

ВНУШЕНИЕ

1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ВНУШЕНИЯ

Психологическая установка и конформность содействуют внушению. Психологическая установка — главное условие, необходимое для принятия внушения. Она располагает к внушению, потому что выражает потребность, которую внушение может удовлетворить. **Конформность** же, хотя и повышает восприимчивость к внушению подогреванием эмоций, однако не всегда является безусловно необходимой. В ней больше нуждаются лица, которые без подражания не могут развить воображение до необходимой для внушения степени

Внушение бывает прямым, опосредованным и косвенным. При **прямом** внушении информация, переданная речью, непосредственно адресуется системе управления психической, чувствительной или телесной функцией. Например, внушается прекращение головной боли, и тут же она проходит. При **опосредованном** внушении устранение боли достигается применением посредника. Пациенту предлагается принять обезболивающую таблетку. Он не знает, что в действительности таблетка не обладает обезболивающим действием, но она выполняет функцию посредника — проводника обезболивающего внушения. **Косвенное** воздействие — скрытое, побочное исследование посредника. Формы воздействия основаны на вере во что-то. Например, черная кошка перебежала дорогу — быть неудаче.

Выделяют также **адекватный и неадекватный** виды внушения. К **адекватному** относятся внушения, которые **правильно отражают реальную действительность и отвечают потребностям человека, подвергаемого внушению.** Таким внушением могут быть привиты действительные знания, некоторые спортивные, профессиональные навыки и т. д. Все внушения, которые направлены на совершенствование человека, адекватны. Неадекватными являются внушения иллюзорные. Они информативно искажают реальную действительность. **Если человеку предложить стакан воды и внушить, что это сладкий фруктовый сироп, такое внушение будет неадекватным.**

Обычно внушение противопоставляется убеждению, понимаемому как воздействие на другое лицо силой логических доказательств. Убеждение обращено к рассудку, сознанию, критическому мышлению. Вводимая идея преломляется через сознание субъекта, его мировоззрение, знания, опыт, нравственные позиции. Поведение субъекта подконтрольно сознанию и соответствует реальной ситуации. Внушение связано с эмоциями, адресуется бессознательным механизмам психической деятельности и управления функциями организма. Внушением можно управлять глубинными биологическими процессами нашего организма. Эти особенности внушения успешно используются в медицинской практике. И все же пропасти между внушением и убеждением нет. Внушение в бодрствовании часто достигает подсознательного через сознание.

Итак, внушение находится рядом с убеждением, они проникают друг в друга, граница между ними может быть неуловимой, они самостоятельно

существуют только в идеале, на полюсах своих проявлений. Внушение — явление биопсихосоциальное. Оно биологическое по отношению к мозговым механизмам, психологическое по форме, социальное по содержанию и общественной направленности.

2. ВЫВОДЫ О ПСИХОЛОГИИ ВНУШЕНИЯ

1. Под методами стратегического управления кадрами понимают выработку приемов и способов воздействия на персонал, позволяющую обеспечить его системную деятельность по достижению стратегической цели организации. Примерами наиболее эффективного использования методов стратегического управления кадрами являются формирование организационной (корпоративной) культуры, действующей на персонал как организационно стабилизирующий метод, а также комплекс информационно-психологических методов.

2. В настоящее время наука о человеке, о влиянии на него информации опережает нравственное сознание, формируемое в социуме. Это, с одной стороны, сделало возможным проведение информационно-психологических операций против человека, персонала организации, граждан общества с целью манипуляции индивидуальным и общественным сознанием, а с другой — приводит к необходимости законодательного оформления информационной безопасности человека.

3. Использование информационно-психологических методов подчинено целям господствующей элиты. В этом случае, если цели являются безнравственными по отношению к обществу, то и стратегические средства воздействия также становятся безнравственными. Действительно, Н. Макиавелли был прав — цель определяет средства. **На сегодня методы и технологии информационно-психологического воздействия на персонал организации являются стратегически важным средством управления.**

4. Эффективность организованного информационного воздействия базируется на природной способности человека к внушению. **Внушение — это воздействие на сознание и волю человека с целью внушить ему какие-либо мысли, убеждения, чувства.** Результатом внушения является привитие необходимой кому-то программы, определяющей поведение человека и систему принимаемых им решений. Как правило, внушение используется для совершенствования психической, эмоциональной и физической организации человека.

