

Психология управления поведением личности: **социально-психологические законы**



Психологические закономерности

Эффект ореола

Базируется на склонности мыслить ложными аналогиями. Состоит из двух распространенных стереотипов-заблуждений.

1. «Рядом - значит вместе». Нахождение рядом со знаменитым или высокопоставленным человеком несколько повышает статус в глазах окружающих. Не случайно те, кто запечатлен на фото рядом с «большими» людьми, с удовольствием демонстрирует эти фотографии всем друзьям и знакомым. Мол, я с ними на короткой ноге...

2. «Перенос». Человека, добившегося весомых успехов в какой-то конкретной области, окружающие считают способным на большее и в других делах. Многочисленные факты доказывают, что это всего лишь распространенное заблуждение. Есть множество примеров, когда люди, которые блестяще делают одно дело, во всем остальном оказываются абсолютно беспомощными.

Психологические закономерности

Эффект бумеранга

Отрицательная реакция человека на воздействие, имеющее целью изменить его представление о каком-либо предмете или событии. Он отказывается принять навязываемое представление и энергично отстаивает собственную точку зрения. Если попытки воздействия становятся слишком настойчивыми, он вообще отказывается от коммуникации.

Как правило, эффект бумеранга возникает, если подорвано доверие к источнику информации, если передаваемая информация длительное время носит однообразный, не соответствующий изменившимся условиям характер, если субъект, передающий информацию, вызывает неприязнь к себе у воспринимающих эту информацию и т. п.

Психологические закономерности

Эффект края

Человек обычно лучше помнит события, произошедшие в начале и в конце наблюдения и/или деятельности, и легче забывает то, что происходило в середине (например, люди хорошо помнят первую учительницу, первую зарплату и т.п.)

«У Вас никогда не будет второй попытки, чтобы произвести первое впечатление».

Психологические закономерности

Эффект недавности



По отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, то есть более новая, информация о нем, тогда как по отношению к незнакомому человеку более значима первая информация.

Психологические закономерности



Эффект незавершенного действия (эффект Зейгарник)

Прерванные задачи в силу сохраняющегося мотивационного напряжения запоминаются лучше, чем завершённые.

Психологические закономерности

Эффект свидетеля

Люди, оказавшиеся свидетелями чрезвычайной ситуации (ДТП, преступления или других), не пытаются помочь пострадавшим. Установлено, что вероятность того, что кто-нибудь из свидетелей начнёт помогать пострадавшим, тем меньше, чем больше людей станут просто стоять и смотреть.

Пример. Иркутск, 2 декабря 2009 года, на многолюдной улице были сбиты две девушки. Цитата из новостей: «Ужасает людское безразличие, никто даже не остановился, не подбежал на помощь!»

Психологические закономерности

Закон Йеркса-Додсона.



Зависимость наилучших результатов от средней интенсивности мотивации. Существует определенная граница, за которой дальнейшее увеличение мотивации приводит к ухудшению результатов.

Таким образом, очень высокий уровень мотивации не всегда является наилучшим.

Психологические закономерности

Эффект толпы.

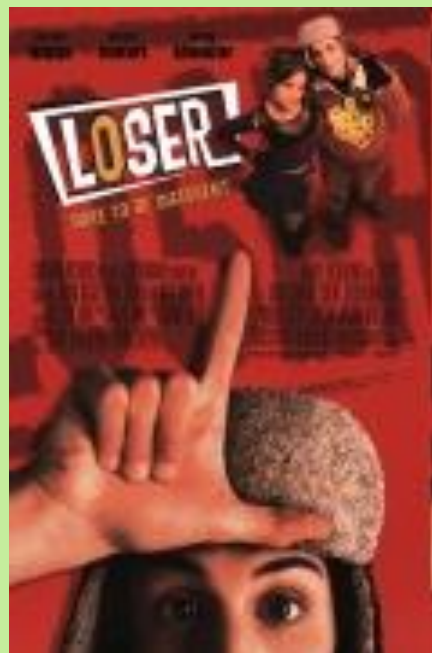
Чем больше аудитория, тем легче происходит психологическое заражение.



