

## Анотація на вибірккову навчальну дисципліну «Методи психологічного впливу»

Рівень вищої освіти – *другий (магістерський) рівень вищої освіти*

Галузь знань *05 Соціальні та поведінкові науки*

Спеціальність *053 Психологія*

Освітньо-професійна програма *Психологія*

Кількість кредитів: 4

Рік підготовки: 1, семестр: 1

Компонент освітньої програми: вибіркковий

Мова викладання: українська

**Викладач:** Соломка Едуард Тіберійович, кандидат психологічних наук, доцент  
e-mail: [eduard.solomka@uzhnu.edu.ua](mailto:eduard.solomka@uzhnu.edu.ua)

### Опис дисципліни

**1. Актуальність курсу:** Навчальна дисципліна «Методи психологічного впливу» є складовою програми підготовки студентів магістрів зі спеціальності «Психологія». Розробка курсу спрямована на вивчення проблеми впливу в сучасній психології. Показані основні підходи до впливу в вітчизняній і зарубіжній психології. Зміст курсу пов'язаний з такими базовими психологічними дисциплінами як «Загальна психологія», «Соціальна психологія», «Вікова психологія», «Психологія особистості», «Психодіагностика» та ін.

**2. Метою** вивчення навчальної дисципліни «Методи психологічного впливу» є формування теоретичних уявлень та практичних навичок у сфері психології впливу, психологічного аналізу особистостей та міжособистісних взаємин у групах, визначення засобів оптимального впливу на працівників для створення належного соціально-психологічного клімату в колективі.

#### **Завдання курсу**

- володіти методикою й технологією психологічних основ суспільної діяльності;
- учитися застосовувати знання спеціальних розділів психології й менеджменту, здобувати навички суспільної діяльності;
- опановувати методикою дослідницької роботи при аналізі явищ і процесів соціальної сфери, умінням використати результати дослідження.

**3. Проблематика (зміст дисципліни),** яка буде розглянута у процесі вивчення навчальної дисципліни. У процесі вивчення навчальної дисципліни «Методи психологічного впливу» студенти ознайомляться із:

Змістовий модуль 1. Психологічні форми впливу

Тема. Поняття про вплив. Сутність впливу. У процесі психологічного впливу беруть участь дві сторони: Ініціатор - та сторона, яка спочатку прагне вплинути на іншу; Адресат - сторона, на яку спрямовано вплив. Ініціатор і адресат можуть бути представлені як індивідами, так і групами (малими і великими). Процес впливу може набувати і характер взаємодії. Має місце факт їх взаємних змін як результат взаємовпливу один на одного. Однак в ініціатора є суттєві переваги – він ініціює вплив і спочатку ініціатива на його боці. Він має можливість підготуватися до

контакту, чим ще більше підсилює асиметрію в можливостях впливу в процесі взаємодії.

Тема. Техніки психологічного впливу Відволікання - «димові завіса». Дефрагментація - «білий шум». Перетворення - «конвертація поглядів». Зіставлення - «історичні аналогії». «Об'єктивний підхід» - конструювання. Створення - «деміург. Семантичне маніпулювання. Апелювання. Знецінення - «поливання брудом». Анонімне інформування.

Тема. Цілі психологічного впливу. Проблема впливу морально-етичній площині розгляду повинна бути переведена в психологічну. З психологічної точки зору буде правомірно говорити не про те, хто має право впливати, а хто - ні (всі мають право), а про те, наскільки конструктивні ті чи інші способи взаємного впливу, тобто про те, наскільки вони корисні і творчі для його учасників

Тема. Поняття психологічно конструктивного впливу. Психологічно конструктивне вплив повинен відповідати трьом критеріям:

- воно не руйнує особистості людей, в ньому беруть участь, і їх відносин,
- воно психологічно коректно (грамотно, безпомилково);
- воно задовольняє потреби обох сторін.

Психологічно конструктивне протистояння впливу також має відповідати цим трьом критеріям. В реальності впливу і протистояння впливу - це дві сторони єдиного процесу взаємодії, тому правильніше говорити про взаємне психологічному впливі.

Змістовий модуль 2. Вплив як складова процесу спілкування

Тема. Засоби впливу і протистояння впливу. Психологічно грамотна контраргументації повинна починатися з згоди з опонентом, а потім продовжуватися у формі запрошення до обговорення наших сумнівів. Пред'явлення нових аргументів також має нести в собі елемент коливання і сумніви. Наприклад: «Я згоден з тобою в тому, що на Заході зараз дуже поширена ідея «плоскої структури» організації, коли і підлеглі, і начальники знаходяться майже на одному рівні з їх можливостям впливати на стратегію фірми... Правда, я іноді думаю, якою мірою це узгоджується з нашими традиціями? А може бути, можна і не враховувати традиції? Як ти думаєш, може, це традиційний поділ на начальників і підлеглих у нас саме розвіється?»

