторитетам у своїй сфері (спрацьовує стереотип «якщо це говорить авторитетна особа, це вірно»). І не звертаємо уваги на аргументи, які експерти наводять. Але це свого роду вплив на свідомість.

Вплив має дві мети - або стабілізація даного стану, або перехід до нового стану. Стабільний стан має своїм кінцевим полюсом застій, чого теж намагаються не допускати. Захід, до речі, реформуванням відокремивши церкву від держави, створив структурність з великим числом центрів влади, що виявилось краще для економіки. Протестантські країни лідирують в економіці з цієї причини.

Розглянемо кілька основних прийомів, за допомогою яких можна вплинути на дії окремої людини, або персоналу в цілому.

1. Попросіть про послугу

Це ефект, відомий як ефект Бенджаміна Франкліна. Його суть в тому, що той, хто одного разу зробив вам послугу, більш охоче зробить це ще раз в порівнянні з тією людиною, яка чимось зобов'язана вам. Пояснення просте – працівник вирішує, що раз ви щось у нього просите, то і самі в разі потреби відгукнетесь на його прохання, так що він повинна робити так само, як і ви.

2. Вимагайте більшого

Цю техніку називають «дверима в чоло». Потрібно попросити працівника або колегу зробити більше, ніж ви насправді хочете від нього отримати. Можна також попросити зробити щось безглузде. Швидше за все, людина відмовиться. Незабаром після цього сміливо просіть те, що хотіли з самого початку – людина відчує себе незатишно через те, що відмовила вам у перший раз, і, якщо ви тепер попросите щось розумне,

людина буде відчувати себе зобов'язаною допомогти.

3. Називайте людину по імені

Відомий американський психолог Дейл Карнегі вважає, що називати людину на ім'я наймовірно важливо. Власне ім'я для будь-якої людини – це найприсмніше поєднання звуків. Точно так само впливає використання титулу, соціального статусу або сама форма звернення. Якщо ви поводите себе певним чином, то до вас і будуть ставитися відповідно. Наприклад, якщо ви називаєте людину своїм другом, вона незабаром відчує дружні почуття по відношенню до вас. Намагайтесь запам'ятати імена колег та підлеглих – це набагато закріпить вашу позицію у їх індексі довіри.

4. Вмійте слухати

Говорити комусь те, що він не правий – не найкращий спосіб повернути до себе людину. Ефект, швидше за все, буде зворотним. Існує інший спосіб висловити незгоду і не нажити при цьому ворога. Наприклад, послухайте, що говорить ваш співрозмовник, і постарайтесь зрозуміти, що він при цьому відчуває і чому. Тоді ви знайдете щось спільне в ваших, здавалося б, протилежними думками і зможете використовувати це для пояснення своєї позиції. Висловіть спочатку згоду – так людина більш уважно поставиться до ваших наступних слів.

5. Повторюйте за співрозмовником

Один з найефективніших способів позитивно налаштувати людину до себе і показати, що ви її дійсно розумієте – це перефразувати те, що говорить вона. Скажіть те ж саме, тільки своїми словами. Це техніка ще відома як рефлексивне слухання. Так часто працюють психотерапевти – люди розповідають їм більше про себе, і між лікарем та пацієнтом утворюються майже дружні стосунки.

Таку техніку легко використовувати при розмові з керівництвом. Сформулюйте тільки що сказану ним фразу як питання –

так ви покажете, що уважно слухали і зрозуміли людину, а їй буде з вами комфортніше.

6. Кивайте

Коли люди кивають, слухаючи щось, це як правило означає, що вони згодні з промовою. Людині природно припустити, що коли хтось киває при розмові з нею, то це теж означає згоду. Це той же самий ефект мімікрії. Кивайте протягом всієї бесіди і згодом це допоможе вам переконати співрозмовника в вашій правоті.

Таким чином, по своїй сутності психологічний вплив представляє «проникнення» однієї особистості у психіку іншої особистості. Даний вплив на психічний стан, думки, почуття і дії іншої людини здійснюється винятково за допомогою психологічних засобів (вербальних або невербальних). Психологічний вплив має зовнішнє (відносно реципієнта) походження і, будучи сприйнятим ним, приводить до зміни конкретних психологічних регуляторів певної активності людини.

Список використаної літератури

1. Психологія впливу. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://open.kmb.s.ua/psihologiya-vplivu/>
2. Кабаченко, Т. С. Методы психологического воздействия / Т. С. Кабаченко – М. Педагогическое общество России, 2017. – 539 с.
3. Таранов П. С. Приемы влияния на людей / П. С. Таранов. – Симферополь : Таврия, 2012. – 496 с

Автори

Степанова Ека Рамінівна, доцент кафедри економіки та соціальних наук, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (eka.stepanova@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 09 січня 2020 року.

Опубліковано в авторській редакції.