ISSN 2414-0023 (Print)
ISSN 2414-004X (Online)
DOI (Issue): https://doi.org/10.31108/1.2019.5.11

PSYCHOLOGICAL JOURNAL
Volume 5 Issue 11 2019

ПРИХИЛЬНІСТЬ ТА ПРОХАННЯ ЯК ЗАСОБИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Васильченко Ольга Миколаївна [1], *Жебчук Іван Васильович* [2],

[1] Доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри психології «Університету економіки та права «КРОК», м. Київ (Україна)

ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0716-3430

[2] Аспірант кафедри психології «Університету економіки та права «КРОК», м. Київ (Україна)

ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-1773-4054

UDC: 159.9

АНОТАЦІЯ

У статті узагальнено науково-теоретичні знання про специфіку управлінської діяльності, представлено психологічні механізми впливу керівника на персонал, досліджено поняття психологічного впливу та його значення в управлінській діяльності, відображено результати теоретичного та емпіричного дослідження засобів психологічного впливу як невід'ємної складової психологічної компетентності керівника. Розкрито особливості використання прихильності та прохання як одних із найуживаніших та найефективніших засобів психологічного впливу в управлінській діяльності керівника закладу загальної середньої освіти.

Основну увагу у статті зосереджено на вивченні технік завоювання прихильності як основи для застосування психологічного впливу та особливостей вживання прохання як одного з найгуманніших та найдемократичніших засобів психологічного впливу в управлінській діяльності.

Ключові слова: управлінська діяльність, психологічний вплив, засоби психологічного впливу, комунікативна взаємодія, прихильність, прохання.

Address for correspondence, e-mail : editpsychas@gmail.com
Copyright: © Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

DOI (Article): https://doi.org/10.31108/1.2019.5.11.20

Постановка проблеми.

У соціально-психологічному аспекті ключове поняття "менеджмент в освіті" – це усвідомлена взаємодія керівника з іншими людьми (підлеглими, партнерами, своїми керівниками, учнями, батьками тощо), спрямована на забезпечення їхньої активної та скоординованої участі у досягненні поставленої мети. Це частина управління, яка є впливом на інших людей, у процесі і результаті чого у них з'являються (або актуалізуються) психічні стани, якості, властивості, що стають психологічним підґрунтям для ефективної діяльності щодо досягнення поставленої мети (Karamushka, 2000).

Управління, в широкому розумінні цього терміну, – неперервний процес впливу на об'єкт управління (особистість, колектив, технологічний процес, підприємство, держава) для досягнення оптимальних результатів з найменшими затратами часу і ресурсів. Кожен фахівець в області управління повинен володіти теорією, практикою і мистецтвом управляння, вміти чітко визначати цілі своєї діяльності, стратегію і тактику, необхідні для їх досягнення, приймати управлінські рішення і нести особисту відповідальність за них (Knorring, 2001).

Для здійснення ефективного впливу на діяльність підлеглих, сучасний керівник повинен мати глибоке розуміння психологічних основ управління, вміти створювати умови, що сприяють формуванню зацікавленості членів колективу в продуктивній роботі організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальні проблеми організаційної психології та управлінської діяльності широко розкриваються у працях таких сучасних вітчизняних науковців як Л.М. Карамушка, М.П. Малигіна, Н.О. Алюшина, Т.В. Новаченко.

Значущість проблеми взаємодії висвітлюється в працях багатьох дослідників (Г.Андреєва, О.Бодальов, А.Деркач, Є.Доценко, Г.Ковальов, О.Ковальов, В.Куликов, Б.Ломов, С.Максименко, В.М'ясіщев, В.Ольшанський, К.Платонов, В.Рибалка, Р.Бейлз, Т.Клаус, Р.Кратчфілд, Дж.Морено, Т.Парсонс та ін.). Однак, незважаючи на значний інтерес з боку дослідників до цієї проблеми й відповідні успіхи в цій сфері, проблема психологічного впливу, залишаючись однією з основних, є найменш розробленою проблемою в науковій психології. Різним аспектам проблеми впливу присвячені дослідження Є.Л.Доценка, Г.О.Ковальова, І.П.Манохи, О.В.Сидоренко, В.О.Татенка, Ф.Зімбардо, Д.Майєрса, С.Мілграма, Р.Чалдіні та ін. (Chaplak, 2011) .

