

Тема 5.

Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.

Лёвина С. А.

к.с.н., доцент

СЗИУ РАНХиГС

Игры, в которые играют люди.
Люди, которые играют в игры.

Жизненный сценарий.

- В раннем детстве (до 6, а то и до 3 лет) у ребенка под воздействием родителей или значимых взрослых формируется план своей жизни – это и есть сценарий. В дальнейшем принятие решений во взрослой жизни будет соответствовать этому сценарию.
- В рекламе очень часто используются эти сценарии. Продукт встраивается в уже готовый сценарий, где определенное решение является очевидным и понятным.

4 основные позиции, которые разыгрываются в играх и сценариях

Я+, ТЫ+

Я+, ТЫ -

Я-, ТЫ+

Я-, ТЫ-

ВКУ
ВКУ
опира
нравя
вита
ищу
ры
борь
чел
промо
ип
тв
влю
иэо
сам
вал
вин
он
ни
а
сам
поис
а
ип
ин
и
не
оже
ви
тв
ло
т.
и,
и,
деж
без
ви
по
т.
и.
охо
охо

Шесть типов осуществления сценария

- 1. «Пока не». Для того, чтобы получить выигрыш, нужно выполнить условие или преодолеть трудности.
- 2. «После». Если случилось что-то хорошее или желаемое, то за это придется чем-то заплатить.
- 3. «Никогда». Я никогда не получу то, чего хочу, а значит ничего не буду для этого делать.
- 4. «Всегда». Я всегда проигрываю, терплю неудачу, недоволен тем, что имею.
- 5. «Почти». Человек не доводит начатое до конца, останавливается в двух шагах от цели.
- 6. «С открытым концом». Человек не знает, что делать после того, как он достигнет цели.

Э.Берн опирался на концепцию бихевиоризма

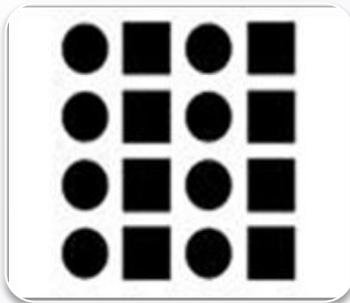


Подобранный стимул вызывает определенную реакцию. Подкрепляя нужную реакцию, можно формировать требуемое поведение и управлять им. СМИ часто одобряет или осуждает конкретную реакцию, предоставляет преимущественно факты в пользу одной точки зрения, тем самым оказывая влияние на общественное мнение.

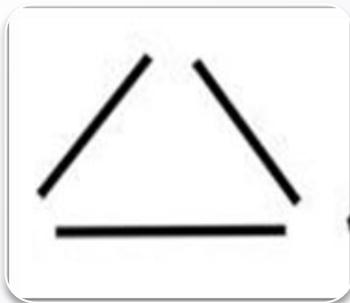
принципы организации восприятия (структурирование образов) при получении информации



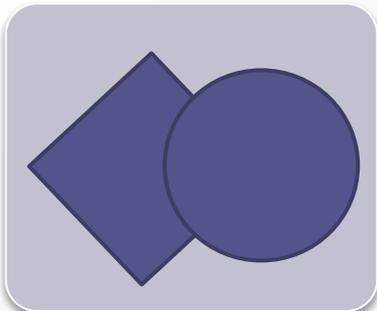
1. Принцип близости. Объединение в единую форму элементов, расположенных близко друг к другу во времени или пространстве



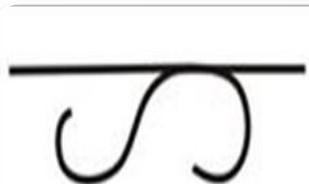
2. Принцип сходства. Объединение в единую форму элементов, имеющих сходные черты.



3. Принцип заполнения пробелов, или принцип замкнутости говорит о том, что мы стремимся завершить незаконченные фигуры – мы заполняем существующие пробелы.



4. Принцип Симметрии. Достаиваем, завершаем скрытую часть по принципу симметрии.

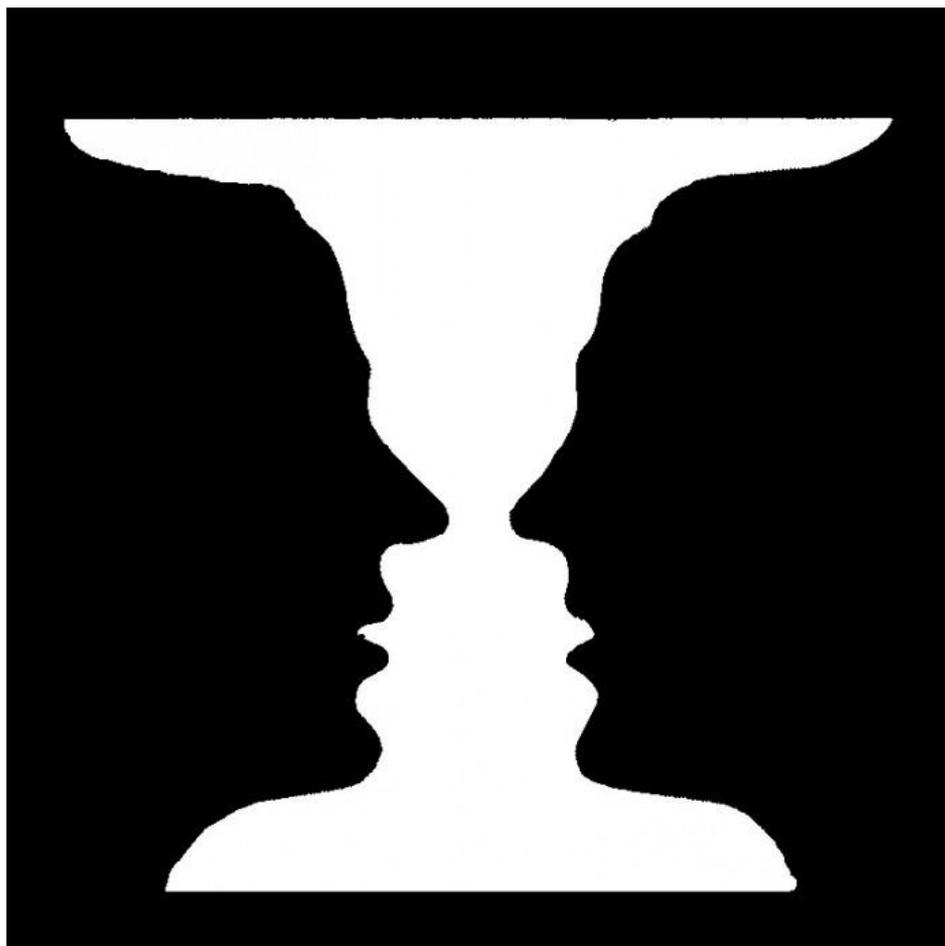


5. Принцип общей судьбы. Это расчленение воспринимаемых объектов на простые составляющие с каким то общим признаком.



7. Принцип непрерывности. Объединение в единую форму элементов, имеющих одно направление.

Принцип фигуры и фона. Любой образ или предмет имеет тенденцию восприниматься как фигура, выделяющаяся на определенном фоне.



Как теория применяется на
практике?

Попробуйте вспомнить или найти
примеры использования
приведенных в презентации
закономерностей в рекламе