5. **Внушение, основанное на некритическом восприятии передаваемой информации, получаемом за счет использования средств суггестии, позволяет изменять побуждения, активизировать установки, ориентации, поступки.**

Совместное использование внушения с логическим убеждением придает ему информационно-интеллектуальное значение, формируя эмоционально-чувственную сферу человека.

Внушение как метод стратегического управления определяется целью управления персоналом, придающей ему соответствующую "окраску" — делает нравственным или безнравственным, плохим или хорошим.

3. СКЛОННОСТЬ К ВНУШЕНИЮ

Сильнее подвержены внушению те, кто проявляют себя слабой личностью (робкие, стеснительные, пугливые); некритично воспринимают других (простодушные, доверчивые); склонны зависеть от других (ищут себе хозяина, исключительно услужливые).

ТРУДНО ПОДДАЮТСЯ ВНУШЕНИЮ ЛЮДИ, КОТОРЫЕ:

- обладают деловой активностью (энергичные и инициативные);
- являются сильной личностью (а также самолюбивые и высокомерные);
- противопоставляют себя другим (замкнутые и угрюмые);
- исключительно активно проявляют свои чувства (эксцентричные и откровенные);
- не зависят от других, а наоборот, имеют кого-то в своей зависимости.

ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ВНУШЕНИЯ СПОСОБСТВУЮТ:

- полное отсутствие или чрезвычайная противоречивость текущей информации;
- очень авторитетный (как живой, так и печатный) и при этом "свой" источник;
- внутреннее ощущение зависимости;
- сильное психофизическое истощение и переутомление объекта;
- некая психологическая напряженность (гнев, экстаз, страх, поиск выхода из сложной ситуации);
- явная желательность или приятность внушаемого;
- жесткая категоричность заявлений и требований;
- шоковая неожиданность сообщения;
- повторяемость предлагаемой информации;
- абсолютная логичность и особая эмоциональность сообщаемого;
- некоторые болезни и особенности личности (психопатия, импотенция, слабость логического мышления, суеверность, наркомания).

ПРОВЕДЕНИЮ ВНУШЕНИЯ ИНОЙ РАЗ МЕШАЮТ СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ВНУТРЕННИЕ БАРЬЕРЫ:

- критически-логический (отвергание всего, что кажется логически необоснованным);
- интуитивно-аффективный (отметание всего, что не вызывает подсознательного доверия или уверенности);
- этический (неприятие того, что противоречит нравственно-этическим воззрениям личности).

Преодоление барьеров подразумевает лишь умелое подстраивание под них. Так, для воздействия на лиц со слабым интеллектом нужно внушение лучше сочетать с усиленными отрицательными эмоциями. Если лицо вполне интеллектуально или заведомо внушаемо, то следует использовать положительные эмоции. В случае, когда объект подавлен или слишком неуверен в себе, должно внушение выполняться эмоциональным повелительным тоном, с привлечением мимики и жестов, оформляющих

неоднократно повторяемые резкие, короткие, как бы "вколачиваемые" фразы. Если объект излишне возбужден и обеспокоен, то внушают успокаивающим тоном, с применением неоднократно повторяемых мягких, убаюкивающих, длинных фраз. Главное — не вызвать ни малейшей настороженности, но очаровать и словно заморозить персону. Когда визави избыточно тщеславен, то имеет смысл "атаковать" его любовью, безудержно расхваливая и высказывая комплименты, способствующие представлению объекта о своей значительности; параллельно с этим удается косвенно внушать нужные идеи.

Поскольку эффективное внушение обуславливается подсознанием, перспективной является попытка пробудить фантазию у человека, который при этом погружается в себя, так что грани между подсознанием и сознанием стираются. Психика в подобном случае становится податливой ко всяким изменениям и к восприятию любого знания. О таком состоянии свидетельствует расслабленность лица со всецело отрешенным и остановившимся взглядом.

Оптимальную методику искусного внушения предлагает нейролингвистическое программирование (НЛП). В некоторых ситуациях применяют незаметное для окружающих подпороговое внушение, осуществляемое тихим шепотом, не воспринимаемым сознанием объекта. Превосходным каналом передачи нужного внушения служат тщательно отобранные слухи. Здесь работает тот факт, что подслушанные или вскользь уловленные идеи часто действуют сильнее навязываемых впрямую".

