

Зуевская О.Л., студ. гр. 302 ФК и СКД
БГУ культуры и искусств
Научный руководитель – Белякова О.И.,
ст. преподаватель

ПОНЯТИЕ И МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ

Вопрос овладения эффективными и научно обоснованными средствами, методами и способами психологического воздействия на людей в целях управления их воспитанием, обучением и трудом является одним из ключевых в психологии управления и менеджмента. Установлено, что результаты труда во многом зависят от целого ряда психологических факторов. Умение учитывать эти факторы и с их помощью целенаправленно воздействовать на отдельных работников помогает руководителю формировать коллектив с едиными целями и задачами. По этой причине психологическое влияние в качестве социально-психологического явления включено во многие важнейшие сферы жизнедеятельности человека как субъекта и объекта управления.

Эффективность методов воздействия зачастую прямо пропорциональна эффективности труда, что делает проблематику психологического воздействия одним из наиболее востребованных направлений психологии управления, поэтому рассматриваемая тема актуальна и интересна как для руководителей и педагогов, так и для студентов, специализирующихся в области менеджмента.

Проблематика психологического воздействия представлена широким спектром трудов ученых, в том числе и зарубежных: Р. Чалдини, О. Доннея, Г.А. Балла, М.Р. Душкиной, Т.С. Кабаченко, А.В. Карпова, Н.И. Кабушкина, Г.А. Ковалева, Л.Г. Почебута, В.А. Чикера и многих других.

Целью данной работы является рассмотрение методов психологического воздействия в контексте управленческой деятельности.

Под психологическим воздействием понимаются изменения психологических характеристик личности, групповых норм, общественного мнения или настроения за

счет использования психологических и социально-психологических закономерностей, приемов и методов [2].

Чтобы психологическое воздействие на коллектив было наиболее результативным, необходимо осуществлять управляющее воздействие. Для этих целей применяются психологические методы, которые представляют собой совокупность специфических способов воздействия на личностные отношения и связи, возникающие в трудовых коллективах, а также на социальные процессы, протекающие в них. Они основаны на использовании моральных стимулов к труду, воздействуют на личность с помощью психологических приемов в целях превращения административного задания в осознанный долг, внутреннюю потребность человека.

Главная цель применения этих методов — формирование в коллективе положительного социально-психологического климата, создание благоприятных условий для труда и формирование коллектива с четкими едиными целями и задачами. Благодаря реализации психологических методов в значительной мере будут решаться организационные, управленческие и экономические задачи.

Эффективность методов воздействия во многом определяется подготовленностью руководителя, его компетентностью, организаторскими способностями и знаниями в области менеджмента, а так же умением использовать разнообразные аспекты управления. Успех деятельности руководителя в этом направлении зависит от того, насколько правильно применяются различные методы психологического воздействия [3,5].

Поле методов психологического воздействия в процессе управленческой деятельности постоянно расширяется. Основными и наиболее эффективными являются:

1. Убеждение – сознательное воздействие на другого человека с целью изменения их суждения, отношения, намерения или решения. Убеждая,

руководитель должен максимально полно учитывать природу человеческого поведения и человеческих отношений в процессе совместной деятельности.

а) магистральный путь убеждения - рациональным путем на основе фактов, аудиторию призывают осмыслить информацию.

б) периферийный путь убеждения - эмоциональный – на основе эмоциональных аргументов.

2. Самопродвижение – открытое предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации, чтобы быть оцененным по достоинству, благодаря этому получить преимущество.

3. Внушение – сознательное воздействие на аудиторию, направленное на изменение ее состояния, отношение к чему-либо и т.д. Внушение опирается на иррациональное, неосознаваемое воздействие, рассчитано на некритичное восприятие слов. В результате человек, не осмысливает то, что от него требуют, автоматически выполняя, что ему говорят. Может быть произвольным и непроизвольным, прямым и косвенным.

4. Заражение – передача своего состояния или отношения другому человеку.

5. Пробуждение импульса к подражанию - способность вызывать стремление быть подобным себе.

6. Формирование благосклонности - развитие у адресата положительного отношения к себе.

7. Просьба - обращение к адресату с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора.

8. Принуждение - требование выполнять распоряжения инициатора. Субъективно принуждение переживается: инициатором - как собственное давление, адресатом - как давление на него со стороны инициатора или обстоятельств.

9. Критика – разбор с целью оценить достоинства, обнаружить и выправить недостатки. Суть деструктивной критики заключается в демонстрации критикующим своего превосходства и власти над тем, на кого его критика

направлена. При конструктивной критике оценка не задевает самолюбия адресата, мотивирует его к исправлению допущенных ошибок.

10. Игнорирование - умышленное невнимание, рассеянность по отношению к партнеру, его высказываниям и действиям.

11. Манипуляция - скрытое от адресата побуждение его к принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных целей.

12. Постоянно действующие производственные совещания - выступают как метод управления и как форма участия трудящихся в управлении [1,6].

Результативность воздействия во многом определяется тем, насколько умело инициатором используются соответствующие средства и методы психологического воздействия.

Анализ исследований в области психологического воздействия в процессе менеджмента, указывает на возможности использования в качестве оснований для классификации самых общих признаков взаимодействия. К их числу могут быть отнесены следующие: тип взаимодействующих сторон, стратегия воздействия, конечный результат, наличие непосредственного контакта между взаимодействующими сторонами или использование каких-либо каналов передачи информации, степень сокрытия факта воздействия от реципиента (того, на кого оказывается воздействие), прямое воздействие на реципиента или ориентация на изменение внешних условий его деятельности [2].

Необходимость использования в практике управления организацией психологических методов воздействия очевидна, так как они позволяют своевременно учитывать мотивы деятельности и потребности работников, видеть перспективы изменения конкретной ситуации, принимать оптимальные управленческие решения. Прежде чем осуществлять руководство, менеджер, работник аппарата управления, должен изучить способы психологического

воздействия субъекта управления на объект. Чем шире арсенал методов управления руководителя, тем выше его профессионализм.

Список использованной литературы:

1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита, Речь, 2003. – 254 с.
2. Кабаченко Т.С. Методы психологического воздействия, Педагогическое общество России, 2000. - 539 с.
3. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента, Экономпресс, 2000. – 335 с.
4. Карпов А.В. Психология менеджмента: учебное пособие для вузов, 1999. – 178 с.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента, Дело, 2004. – 800 с.

Сидоренко Е.В. Личностное влияние и противостояние чужому влиянию. Психологические проблемы самореализации личности, Под ред. А.А.Крылова, Л.А. Коростылевой, 1997. – 280 с.