



УДК 159.9.316.6
ББК 88.53

ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ: ИСТОРИОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

А.А. Сергеев, К.А. Кучмистов, Е.С. Коваленко

В статье приводится исторический анализ взглядов зарубежных ученых на психологическое воздействие, согласно различным психологическим подходам и направлениям. По мнению авторов, несмотря на актуальность и значительные традиции разработки в психологии, в проблеме психологического воздействия и связанных с ним явлений есть много нерешенных вопросов, особенно в области изучения влияния индивидуально-личностных характеристик субъектов и объектов исследуемого явления на эффективность данного процесса.

***Ключевые слова:** историографический анализ категории «воздействие», современных тенденций изучения воздействия, общие закономерности психологического воздействия, индивидуально-личностные факторы подверженности воздействию, прогнозирование поведенческих эффектов.*

В качестве научной проблемы категория воздействия замыкает на себя основные противоречия и актуальные вопросы психологической науки, начиная от общих вопросов о сути и механизмах функционирования человеческой психики и заканчивая проблемами методологического и узкопрактического характера. Психологическое воздействие для социальной психологии служит одним из механизмов формирования и функционирования многих общественно-психологических явлений: общественного настроения и мнения, психологического климата в группе, склонности и предрасположенности к манипуляции, заражаемости и восприимчивости масс и др. По мнению В.Н. Куликова, для социальной психологии психологическое воздействие выступает и как объект исследования, и как один из объяснительных принципов. Оно помогает понять и объяснить формирование, функционирование и развитие многих психологических явлений [7]. По меткому замечанию Г.А. Ковалева, с помощью этого понятия «увязываются в единую онтологическую ткань такие ключевые для психо-

логии научные абстракции, как личность, общение, поведение, деятельность и т. п.» [6, с. 6]. Человек при взаимодействии с окружающим миром реализует себя в качестве объекта и (или) субъекта психологических воздействий через процессы деятельности, взаимодействия, общения. «Само же воздействие, являясь результатом осуществления целей различных видов человеческой активности, служит выражением психологической эффективности и результативности этих процессов, характеризует их... потенциал» [6, с. 7].

Для комплексной характеристики феномена психологического воздействия необходимо провести анализ исторических предпосылок и современных тенденций изучения данной проблемы. В рамках данной статьи не будет рассмотрен исторический аспект изучения психологического воздействия в отечественной психологии.

Проблема использования методов и приемов воздействия людей друг на друга с целью изменения их общественного поведения берет начало со времен зарождения человеческой цивилизации. Так, археологи выяснили, что индейцы майя в своих текстах часто умышленно искажали исторические даты, реальную продолжительность жизни правителей, подтасовывали астрономические циклы и реальные события, чтобы представить своего правителя в более благоприятном свете (например, согласовывали дату его рож-

дения с датой рождения прославленного правителя прошлого, что позволяло доказать факт перевоплощения). Характер воздействия в этих культурах, учитывая, что правители и жрецы могли расшифровывать и создавать иероглифические образы и символы, был однонаправленным – от правителя к массам [3].

Истоки исследования воздействия (и в частности убеждения как основной его формы) уходят в античные времена. Возможность влиять на поведение людей, их чувства и умы путем устно-публичного изложения самых сложных мыслей, положений и идей отмечали Динарх, Гиперид, Горгий, Эсхин, Демосфен. Важнейшие принципы и теоретические положения красноречия нашли свое отражение в философских трудах Сократа, Платона, Аристотеля и Цицерона.

Первая из известных книг, «Риторика» Аристотеля (написана приблизительно в 350 г. до н. э., по некоторым данным в 323 г. до н. э.), была посвящена подробному изложению теории убеждения [2]. С точки зрения Аристотеля, успех убеждающего воздействия зависит от того, кто говорит (источник сообщения), что говорит (содержание сообщения) и кому говорит (характеристики аудитории). То есть убеждение наиболее эффективно в том случае, если убеждающий внушает доверие, психологическое состояние индивидов соответствует обстановке, а содержание сообщения – аргументам, которые представляют подходящие для данного случая доказательства. Интересно отметить, что данная формула убеждающего воздействия (на долгие годы ставшая классической) была экспериментально проверена лишь в 1942 г. К. Ховландом, который проводил исследовательскую программу по убеждающему эффекту обучающих фильмов для солдат.