Психологические закономерности

Эффект неудачника.

Человека, потерпевшего неудачу, окружающие преимущественно считают способным на меньшее и в других делах.



Психологические закономерности

Эффект порядка.

При поступлении противоречивой информации (проверить которую не можем) мы склонны отдавать предпочтение той, что поступила первой.

Мы не любим менять свое мнение.

Если начальник принял решение, то возвращаться к нему больше не хочет – «кто первый вдул в уши начальству?»»

Психологические закономерности



Эффект проекции.

Приятному для нас человеку мы склонны приписывать достоинства, а неприятному – недостатки.

Психологические закономерности

Закон компенсации

Подросток, имеющий какие-то недостатки, сложности или проблемы в одной области жизнедеятельности, осознанно или неосознанно старается компенсировать их усиленной работой в другой области.



Психологические закономерности

Закон самосохранения

Одним из ведущих мотивов, определяющих поведение людей, является сохранение личного статуса, состоятельности, собственного достоинства.

Прямое или косвенное ущемление достоинства вызывает отрицательную реакцию.

Психологические закономерности

Закон искажения информации

Управленческая информация (приказы, распоряжения и т. д.) имеет объективную тенденцию к изменению смысла в процессе движения «сверху вниз». Степень изменения прямо пропорциональна числу звеньев, через которые проходит информация: чем больше людей знакомится с ней и передает ее другим людям, тем сильнее смысл отличается от первоначального.

В основе потери смысла информации лежат следующие обстоятельства:

- 1) Язык, на котором передается управленческая информация, - **многозначный**. Какими бы строгими или точными не были используемые в языке понятия, всегда имеется возможность разного толкования одного и того же сообщения. Устная информация воспринимается с точностью до 50% («испорченный телефон»).
- 2) Если информация неполная, если доступ к ней ограничен и потребность подчиненных в получении оперативных сведений удовлетворяется не полностью, то люди неизбежно начинают **домысливать**, додумывать.
- 3) Люди, воспринимающие информацию и передающие ее, **отличаются** друг от друга по уровню образования, интеллектуального развития, по своим потребностям, а также по физическому и психическому состоянию.

Психологические закономерности

Что делать для того, чтобы свести искажение к минимуму?

- 1) Уменьшить, насколько это возможно, количество передаточных звеньев, участвующих в процессе распространения информации.
- 2) Своевременно снабжать подчиненных всей необходимой информацией по тем вопросам, которые они должны решать.
- 3) Поддерживать обратную связь с подчиненными с целью контроля за правильностью усвоения получаемых сведений.

Психологические закономерности

Подражание.

Воспроизведение деятельности, поступков, качеств другого человека, на которого хочется походить.

Условия подражания:

- ◆ наличие положительного эмоционального отношения, восхищения или уважения к этому человеку — объекту подражания;
- ◆ меньшая опытность человека по сравнению с объектом подражания;
- ◆ ясность, выразительность, привлекательность образца;
- ◆ доступность образца, хотя бы отчасти;
- ◆ сознательная направленность желаний и воли человека на объект подражания (хочется быть таким же).

Подражание — важнейший фактор в развитии личности ребенка.

Подросток подражает прежде всего тому, что социально ново, и предпочтение часто отдается не только социально значимым, но и внешне динамичным, ярким образцам (образцам кино, моды), хотя они могут быть социально незначимыми или даже негативными по своей сути.

Психологические закономерности

Эффект «мы» и «наши»

Против кого дружить будем?

Психологические закономерности

Закон серийного эффекта "частота = достоверность«

Чем чаще мы слышим какое-то высказывание, тем достовернее и правдивее оно нам кажется.

Психологические закономерности

Эффект Торндайка.

В нашем представлении определенные действия становятся более тесно связанными с определенной ситуацией, если они уже приводили ранее к позитивному результату.

Пример. Если мерцание экрана вашего телевизора однажды прекратилось после того, как вы сильно ударили по его корпусу, то потом вы будете поступать так каждый раз.