Проблематика використання засобів психологічного впливу відображена у працях Т.С. Кабаченко, М.Р. Душкіної, Г.Є. Залеського, А.А. Івіна , К.Б. Кузіної, Б.Д. Паригіна та інших.

Мета статті – розкрити сутність понять прихильності та прохання як засобів пси-

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

хологічного впливу та значення їх використання в управлінській діяльності керівника закладу загальної середньої освіти.

Виклад основного матеріалу. Основою будь-якого виду професійної діяльності є професійна, етична, психологічна складові. Але аналіз різних видів професійної діяльності засвідчує, що значення, місце цих складових у них різне. Основою професіоналізму всіх видів діяльності є, безумовно, професійна складова – знання, уміння, навички у відповідній сфері професійної діяльності. Не зовсім визначеною, однозначною, є роль етичної та психологічної складових – етичної та психологічної культури носія відповідної професії. В багатьох випадках дані аспекти професійної діяльності просто ігноруються, особливо в інженерно-технічній діяльності. Все це засвідчує суто технократичний підхід до поняття професіоналізму, недостатню увагу ціннісним, особистісним, психологічним засадам професійної діяльності людини та її життєдіяльності в цілому (Pryschak, 2012).

Поряд із психологією управління чільне місце займає ще одна наука, що дозволяє краще осягнути всю глибину управлінської діяльності – організаційна психологія (галузь психології, яка займається вивченням поведінки на робочому місці і застосування принципів психології задля впливу на трудову поведінку). Деякі фахівці організаційної психології вивчають основні функції персоналу в організаціях , такі як набір і відбір кадрів, навчання і розвиток працівників. Інші вивчають психологічні процеси, що є основою трудової поведінки, такі як мотивація роботи, задоволеність працею та стрес. В той час інші зосереджуються на групових процесах на робочому місці, включаючи відносини між керівниками та підлеглими. І на кінець, деякі психологи та соціологи вивчають більш широку сферу, включаючи структуру організацій, а також вплив фізичного, соціального і психологічного середовища на поведінку працівників (Riggio, 2013).

Найбільш цінними якостями сучасного керівника є вміння збуджувати в підлеглих ентузіазм і розвивати те, що є найкращим у підлеглого, за допомогою визнання його достоїнств, заохочення, позитивного психологічного впливу. Психологічний вплив широко включається у процеси праці, навчання, виховання, управління та інші сфери життєдіяльності. Діючи навмисно або ненавмисно на усвідомлюваному чи неусвідомлюваному рівнях, він може відігравати як позитивну, так і негативну роль: мобілізувати або демобілізувати потенційні сили та здатності особистості та групи, підвищувати або знижувати трудову активність, формувати позитивні або негативні якості особистості.

Для вивчення засобів психологічного впливу, які доцільно використовувати керівником в середовищі закладу загальної середньої освіти, було проведено емпіричне дослідження в спеціалізованій загальноосвітній школі І – ІІІ ступенів №314 з поглибленим вивченням іноземної мови міста Києва. Для про-

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

ведення дослідження була розроблена авторська анкета (*табл..1*). На кожне із 30 запитань досліджуваний повинен був надати відповідь «так» (1 бал), «не завжди» (2 бали), «рідко» (3 бали) або «ніколи» (4 бали). Анкетування проводилось як в педагогічному, учнівському та батьківському колективах. Вибірку становили 30 вчителів, 40 учнів старшої школи та 170 батьків учнів школи. Крім того проводилося включене спостереження, результати якого допомогли підтвердити валідність отриманих в процесі анкетування результатів.