Следует отметить, что римские ученые также внесли свой вклад в изучение рассматриваемого явления. Например, Цицерон выделил 5 элементов убедительной речи: подбор аргументов, построение системы аргументации, художественная обработка, запоминание и искусное исполнение [14], а Квинтилиан добавил еще одно условие убедительной речи – убеждающий должен быть не только хорошим оратором, но и порядочным человеком [25].

В это же время происходило формирование основ психологического воздействия на

армию и население противника в ходе многочисленных войн и вооруженных конфликтов. Подавление воли врага к сопротивлению небоевыми средствами являлось важной составной частью деятельности государственных лиц и полководцев. Упоминание об этом можно встретить в трактате китайского полководца Сунь-Цзы, в работах историка и писателя Ло Гуаньчжуна, в древнеиндийских «Законах Ману», в работах греческого историка Геродота. Как отмечают Г.В. Грачев и И.К. Мельник, в наиболее концентрированном виде, в лаконичной и метафорической форме манипулятивное воздействие описано около двух с половиной тысяч лет назад в «Трактате о военном искусстве», автором которого, как считается, является выдающийся китайский полководец и государственный деятель, известный под именем Сунь-цзы [4]. В настоящее время специалисты полагают, что под литературно-философским псевдонимом Сунь-цзы выступал выдающийся полководец-«стратагемщик» Сунь Бинь, живший в IV в. до н. э. в древнекитайском царстве Ци [10]. В средние века осуществлялось изучение методов психологического воздействия в рамках церковной риторики и в работах военных историков – Маврикия Стратега, Менандра, а также биографов Чингисхана.

Большой вклад в изучение исследуемой проблемы в конце XIX – начале XX вв. внесли Ф. Пинель, Б. Морель, Ж.М. Шарко, К. Ломброзо, З. Фрейд, К. Юнг и др. Важным этапом в изучении феномена психологического воздействия на большие социальные группы стали работы Г. Тарда, Г. Лебона, Ортега-и-Гассета и др., рассматривавших различные явления общественной психики через положительное влияние устойчивых элементов в сознании масс и негативные массовидные процессы эмоционально-психического заражения, паники и страха, продуцируемых психологией толпы.

Сравнительный анализ взглядов ученых на психологическое воздействие позволил выделить направления и теории, в рамках которых осуществлялись теоретические и практические исследования. Так В.Н. Куликов считает, что можно выделить ассоциативный подход. Еще Т. Браун [18] становился на подобную позицию, когда вместо ассоциации говорил о суггестии. Связывал психологическое воздействие с ассоциативной деятельностью В. Вундт [26]. Вну-

шение рассматривалось как ассоциация с сопутствующим ей сужением сознания по отношению к представлениям, которые, возникнув, не дают возможности проявиться противоположным ассоциациям (цит. по: [8, с. 73]).

На позициях ассоцианизма стоял также Л. Левенфельд [9], он понимал под внушением представление психофизического характера, которое, вследствие ограничения (или прекращения) ассоциативной деятельности, производит необыкновенное действие. Частично ассоциативный подход к психологическому воздействию разделяет Л. Бернард [17]. Он считает, что во внушении, как и в ассоциации, один стимул вызывает цепь реакций.

В рамках психоаналитического подхода к психологическому воздействию З. Фрейд [15] понимал внушение как господство внушающего над внушаемым на основе желания последнего, его веры и подчинения суггестору. В качестве объяснительного фактора использовалось понятие трансфера (переноса на психоаналитика чувств пациента). Сначала в этом процессе подчеркивалось значение неограниченного любовного самопожертвования, потом в основе суггестивных отношений виделись «либидо» и «психология Я». Подобную точку зрения разделяют М. Брентано, М. Хилл, Р. Кнайт (цит. по: [8, с. 75]). Позднее представители психоаналитического направления стали связывать суггестивные отношения с агрессивными тенденциями и их удовлетворением. Например, Л. Шерток считает, что в гипнотических отношениях «трансфер» управляется вознаграждением: психотерапевт одаривает пациента своими словами, а воздействие принимается как подкрепление, как хорошая пища [19]. По мнению С. Фишера, внушение принимается, если оно бессознательно ассоциируется с «хорошей субстанцией», и, наоборот, внушение отвергается, если оно приобретает значение «дурной субстанции» [22].

