



УДК 159.9

## Психологическое воздействие как социально-психологическая проблема

Ю. В. Макаров

*Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,  
г. Санкт-Петербург  
E-mail: [op.rgpu@gmail.com](mailto:op.rgpu@gmail.com)*

**Аннотация.** Раскрываются различные аспекты психологического воздействия как феномена социальной психологии, дается анализ его структуры, видов, способов, анализируются механизмы социально-психологического воздействия на личность.

**Ключевые слова:** психологическое воздействие, субъект психологического воздействия, объект психологического воздействия, мишени воздействия, заражение, подражание, внушение, убеждение.

Актуальность феномена «психологическое воздействие» обусловлена тем, что каждый человек, как правило, выступает и как субъект, и как объект различного рода воздействий, что вызывает необходимость приобретения им знания, умения, навыков адекватного реагирования на эти воздействия для гармоничного взаимодействия с окружающим социумом.

В известной степени «всю историю психологии... можно понимать как историю ответа на вопрос о сущности, природе, критериях эффективности психологического воздействия» [4, с. 42].

Под психологическим воздействием понимается «воздействие одного индивида на психику другого индивида (группы), которое в своей произвольной форме исходит из определенного мотива и преследует цель изменения или укрепления взглядов, мнений, отношений, установок и других психологических явлений» [4, с. 117]. То есть по своей сущности психологическое воздействие представляет собой как бы «проникновение» одной личности (группы) в психологию личности другой (группы).

Перестройка психики под влиянием психологического воздействия может быть: парциальной, когда, например, силой педагогического воздействия учитель может перестроить отношение ученика к какому-либо одному предмету; глобальной, когда перестраивается целая группа психических явлений, например эмоциональная сфера личности.

Психологическое воздействие различают по критерию целенаправленности: преднамеренное и непреднамеренное. Оно может быть положительным и отрицательным.

Психологическое воздействие является важнейшим элементом в структуре общения и определяется содержанием деятельности, ролевой структурой, конкретными целями общения, а также индивидуально-психологическими особенностями партнеров по общению.

К способам психологического воздействия относятся заражение, внушение, подражание.

Все перечисленные феномены являются категориями социальной психологии и получили достаточно глубокое осмысление их природы, сущности, возникновения и проявления. Форма психологического воздействия может быть: вербальной (словесной) и невербальной (жесты, мимика, поза и т. д.).

Соотношение вербальных и невербальных средств психологического воздействия может быть различным в зависимости целей воздействия. В одних случаях они могут совпадать, усиливая друг друга, в других – не совпадать и противоречить друг другу. Умение расшифровать средства воздействия – важнейший показатель мастерства психолога, педагога, ведущего тренинговых групп.

Г. А. Балл пишет, что «...под «воздействием» обычно подразумевают то, что способно изменить установки и поведение индивида или группы» [2].

Психология воздействия – одно из направлений социальной психологии, которое активно осваивается социальными психологами. Начало ему было положено в трудах Г. Гарда, Г. Лебона, Ф. Оппорта и др. Свое дальнейшее развитие оно получило в теориях когнитивного диссонанса (Л. Фестингер), теории каузальной атрибуции и самоатрибуции (Дж. Сингер, С. Шехтер), теории когнитивного соответствия (Ф. Хайдер, Т. Ньютон, Ч. Осгуд, Л. Фестингер и др.).

Среди отечественных ученых нет единства в отношении этого понятия. На это в своей работе обращает внимание Е. Л. Доценко: «Неразработанность как самого понятия “психологическое воздействие”, так и теоретического аппарата его описания, отмечалась неоднократно» [3].

Среди отечественных психологов проблемами психологического воздействия занимаются Г. А. Балл, В. М. Бехтерев, А. А. Бодалев, А. А. Деркач, Е. Л. Доценко, И. Г. Дубов, В. П. Зухаров, Т. С. Кобаченко, Г. А. Ковалев, В. Н. Куликов, А. Н. Леонтьев, Е. В. Сидоренко, Г. С. Сухобская, А. У. Хараш, А. Д. Чанько, Юрченко и др.

Г. А. Ковалев указывает на актуальность данных исследований: «Непреходящее значение рассматриваемой проблемной области обусловлено, прежде всего, тем, что саму человеческую жизнь, в известном смысле, можно трактовать как непрерывную цепь разнообразных воздействий, которым с момента зарождения начинает подвергаться индивид и которые он уже сам начинает оказывать на свое окружение и самого себя. Таким образом, в реальной жизни каждый человек выступает, в известном смысле, прежде всего в качестве субъекта и объекта различного рода воздействий».

Он же (Г. А. Ковалев) под воздействием в самом общем смысле слова предлагает понимать «процесс, происходящий на различных уровнях существования материальных явлений и их отдельных свойств, которые реализуются

в ходе взаимодействия двух или более равно упорядоченных систем, результатом которого является изменение в структуре, состоянии хотя бы одной из систем» [4, с. 42].