Метою емпіричного дослідження було виявлення найбільш поширених засобів психологічного впливу, які можна використовувати у даному середовищі.

Завданням емпіричного дослідження було виявити найбільш ефективні засоби психологічного впливу, використовувати їх в даному середовищі впродовж одного навчального року та перевірити чи залежить успішність діяльності керівника закладу загальної середньої освіти від використання відповідних засобів психологічного впливу.

Таблиця 1.

Анкета дослідження засобів психологічного впливу

№ з/п	Запитання	бал			
1	Ви людина, яку легко переконати?	1	2	3	4
2	Чи зможете Ви погодитися з чужою думкою, якщо вона не співпадає з Вашою, але підкріплюється вагомими аргументами?	1	2	3	4
3	Чи подобається Вам, коли вас ставлять перед фактом, не залишаючи права вибору?	1	2	3	4
4	Чи погодитеся Ви піти на компроміс, якщо Вам будуть окреслені крайності ситуації?	1	2	3	4
5	Чи має для Вас значення авторитет людини для оцінки окремих її вчинків?	1	2	3	4
6	Чи захоплюєтесь Ви людьми, які мають значні досягнення у чомусь?	1	2	3	4
7	Чи важливий для Вас тон співрозмовника для налагодження спілкування?	1	2	3	4
8	Чи має оточення людини вплив на формування Вашої думки про неї?	1	2	3	4
9	Чи вважаєте Ви, що людина, яка займає вищу посаду, заслуговує на краще ставлення до себе?	1	2	3	4
10	Чи мають міміка та жести співрозмовника на Вас більший вплив, ніж слова?	1	2	3	4
11	Чи беретесь Ви за неприємну чи важку роботу, якщо відчуваєте, що Ваша участь є вагомою?	1	2	3	4
12	Чи створює для Вас процес взяття за руки в будь-якій соціальній групі враження єдності?	1	2	3	4
13	Чи вважаєте ви співпереживання хорошою рисою характеру?	1	2	3	4
14	Чи залежить ступінь Вашого дискомфорту при порушенні Вашого особистого простору від особи та її намірів?	1	2	3	4
15	Чи значить, що люди, які повільно розмовляють є більш грамотні ніж ті, хто має швидкий темп розмови?	1	2	3	4

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

16	Чи часто Ви відчуваєте, що Вас обманюють?	1	2	3	4
17	Чи не викликає у Вас супротив, коли Ви повинні щось зробити під тиском?	1	2	3	4
18	Чи вважаєте Ви острах покарання найкращим мотиватором для виконання певної дії?	1	2	3	4
19	Чи вважаєте Ви, що наявність певних обмежень дисциплінує людину і виховує в ній відповідальність?	1	2	3	4
20	Чи дратує Вас, коли співрозмовник втрачає логіку напрямку вашої розмови?	1	2	3	4
21	Чи вважаєте Ви, що співрозмовник повинен не лише чути ваші слова, а й слідкувати за Вашою мімікою та жестами?	1	2	3	4
22	Чи означає для Вас тривале мовчання або відведення очей співрозмовника небажання підтримувати з Вами розмову?	1	2	3	4
23	Чи намагаєтесь Ви в певних ситуаціях наслідувати відповідний взірець поведінки?	1	2	3	4
24	Чи прислуховуєтесь Ви до думок людини, яка Вам подобається, частіше ніж до думок байдужої Вам людини?	1	2	3	4
25	Чи відіграє для Вас симпатія до людини важливу роль для спілкування з нею?	1	2	3	4
26	Чи погодитесь Ви допомогти людині в нецікавій чи важкій для Вас справі, якщо вона Вас про це люб'язно попросить?	1	2	3	4
27	Чи легше Вам приймати рішення, якщо у Вас є право вибору?	1	2	3	4
28	Чи подобається Вам, коли Вас критикують?	1	2	3	4
29	Чи вважаєте Ви застосування ненормативної лексики як найвищий ступінь неповаги до співрозмовника?	1	2	3	4
30	Чи вважаєте Ви, що висміювання результатів Вашої діяльності є образою Вас як особистості?	1	2	3	4