В рамках бихевиористического подхода воздействие рассматривается по схеме «стимул – реакция» [13]. Считается, что воздействие напрямую, автоматически вызывает ответ. Так, К. Халл [23] видит в психической реакции ответ на предварительно обусловленный стимул, а Ф. Оллпорт [16] понимает данное явление как автоматический ответ на социальный стимул. По мнению М. Клайна [5], эф-

фект психологического воздействия целиком определяется содержанием и способом его подачи, в то же время личность является пассивным «приемником» воздействия. П. Друкер [20] делается вывод, что, используя приемы психологического воздействия, можно манипулировать людьми так, чтобы они делали то, чего от них хотят. Позднее некоторые из необихевиористов в схему «стимул – реакция» в качестве промежуточной величины вводят переменные. Например, Дж. Клаппер [24] говорит о «самоотборе», «выборочном восприятии»; А. Игли [21] возможными переменными называет ценности и вкусы личности.

В рамках необихевиористической парадигмы было разработано несколько оригинальных прикладных теорий психологического воздействия и убеждения. В первую очередь, это теория подражания Миллера и Долларда, а также целая система информационно-процессуальных теорий убеждающего воздействия [1].

Существенное влияние на разработку современных концепций воздействия оказали теории, разработанные в рамках когнитивной психологии, а именно: теории когнитивного соответствия (Ф. Хайдер и др.), теория социального сравнения (Л. Фестингер), теория атрибуции (С. Шехтер, Дж. Сингер и др.), теория аттракции (Т. Ньюком и др.), теория самовосприятия (Д. Бем), теория управления впечатлением (Дж. Тодеша) [11, с. 9].

В гуманистической психологии понятие психологического воздействия специально не обсуждается. Учитывая положение данной концепции о том, что активность человека и потребность самосовершенствования выступают не изолированно, развиваются только в условиях взаимоотношений, общения между людьми (построенного на принципах равноправного диалога), можно предположить, что воздействие в рамках гуманистической психологии будет пониматься как взаимовоздействие, взаимопроникновение и взаимопомощь в развитии потенциала личности.

По мнению В.Н. Куликова, можно выделить также представителей эклектического взгляда на психологическое воздействие [7]. В психологии этим термином наиболее часто обозначается такая позиция, которая либо вовсе игнорирует, либо сводит к минимуму различия между теориями, признавая в каждой из них то, что представ-

ляется наиболее привлекательным. Так, Б. Сидис [12] механически, не всегда логично соединяет подходы психоанализа и бихевиоризма.

