

# МЕТОДИ НА ВЪЗДЕЙСТВИЕ



*Доц. С. Цветкова, д.пс*



- **Убедителността** зависи в голяма степен от отчитане на присъщите за индивида установки за въздействие (човек е податлив и очаква да му се въздейства), убежденията, интересите, потребностите, мисленето и спецификата на приетите от него езикови средства.
- За да се „придобие” убедителност са необходими следните фактори А. Кулмински:

- **Убеждението** е метод на въздействие върху съзнанието на хората, „обръщение” към индивидуалното критическо възприятие.

- Използването на метода убеждение е ориентирано към **интелектуално-познавателната сфера** на човека. Така, използвайки достатъчно правилни, силни и логически аргументи, човек като начало може да се „сдобие” с вътрешното съгласие на околните за направените съждения или изводи, а след това на основа на изградения контакт и въздействие да „укрепи” новите установки (или трансформира старите), като се стреми към поставените цели.

# При използване на метода трябва да се спазват следните правила:



- Логиката на убеждението трябва да съответства на интелекта на обекта;
- Убеждението трябва да бъде доказано чрез позоваване на факти, известни на обекта;
- Независимо от използваните конкретни факти и примери, предоставената информация трябва да съдържа обобщени идеи, предложения, принципи;



- „Убеждаващата” информация трябва да бъде максимално правдоподобна;
- Съобщаваните факти и общи принципи трябва да могат да предизвикат емоционално отношение и реакция от страна на обекта на въздействие.

## *Критерият за резултатност на убеждаващото въздействие е УБЕДЕНОСТТА.*



- Явлението се свързва с дълбока увереност в истинността на приетите идеи, представи, понятия, образи (без да се подлагат на съмнение). Благодарение на убедеността се формират установки (атитюди), определящи поведението в конкретни ситуации.

## *Важна характеристика на убедеността е нейната дълбочина.*



- Тя е свързана с възпитанието, преминалото обучение, жизнения опит, способността за анализ на явленията от действителността. Убеждаващото въздействие е подходящо при следните случаи:
  - Когато обектът на въздействие е в състояние да възприема даваната му информация;
  - Когато обектът е психологически способен да се съгласи с оказваното му въздействие. Това изискване налага предварително проучване и подбор на обектите от една страна и от друга – правилен предварителен подбор на стратегиите и информацията за убеждение;
  - Когато обектът е способен да съпостави различните гледни точки, анализирайки системите за аргументация (разбира и оценява онова, което му се предоставя);



- Когато логиката на субекта на въздействие и използваните аргументи са близки до тези на обекта. В това направление се отчитат: национално-психологическите, религиозните, културните, социалните фактори, формиращи особеностите на личността на обекта;
- Когато съществува практическо време да се убеждава. Понякога времето е фактор за доказване на позованите аргументи и доказателства. Убеждаващото въздействие изисква множество потвърждения в „разгърнато” време.



# СТРУКТУРА на убеждаващото въздействие



- Въздействие на *източника* на информация – как се приема източника на информация
- Въздействие на *съдържанието* на информацията – доколко информацията е доказана, убедителна и логична. Доказателствеността не води автоматично до убеденост.
- Въздействие на *ситуацията* при информирание – предразположеност, удачност на момента, наличие на други лица (от екипа или случайни), използване на конкретен повод и др.

# АРГУМЕНТИ ЗА УБЕЖДАВАНЕ:



- **Истинни факти.** В съдържанието на посланието трябва да се съдържа неопровержима информация, която се подлага на оценка.
- **Позитивни аргументи.** Носят психологическо удовлетворение, доколкото апелират към позитивните очаквания.
- **Аргументи, апелиращи към негативните очаквания;**



- Според начините за презентиране, аргументите могат да бъдат **едностранни или двустранни съобщения.**
- **Редът на излагането на аргументите** също има значение .

Убеждението като метод зависи от  
*използваните призови* (апели, лозунги):



- **Директни призови** – убеждението се основава на силни директни аргументи
- **Косвени призови** – убеждението се извършва по пътя на намека и обещанието
- **Неопределени призови** – подбуждат обекта по самостоятелен път да достигне до необходимите изводи

# *Изисквания към убеждението:*



- Да е ориентирано правилно и планирано;
- Да се извърши след предварителна беседа (да се подготви обекта);
- Да е насочено към конкретния обект;
- Да е ориентирано предимно към интелектуално-познавателната сфера на обекта;
- Да е насочено към инициране на определено поведение.

# *Принципи в използването на убеждението като метод:*



1. Принцип на повторението;
2. Принцип на достигане на първичното въздействие – в обекта възниква готовност към възприемане на последваща информация, потвърждаваща първото впечатление;
3. Принцип на доверието към източника на информация.

## *Трудно се поддават на убеждение лица с:*



- Явна враждебност по отношение на другите (може да възникне като резултат от желанието да доминира над другите)
- Силен критичен дух
- Устойчивост в отстояване на собствените възгледи



*Лесно се убеждават лица, които притежават:*



- Ярко въображение;
- Ориентация повече към другите, отколкото към себе си;
- Имат занижена самооценка





# Други методи на въздействие:



- управление на впечатленията
- внушение
- методи за въздействие върху ситуацията – санкциониране, инструктиране, организиране на опита
- личен пример