Результати дослідження оброблялися за допомогою ключа (кожне із 30 запропонованих питань відносилося до певного засобу психологічного впливу). Не дивлячись на різницю у віці, соціальний статус чи рівень освіченості, всі три групи опитуваних показали практично однакові результати, довівши, що найбільш оптимальними засобами психологічного впливу є переконання, навіювання, зараження, прихильність та прохання. У даній статті ми більш детально зупинимося на аналізі таких засобів психологічного впливу як прихильність та прохання, які закодовані в анкеті під номерами питань 24, 25, 26, 27.

Проаналізувавши результати емпіричного дослідження, ми побачили, що в даному середовищі дослідження більшість людей піддається впливу прихильності та прохання. Разом з тим дуже низький відсоток людей, які взагалі не піддаються цим засобам психологічного впливу (*рис.1*).

Коли люди спілкуються один з одним, у них виникають взаємні оцінки, враження одне про одного, які в подальшому можуть серйозно впливати на їхнє подальше спілкування, взаємовідносини, спільну діяльність і навіть спільне життя. Люди можуть сподобатись або не сподобатись одне одному, а можуть і залишитись байдужими одне до одного. Люди складають враження одне про одного по зовнішності, мовленні та поведінці. Величезне значення має перше враження про людину –

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

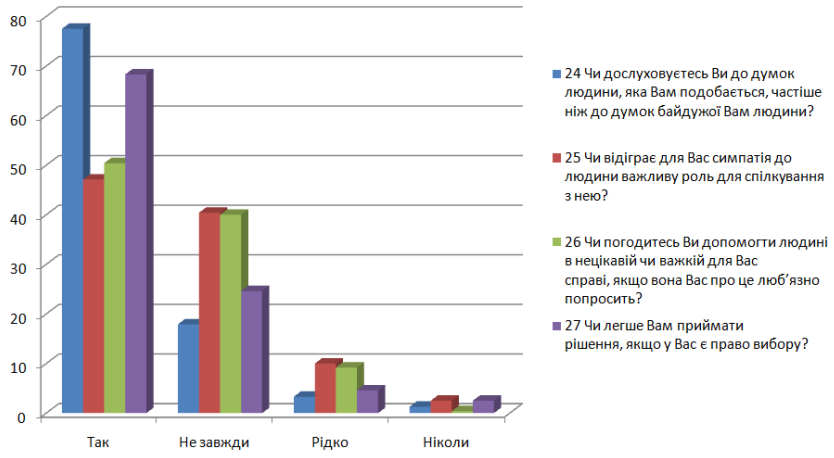

Рис. 1. **Результати дослідження ефективності вживання прихильності та прохання як засобів психологічного впливу в середовищі закладу загальної середньої освіти (у % від загальної кількості опитаних)**

існують дані про те, що 90% враження про людину формується у нас в перші 90 секунд спілкування з нею. При цьому перше враження формується дуже швидко та легко, а ось змінюємо ми думку про людину дуже неохоче , оскільки перше враження є дуже стійким (Sternin, 2012). Тому дуже важливим фактором формування прихильності є створення позитивного першого враження про себе.

Існують особливі психологічні механізми, якими люди користуються, коли складають враження одне про одного, сприймають одне одного в процесі спілкування:

- фізіогномічна редукція – судження про людину за її зовнішністю;
- соціальна категоризація – віднесення людини до певного типу, класу, категорії;
- стереотипізація – формування та використання стереотипів у мисленнєвій діяльності;
- мовний паспорт людини – та інформація, яку людина «автоматично», несвідомо передає про себе, коли розмовляє;
- комунікативна грамотність – сукупність комунікативних знань, умінь та навичок людини, що дозволяють їй ефективно спілкуватися в стандартних комунікативних ситуаціях.
- фізична поведінка під час мовлення – рухи, жести, пози.