Тема. Шість законів впливу. 1. Закон невизначеності відгуку. 2. Закон неадекватності взаємного сприйняття. 3. Закон неадекватності самооцінки. 4. Закон спотворення інформації. 5. Закон самозбереження. 6. Закон компенсації.

Тема. Психологія мас. Психологія мас (психологія натовпу) - особливості поведінки і мислення великої групи людей, що мають спільність поглядів і почуттів. Психологію мас конкретизує в цілій системі ідей.

**4. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати і вміти:**

**Знати:**

- категоріальний апарат психології впливу;
- структуру, зміст, основні механізми впливів;
- правила й умови ефективності різних методів впливу;
- особистісні чинники впливу (харизма й привабливість);
- особливості їх прояву в різноманітних сферах ділової та міжособистісної взаємодії; основні психологічні техніки й технології різних методів

впливу; загальні принципи та заходи подолання психологічного впливу.

### **Вміти:**

- враховувати особливості різних методів впливу в процесі практичної діяльності психолога;
- розрізняти прояви впливів в різних життєвих ситуаціях та уникати їх негативних наслідків у власній практиці;
- усвідомлювати власні маніпулятивні стратегії;
- самостійно обирати та застосовувати ефективні тактики, методи та механізми впливу;
- обґрунтовувати використання тих чи інших методів впливу у психотерапевтичних та корекційних заходах з позицій врахування вікових та індивідуальних відмінностей клієнта у практичній діяльності.

## **ЛІТЕРАТУРА**

### **Основна**

1. Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. / Б.Г. Ананьев. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2001. — 263с.
2. Анастаси А., Урбина С. Психологическое тестирование. /А. Анастаси, С. Урбина. — СПб.: Питер, 2001. — 125с.
3. Асмолов А. Г. Психология личности. / А.Г. Асмолов. — М.: Изд-во МГУ, 1990. — 215с.
4. Бодалев А. А. Психология общения. / А.А. Бодалев. — М.; Воронеж, 1996. — 320с.
5. Божович Л. И. Избранные психологические труды: проблемы формирования личности. / Л.И. Божович. — М.: Междунар. пед. академия, 1995. — 512с.
6. Выготский Л. С. Собрание сочинений: В 6 т. / Л.С. Выготский. — М.: Педагогика, 1989. — Т. 2, 3.
7. Гамезо М.В., Домашенко И.А. Атлас по психологии: Информ.- метод. пособие к курсу “Психология человека”./М.В. Гамезо, И.А. Домашенко. — М.: Пед. Общество России, 2001.
8. Гиппенрейтер Ю.Б. Введение в общую психологию. / Ю.Б. Гиппенрейтер. — М.: ЧеРо, “Юрайт”, 2001. — 235с.

### **Допоміжна**

1. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и полититической психологии/ А.П. Назаретян. СПб.: Питер, 2003. 192с.
2. Антикризисный PR и консалтинг/ А.С. Ольшевский. СПб.: Питер, 2003. – 432 с.
3. Безлюда Д.М., Коваль О.А. Гуманітарні технології в політиці та їх вплив на сферу національної безпеки // Стратегічна панорама, 2001, № 3-4.- С. 161- 169.
4. Блажнов Е.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений: Учебное пособие для деловых людей.— М.: ИМА-Пресс, 1994. 158 с.
5. Бодуан Жан-Пьер. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: Пер. с фр. – М.: Консалтинговая группа “ИМИДЖ Контакт”: ИНФРА, 2001. – 233 с.

6. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 270 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. ПРОГРАММЫ КОНСУЛЬТАНТЫ: 400 примеров, 200 учебных задач, 20 Практических приложений, СПб., консалтинговая фирма “ТРИЗ-ШАНС”, “Изд. дом “БизнесПресса”, 2002.– 380 с.
9. Яколев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. СПб.: Авалон, 2006.

### **Інформаційні ресурси**

1. Наукова електронна бібліотека <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
2. Наукова періодика України <http://www.nbuv.gov.ua/portal/>
3. База даних видань з психології [http://psyjournals.ru/journal\\_catalog/index.shtml](http://psyjournals.ru/journal_catalog/index.shtml)
4. Психологи: журнал Высшей школы экономики <http://psy-journal.hse.ru/full/>
5. Онлайн бібліотека з психології та саморозвитку.  
[http://www.koob.ru/practic\\_psychology/](http://www.koob.ru/practic_psychology/)
6. Словники <http://azps.ru/handbook/>; <http://psi.webzone.ru/>
7. Матеріали з контролю свідомості та деструктивним культам  
<http://evolkov.net/cults/>