

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Психология влияния и психология уступчивости в межличностной коммуникации.

Першикова Алина Дмитриевна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: alina_p_93@mail.ru*

Человек - неотъемлемая часть общества, а неотъемлемая часть человеческой социализации - это межличностная коммуникация. Важнейшие аспекты межличностной коммуникации рассматривались на протяжении всей истории разными науками и дисциплинами, такими, как кибернетика, лингвистика или социальная психология. Исследованиям межличностной коммуникации, в том числе посвящены два раздела социальной психологии: психология уступчивости и психология влияния.

В наше время, когда почти каждый человек становится объектом воздействия многих других индивидов, когда расширяются возможности противостояния чужому влиянию, проблема исследования этого понятия становится чрезвычайно актуальной. И особенно в той ее части, где речь идет об индивидуальных, психологических возможностях и тех, кто влияет, и тех, кто испытывает на себе это влияние, ведь успех влияния стал в гораздо большей степени зависеть именно от этих показателей. В связи с этим встает вопрос углубленного изучения таких феноменов, как «психологическое воздействие», «психология уступчивости», «психология влияния», «коммуникативное воздействие» и др.

Тема психологии влияния в межличностной коммуникации представляется мне актуальной еще и потому, что принципы и методы психологического воздействия имеют широкое применение в сфере Связей с общественностью. Начиная с глобальной цели - формирования общественного мнения, заканчивая конкретными методиками и инструментами воздействия: создание интриги того или иного события, привлечение интереса людей.

Принципы и методы психологии влияния в коммуникации легко проверить экспериментально, и доказательств тому или иному факту в обществе, окружающем нас, очень много. Так, например, требование, высказанное определенным образом, часто игнорируется, в то время, как аналогичная просьба, сформулированная несколько иначе, позволяет в корне изменить ход коммуникации и достичь успеха.

Целью данного исследования является:

выявление ошибок связанных с неправильным использованием методов психологии влияния и психологии уступчивости в межличностной коммуникации, и, как следствие:

поиск и определение эффективных путей межличностной коммуникации с помощью методов психологии влияния и психологии уступчивости

Литература

1. Богданов Е.Н., Зызыкин В.Г. «Психологические основы Паблик рилейшнз». Учебное пособие.- СПб,: Питер, 203-208с.

2. Ирхин Ю.В. Психология успеха: как влиять на людей и владеть собой. Зарубежный опыт: Советы и тесты выдающихся менеджеров и психологов по руководству людьми. - М.: Изд-во РУДН, 1992. - 40с.
3. Науменко Т.В. «Психологические методы воздействия на массовую аудиторию»
4. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз или Как успешно управлять общественным мнением. - М.: Центр, 2004. - 336с.
5. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. - М., 1998
6. Чалдини Р. Психология влияния /пер. с англ. Волков Е. - СПб.: Питер, 1999. - 270с.
7. Рассард V. The hidden persuaders. - N.Y., 1957
8. Психология межличностного влияния. Понятие и общая характеристика влияния в межличностные взаимодействия (07.12.2010): http://www.psychelpn.ru/index/psihologiya_
9. Андреева Г.А. «Социальная психология» (статья, источник: Вопросы психологии, 23.12.2003г.)