Позитивна оцінка людини, прихильність до неї, як показують спостереження і дослідження, дуже часто бувають мало пов'язані з її реальними якостями. Взяти, наприклад такі висловлювання як «подобається і все – не питайте чому», «любов зла», «за що його любити?», «що вона в ньому знайшла?».

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

Всі вони свідчать про те, що прихильність є суб'єктивною і часто базується на випадкових ознаках, або ознаках, які є важливими лише для окремої людини (Sternin, 2012).

Для прихильності людей недостатньо переваги чеснот, навіть якщо вона і передбачається. Легко завоювати прихильність привабливим задумом, оскільки пошана притягує інтерес (Baltasar, 2019).

Особистість, яка по-справжньому викликає прихильність, – це той, хто вмикає уяву та готовий до співпраці. Якщо проаналізувати будь-яку людину, яка не вміє викликати у людей прихильності до себе, то можна побачити, що цій людині не вистачає уяви і вона не вміє співпрацювати з людьми (Carnegie & Hill, 2015).

Перша і основна наша зброя – це характер, тому що неможливо завоювати прихильність людей, якщо ви не виховали цілісний, життєрадісний, позитивний характер. Ми постійно передаємо та випромінюємо природу свого характеру на оточуючих, тому всі, з ким ви контактуєте, розуміють які ви за характером. Завдяки інтуїції у нас виникають спонтанні враження стосовно рис характеру людини. Їх неможливо приховати. Тому для успіху в будь-якій сфері діяльності потрібно виховувати позитивний характер. Фальшива посмішка завжди відрізняється від природної і оточуючі відчувають та бачать різницю. Люб'язним манерам, звичайно, можна навчитися, але це не допоможе обманути інтуїцію інших людей. Будь-які зовнішні прояви особистості, якщо вони фальшиві, будуть помітні, і люди завжди зрозуміють, що ви нещирі (Carnegie & Hill, 2015).

На думку фахівців, уміння справляти хороше враження та завоювати прихильність при знайомстві не є вродженою рисою. Цього можна легко навчитися. Для цього необхідно відкоригувати свою поведінку і стежити за мовою тіла. Існують такі способи завойовувати прихильність людей:

1. Вираз обличчя. Вчені Університету Глазго виявили, що при знайомстві в першу чергу люди намагаються зрозуміти чи можуть вони довіряти один одному, а виявити це можна за виразом обличчя. Таким чином, професор **Олександр Тодоров** в ході експерименту дізнався ідеальний вираз обличчя, який максимально справляє хороше враження на людей. За твердженням фахівця, підняті брови і куточки рота свідчать про доброзичливість співрозмовника.

2. Гарна постава. Як стверджують вчені Прінстонського університету, люди часто судять один одного по поставі, жестах та інших елементах мови тіла. Саме тому, потрібно стежити в першу чергу за рівним положенням спини, яке свідчить про впевненість і відкритість.

3. Посмішка. За словами фахівців, посмішка є одною з головних видів зброї в боротьбі за гарне перше враження. Правда це працює лише в тому випадку, якщо вона вислов-

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

лює щирий інтерес. Як пояснюють психологи, люди завжди бачать фальшиву посмішку, тому така поведінка може навпаки відштовхнути.

4. Смайлики. Як розповідають психологи, завоювати прихильність досить легко в листуванні. Для цього фахівці радять використовувати смайлики, де це доречно. За словами професора Арта Макманна, смайлики приносять у віртуальне листування елементи живого спілкування.

5. Положення голови. Експерт Джек Шафер розповідає, що легкий нахил голови вліво або вправо говорить про розслабленість і довіру до співрозмовника. Як показали дослідження, така поза підштовхує людей до щирого спілкування (Vesey-Byrne, 2016).

Позитивними психологічними методами впливу є похвала та прохання, проте найбільш дієвим методом можна назвати саме прохання, адже саме воно сприймається підлеглими як доброзичливе розпорядження і демонструє повагу до їхньої особистості (Chukina, 2017).