Проведенный анализ зарубежных работ показывает, что в проблеме психологического воздействия и связанных с ним явлений, особенно в области изучения влияния индивидуально-личностных характеристик субъектов и объектов исследуемого явления на эффективность данного процесса, есть моменты, требующие уточнения, а порой и серьезных теоретико-экспериментальных исследований. Обнаруживается отсутствие внимания к индивидуально-психологическим факторам подверженности этому воздействию. Можно предположить, что индивидуальные особенности субъектов манипулятивного психологического воздействия по-разному отразятся на эффективности одних и тех же способов реализации этого воздействия. Учет этого обстоятельства позволит спрогнозировать поведенческие эффекты и избежать серьезных социальных последствий в виде изменения общественного настроения, ценностей, убеждений и, как следствие, социального поведения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева, Г. М. Современная социальная психология на Западе / Г. М. Андреева, Н. И. Богомолова, Л. А. Петровская. – М. : Изд-во МГУ, 1978. – 270 с.
2. Аристотель. Риторика. Кн. 3 / Аристотель ; пер. С. С. Аверинцева // Аристотель и античная литература. – М. : Наука, 1978. – С. 164–228.
3. Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Р. Пратканис. – Перераб. изд. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 384 с. – (Проект «Психол. энцикл.»).
4. Грачев, Г. В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. В. Грачев, И. К. Мельник. – М. : Эксмо, 2003. – 385 с.
5. Клайн, М. Математика. Поиск истины / М. Клайн. – М. : Мир, 1988. – 295 с.
6. Ковалев, Г. А. Психологическое воздействие: теория, методология, практика : автореф. дис. ... д-ра психол. наук / Г. А. Ковалев. – М., 1991. – 38 с.
7. Куликов, В. Н. Историографический анализ изученности психологического воздействия в мировой науке / В. Н. Куликов // Вестн. Иван. гос. ун-та. Сер. «История. Философия. Педагогика. Психология». – 2001. – № 2. – С. 68–85.
8. Куликов, В. Н. Психологическое воздействие: методологические принципы исследования / В. Н. Куликов // Теоретические и прикладные исследования психологического воздействия. – Иваново : Изд-во ИвГУ, 1982. – С. 6–23.
9. Левенфельд, Л. Гипнотизм. Руководство к изучению гипноза и внушения (особенно в медицине и юриспруденции) / Л. Левенфельд. – Саратов : Тип. «Сарат. Дневника», 1903. – 438 с.
10. Мясников, В. С. Антология хитроумных планов / В. С. Мясников // Зенгер, Х. Стратagemы. О китайском искусстве жить и выживать. Знаменитые 36 стратагем за три тысячелетия : монография / Х. Зенгер. – М. : Наука, 1995. – С. 6–10.
11. Повалкович, Т. Г. Идеографический подход к измерению эффективности и измерению эффективности видеотренинга делового общения : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Т. Г. Повалкович. – М., 1996. – 29 с.
12. Сидис, Б. Психология внушения / Б. Сидис. – СПб. : Тип. и Литогр. В. А. Тиханова, 1902. – 394 с.
13. Уотсон, Дж. Психология, как ее видит бихевиорист / Дж. Уотсон. – СПб. : Питер, 2006. – 589 с.
14. Фрейд, З. Очерки по психологии сексуальности / З. Фрейд // Я и Оно : сочинения / З. Фрейд. – М. : Эксмо, 2004. – С. 529–710.
15. Цицерон, М. Т. Три трактата об ораторском искусстве / М. Т. Цицерон ; пер. с латин. Ф. А. Петовкого, И. П. Стрельниковой, М. Л. Гаспарова ; под ред. М. Л. Гаспарова. – М. : Ладомир, 1994. – 475 с.
16. Allport, F. H. Social psychology / F. H. Allport. – Boston : Houghton-Mifflin, 1924. – P. 11.
17. Bernard, L. Psychology social / L. Bernard. – N. Y. : Free Press, 1926. – P. 376.
18. Brown, T. Lectures on the Philosophy of the Mind. Vol. 2. / T. Brown. – Edinburgh, 1851. – 562 p.
19. Chertok, L. L'Hypnose / L. Chertok. – 3rd ed. – Paris : Revival, 1963. – P. 156.
20. Drucker, P. F. Managing in the Next Society (2002) / P. F. Drucker // Управление в обществе будущего. – М. : Вильямс, 2007. – С. 320.
21. Eagly, A. Sex Differences in Social Behavior: A Social-Role Interpretation / A. Eagly. – Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates, 1987. – 190 p.
22. Fisher, S. Body experience in fantasy and behavior / S. Fisher. – N. Y. : Appleton – Century – Crofts, 1970. – 690 p.
23. Hull, C. L. Knowledge and purpose as habit mechanisms / C. L. Hull. – Psychological Review Company, 1930. – P. 511–525.
24. Klapper, J. The effects of mass communication / J. Klapper. – N. Y. : Free Press, 1960. – 302 p.
25. Larson, Ch. U. Reception and Responsibility / Ch. Larson. – Belmont California, 1995. – P. 215.
26. Wundt, W. Hipnotismus und Suggestion / W. Wundt. – Leipzig, 1892. – 110 s.

**THE INFLUENCE AS PSYCHOLOGICAL PHENOMENON:
A HISTORIOGRAPHICAL ANALYSIS**

A.A. Sergeev, K.A. Kuchmistov, E.S. Kovalenko

The article provides a historical analysis of the views of foreign scholars on the psychological impact to assign them to various psychological approaches and directions. According to the authors, despite the relevance and value tradition siderable development in psychology, the problem of the psychological impact and related phenomena has many unresolved issues. Especially in the study of the influence of individual personality characteristics of the subjects and objects of the phenomenon on the efficiency of the process.

Key words: *historiographical analysis of the category of "impact" study the impact of current trends, the general laws of psychological impact, individual personality factors exposure, predict behavioral effects.*