Человек как биосоциальная и духовная информационно-энергетическая система в плане управления характеризуется самоуправляемостью, самоорганизацией, саморегуляцией и, самое интересное, самопрограммированием. Человек управляется только информацией и, следовательно, находясь в организованном информационном поле, он при невозможности критического восприятия действительности программируется на поведение, принятие решения, соответствующие этому полю. Как правило, современный человек, особенно при воздействии технологий манипуляции индивидуальным и общественным сознанием, принимает решение и строит поведение, неадекватное реальности, и часто действует не в своих интересах.

ДЛЯ ПРОГРАММИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕКА (КОДИРОВАНИЯ) ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДВА "СЕКРЕТА", которые многие тысячелетия применяют гипнотизеры от политики до эстрады.

Первый из них базируется на том, что фокус сознания у человека, пребывающего в гипнотическом состоянии, управляется гипнотизером, а у бодрствующего — им самим. Таким образом, искусство внушения в бодрствующем состоянии состоит в удержании внимания человека на словах внушения, произносимых в СМИ (гипнотизером). При этом дополнительно длительная фиксация внимания сама является гипнотизирующим фактором. Следовательно, если направить внимание человека на то, что ему "можно видеть", он это будет осознавать и понимать. Если тем, кто владеет каналами СМИ, не желательно понимание чего-то "массовым человеком", то необходимо от этого отвлечь его внимание.

Второй "секрет" состоит в том, что любая информация, "снятая" рецепторами органов чувств (преодолевшая порог восприятия), попадает в мозг и влияет на наше поведение и принимаемые решения. На этих "секретах" основаны реклама, паблик рилейшнз, практика имиджелогии.

4. СЕКРЕТЫ ПСИХИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Исследователи секретов психического воздействия на человека всей психотехники наведения транса "**цыганского**" гипноза разделяют ее на **несколько важных этапов**:

- 1) привлечь внимание и войти в контакт;
- 2) зафиксировать и удерживать внимание на каком-либо внешнем или внутреннем объекте, явлении, переживании и т. п.;
- 3) построить раппорт так, чтобы разделить сознание и подсознание клиента, максимально сузив поле активного внимания;
- 4) перевести сознание в режим внутреннего опыта и внутренних ощущений до появления медитативных признаков транса;
- 5) зафиксировать и углубить возникающий транс;
- 6) кодировать и использовать транс в нужных гипнотизеру целях;
- 7) произвести постгипнотическое кодирование на стирание ситуации.

Признаки транса как феномена психосоматического расслабления следующие:

- **общее расслабление мускулов, расширение зрачков;**
- **фиксированный взгляд;**
- **лицевая асимметрия, замедление мигательных движений;**
- **неподвижность позы, глубокое дыхание, снижение частоты пульса;**
- **снижение реакции на посторонние раздражители;**
- **побледнение или покраснение отдельных участков кожи и т. п.**

Однако существуют методики воздействия на человека без видимого введения его в описанное трансовое состояние. Их часто в своей терапевтической практике использовал американский врач Милтон Эриксон. Этот гипноз сейчас называют Эриксоновым.

Прежде чем воздействовать на партнера, необходимо вначале приспособиться к его дыханию, позе, темпу речи и мышлению; выяснить и отразить (воспроизвести) модальности внутренних процедур (состояние человека в доминирующей у него системе восприятия: визуальной, аудиальной или чувственной, кинестетической); использовать фразы в развитии мысли партнера.

Затем осуществляется закрепление (синхронизация) процесса мышления посредством поддержания удобного для собеседника соотношения речи и молчания, подтверждения согласия с действительно вескими фактами и аргументами, приводимыми партнером.

И последний этап — "ведения", когда для партнера создается другая реальность (он переубеждается), изменением воспринимаемой им информации. На этом этапе можно постепенно изменить позу, жесты, мимику, темп речи и дыхание партнера по коммуникации; инспирировать переход его в психофизиологическое состояние, более адекватное восприятию; перевести

партнера в иную модальность восприятия информации. Здесь реализуется программа с изменением психофизиологии партнера по коммуникации.