Прохання керівника є одним з найбільш дієвих і часто вживаних засобів організаторського впливу. Ця форма впливу базується на взаємовідносинах довіри в колективі і є проявом взаємної довіри і поваги між людьми. Лише наявність подібних відносин перетворює прохання в дієву форму звернення. А.С. Макаренко в своїх лекціях з питань сімейного виховання казав: «Прохання тим і відрізняється від інших форм звернення, що воно залишає за людьми свободу вибору. Прохання повинне бути таким. Його треба озвучувати так, щоб людині здавалося, що вона виконує прохання за власним бажанням, без примушування» . Характерною рисою прохання є не лише те, що воно можливе при позитивних відносинах з персоналом, але й активно сприяє зміцненню і розвитку цих відносин, привчає працівників до ввічливості і взаємодопомоги. Така форма впливу можлива при наявності високого авторитету керівника.

Прохання – це звернення до іншої людини з призивом зробити щось чи відмовитись від якихось дій чи змінити ставлення до проблеми. Прохання авторитетного керівника як спосіб впливу на дисциплінованого підлеглого є більш прийнятним, ніж використання влади (Sobolnikov, 2019).

Слово керівника, як відомо – закон для підлеглого, тому прохання – це завуальована загроза покарання, оскільки невиконання прохання ставить під загрозу ставлення керівника до співробітника, а погіршення відносин з керівником більшість вважають небажаним наслідком (Kozlova, 2013).

Прохання – це звернення до адресата із закликом задовольнити потреби чи бажання ініціатора впливу. Фактори і засоби впливу: ясні і ввічливі формулювання, прояв поваги до права адресата відмовити в проханні, якщо її виконання незручно йому або суперечить його власним цілям фраза "у мене до Вас особисте

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

прохання ..." (Boguslavska, 2016).

Одним з найбільш уживаних варіантів психологічного впливу з опорою на регуляцію рівня задоволеності потреб «іншого» – це викликання почуття обов'язку , вдячності, відчуття боргу, з подальшою експлуатацією цих почуттів. Подібний вплив базується на існуванні певних соціальних стандартів поведінки, відповідність яким дозволяє задовольнити вищі соціальні потреби (Kabachenko, 2000).

За словами Доценко ЄЛ., прохання, сама по собі ненасильницька форма впливу, стає елементом примушування, якщо йому передували подарунки чи послуги або якщо воно супроводжується напівприхованою погрозою.

Просити – значить спонукати співрозмовника зробити що-небудь в інтересах того, хто говорить, керуючись просто хорошим ставленням до того, хто говорить, відкликаючись на його потреби. Ефективність прохання незрівнянно вища, ніж наказ, проте існують численні комунікативні бар'єри, що обмежують застосування прохання у зв'язку з статусом адресата, характером прохання, його об'ємом, моральним статусом та ін.. Крім того, на прохання існує багато можливостей відмови (Sternin, 2012).

Добре сформульоване прохання – це прохання ввічливе, красиве, сильне, обґрунтоване і спокійне, без страху відмови. Те, на скільки прохання повинно бути м'яким, залежить від ситуації і відносин між людьми. Іноді, звертаючись із проханням, люди спеціально підкреслюють необов'язковість його виконання. В такому випадку прохання може звучати так: «Це не так важливо, але мені було б дуже приємно якби…» або «Якщо Вам не важко…».

Висновки. Компетентне використання людиною різних видів психологічного впливу в діловому спілкуванні є важливою складовою її культури. Саме правильний добір засобів і механізмів впливу сприяє досягненню оптимального результату взаємодії, розвиткові особистості, формуванню в неї високих моральних якостей, реалізації її творчих здібностей та можливостей самовдосконалення (Chmut, Chayka, Lukashevych & Osechinska, 2008). Цілеспрямоване використання засобів психологічного впливу керівником закладу загальної середньої освіти сприятиме успішному вирішенні управлінських задач та досягненню цілей, зберігаючи при цьому здоровий психологічний клімат у колективі.

Одними з найбільш ефективних засобів психологічного впливу, крім переконання, зараження та навіювання є прихильність, що виступає фундаментом до застосування інших засобів впливу, та прохання як найбільш демократичний засіб управлінського впливу.

Перспективи подальших досліджень полягають у комплексному вивченні засобів психологічного впливу у контексті управлінської діяльності керівника закладу загальної середньої освіти та розробці практичних методик їх використання відповідно до організа-

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

ційних проблем та цілей.

References:

Boguslavska, O. G. (2016). *Psykhologichnyj vplyv ta zasoby protydiyi nebazhanomu vplyvu:praktychni aspekty* [Psychological influence and means of resistance to unvoluntary influence: practical aspects].Gumanitarnyj visnyk Zaporizkoyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi, Zaporizhzhya ,Vyp. 67, 208. [in Ukrainian]

Carnegie, D., Hill, N. (2015). *Obshhajsya tak, chtoby tebia slyshaly, slushaly i slushalis* [How to speak to be listened to, heard and obeyed]. per. A. Yanchenko, V. Polishhuk: «Izdatelstvo AST», Moscow. [in Russian]

Chaplak, Ya. (2011). *Psyhologichniy vplyv u naukoviy psihologiyi* [Psychological influence in a scientific psychology]. Zbirnik naukovykh prats: filosofiya, sotsiologiya, psykhologiya, 16(2), 132-145. [in Ukrainian]

Chmut, T.K & Chayka, G.L. & Lukashevych, M.P. & Osechinska, I.B. (2008). *Etyka dilovogo spilkuvannya: Kurs lektsiy* [Ethics of business communication: lection course] (2-ge vydannya). Kyiv: MAUP. [in Ukrainian]

Chukina, I.V. (2017) *Socialno-psykhologichni metody upravlinnya ta osoblyvosti yikh zastosuvannya v agrarnykh pidpryjemstvakh* [Socio-psychological methods of management and peculiarities of their usage in the agrarian enterprises].Gumanitarnyj dyskurs suspilnykh problem: mynule, suchasne, majbutnye: Materialy Mizhvuzivskoyi naukovoyi konferenciyi molodykh naukovtsiv, kursantiv, studentiv ta sluxachiv, 180. [in Ukrainian]

Grasian, B. (2019). *Geroy: traktat pro rozvytok osobystosti.*[Hero: treatise about the development of personality]. Kyiv. [in Ukrainian]

Kabachenko, T. S. (2000). *Metody psihologicheskogo vozdeystviya: Uchebnoe posobie* [Methods of psychological influence: manual]. Moscow: Pedagogicheskoe obschestvo Rossii. [in Russian]

Karamushka, L. M. (2000) *Psykhologiya upravlinnya zakladamy serednyoyi osvity : monografiya* [Psychology of secondary school management]. Kyiv : Nika-Centr. [in Ukrainian]

Knorring, V. I. (2001). *Teoriya, praktika i iskusstvo upravleniya. Uchebnik dlya vuzov po specyalnosti "Menedzhment* [Theory, practice and an art of management. Textbook for students of management] (2-e izd., izm. i dop). Moscow: NORMA. [in Russian]

Kozlova, A. M. (2013). *Organizacyonnoe povedeniye* [Organisational behaviour]. Moscow: Direkt-Media. [in Russian]

Pryschak, M.D. (2012). *Psykhologia upravlinnia v organisatsii: navchalnyi posibnyk* [Psychology of management in an organization: manual]. Vinnytsia. [in Ukrainian]

Riggio, R.E. (2013). Introduction to industrial/ organizational psychology (6th ed. p. cm). Pearson Education, Inc. [in English]

Sobolnikov, V.V. (2019). Y*uridicheskaya psikhologiya: uchebnik dlya bakalavriata i specyaliteta* [Psychology of law: textbook for bachelors and specialists] (2-e izd. per. i dop.). Moscow: Uurait. [in Russian]

Sternin, I.A. (2012). *Osnovy rechevogo vozdejstviya. Uchebnoe izdanie* [Basics of speech influence. Manual].Voronezh: Istoki. [in Russian]

Vesey-Byrne, Joe (2016). Psychological tricks to make you more likeable. Accessible on URL: https:// www.indy100.com/article/psychological-tricks-to-

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

make-you-more-likeable--ZJlCXjH5XdW

Vasylchenko Olga

Dr., Assoc. Prof., Dept. of Psychology, University of economics and law 'KROK', Kyiv (Ukraine)

Zhebchuk Ivan

Ph.D. student, Dept. of Psychology, University of economics and law 'KROK', Kyiv (Ukraine)

AFFECTION AND REQUEST AS MEANS OF PSYCHOLOGICAL INFLUENCE IN SECONDARY SCHOOL HEADMASTERS' MANAGEMENT

ABSTRACT

This article generalizes scientifically theoretical knowledge about management and its peculiarities, represents psychological mechanisms which an administrator uses to influence the staff, discovers the essence of psychological influence and its role in management activity, reveals the results of theoretical and empiric investigation of the means of psychological influence as an inseparable part of administrator's psychological competence. It shows the peculiarities of usage of persuasion as one of the most effective and widely used means of psychological influence applied by secondary school headmasters in their administrative work.

Effective management is not possible without the use of psychological mechanisms of influence. They are inseparable and the most important factors in the structure of administrative work. The problem of a manager's influence on his/her personnel is now very important, because management means interactions between those who directs and those who are directed. That is why it is evident that different forms of influence are applied constantly at interactions. It is important that an influence must be conscious and purposeful. For the effective influence on personnel work, a contemporary manager must have a profound understanding of the psychological bases of management, the ability to provide conditions that stimulate an effective collective work in an organization.

There are a lot of different classifications of psychological influencing means. But the results of theoretic and empiric investigation show that, regardless of age, social and educational differences, the most effective means of psychological influence are persuasion, suggestion, infection, affection and request.

The main attention in the article is paid to one of the most liberal and democratic means of psychological influence – affection and request. The results of investigation represent its structure, mechanisms and techniques of its achievement.

***Key words*:** management, psychological influence, means of psychological influence, communicative interaction, affection, and request.

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

ISSN 2414-0023 (Print)
ISSN 2414-004X (Online)
DOI (Issue): https://doi.org/10.31108/1.2019.5.11

Васильченко Ольга Николаевна

Доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры психологии «Университета экономики и права «КРОК», г. Киев (Украина)

Жебчук Иван Васильевич

Аспирант кафедры психологии «Университета экономики и права «КРОК», г. Киев (Украина)

УБЕЖДЕНИЕ КАК СПОСОБ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

АННОТАЦИЯ

В статье обобщено научно-теоретические знания об управленческой деятельности и ее специфике, представлено психологические механизмы воздействия руководителя на персонал, отражено результаты теоретического и эмпирического исследования способов психологического воздействия как неотъемлемой составляющей психологической компетентности руководителя. Раскрыто особенности использования убеждения как одного из самых распространенных и самых эффективных способов психологического воздействия в управленческой деятельности руководителя общеобразовательного учреждения.

Основное внимание в статье сосредоточено на изучении техник расположения к себе как основы для использования психологического влияния и особенностей использования просьбы как одного из самых гуманных и самых демократичных способов психологического влияния в управленческой деятельности.

Ключевые слова: управленческая деятельность, психологическое воздействие, способы психологического воздействия, коммуникативное взаимодействие, расположение к себе, просьба.

Дата отримання статті: 28.10.2019
Дата рекомендації до друку: 17.11.2019
Дата оприлюднення: 30.11.2019

© Olga Vasylchenko, Ivan Zhebchuk

DOI (Article): https://doi.org/10.31108/1.2019.5.11.20