В психологии воздействие определяется как целенаправленный перенос движения и информации от одного участника взаимодействия к другому. Н. В. Матяш характеризует психологическое воздействие как «изменение психологического состояния человека, его поведения, его личностно-смысловых образований (установок, мнений, целей, оценок и др.) другим человеком или группой людей» [5].

Объединяющим определением психологического воздействия является понятие «изменение», которое должно стать итогом, результатом любого психологического воздействия.

Типология психологического воздействия может быть установлена в соответствии с парадигмами, существующим в психологии.

Г. Н. Ковалев дает характеристику и описание этих парадигм:

1. Объектная, или реактивная парадигма, в соответствии с которой психика рассматривается как пассивный объект воздействия.

2. Субъектная, или акциональная парадигма, основанная на признании активности отражения гетеродействий, когда личность сама оказывает преобразующее воздействие на поступающую к ней извне психологическую информацию.

3. Субъектно-объектная, или диалогическая парадигма, в рамках которой психика выступает в качестве открытой и находящейся в постоянном взаимодействии системы, последняя обладает контурами гетеро- и ауторегуляции. Психика в таком случае рассматривается как многомерная система, а группа тренинга как психическая полисистема, имеющая разные интеграции.

В связи с рассмотренными парадигмами выделяют три стратегии психологического воздействия:

– императивную стратегию, ориентированную на кратковременный эффект психологического воздействия и не затрагивающую глубинные структуры психической организации личности. Императивная стратегия наиболее уместна и эффективна в экстремальных ситуациях, когда требуется оперативное принятие и исполнение важных для сохранения системы психики решений в условиях дефицита времени. Психологические возможности приемов императивного воздействия исчерпываются подкреплением и усилением элементов структуры, уже имеющихся у личности, т. е. определенной и специфической субъектной организацией системы психических установок и моделей поведения;

– манипулятивную стратегию, способную существенно изменить психологическое поле личности с помощью приемов подсознательного стимулирования, действующих в обход психического контроля личности, а также при посредстве так называемых маркировочных и конверсионных техник, блокирующих системы защиты или их разрушающих, выстраивая взамен новые психологические установки и модели поведения;

– развивающую стратегию, обеспечивающую актуализацию потенциала собственного саморазвития каждой из взаимодействующих психологических систем в группе тренинга. Психологическим условием реализации такой стратегии является диалог, принципиальным условием организации которого служит открытость взаимодействующих психологических систем друг относительно друга [4, с. 117].

В психологических тренингах, и в первую очередь социально-психологическом, наиболее эффективно психологическое воздействие с позиций развивающей стратегии.

Центральной фигурой любой формы психологического воздействия является его субъект, от которого во многом зависит эффективность воздействия. Субъектом может быть отдельный человек или группа людей.

В работах М. М. Бехтера, А. Г. Ковалева, В. Н. Колбановского показано, что группа людей обладает большей силой воздействия, чем отдельный индивид. Принцип активного использования группы как форма психологического воздействия с целью решения психологических и психотерапевтических задач является одним из основных в тренинговой практике.

Помимо субъекта, следует различать и объект воздействия. Он также может быть индивидуальным или групповым.

Если для личности объектом воздействия являются ее особенности, то для группы этими особенностями будут выступать групповое сознание и ряд групповых психологических процессов.

Мишенями воздействия могут выступать:

- психические процессы,
- психические явления.
- психические состояния,
- когнитивная сфера личности,
- аффективная сфера личности,
- поведенческая сфера личности,
- личность в целом.

Объединенный состав мишеней психологического воздействия выглядит следующим образом [1]:

- 1) побудители активности – потребности, интересы, склонности, идеалы;
- 2) регуляторы активности – смысловые, целевые и операциональные установки, групповые нормы, самооценка, мировоззрение, убеждения, верования;
- 3) когнитивные (информационные) структуры – знания о мире, людях, сведения, которые обеспечивают информацией человеческую активность;
- 4) операциональный состав деятельности – способ мышления, стиль поведения, привычки, умения, навыки, квалификация.
- 5) психические состояния – фоновые, функциональные, эмоциональные и др.

О. С. Андреева отмечает [Там же, с. 56], что в качестве мишени может выступать профессиональное самосознание и его составляющие. Приведем пример применения одной из технологий психологического воздействия, используемой автором со студентами-психологами, «Кто я?»:

1. Цель, задачи: обеспечить студентам факультета обратную связь от их близкого окружения, так называемый взгляд со стороны.

2. Целевая аудитория: студенты факультета психологии.

3. Составляющие профсамоосознания, на которые производится воздействие: актуальная самооценка (аффективный компонент), обратная связь (когнитивный компонент), отношения с равными коллегами, учет оценки себя со стороны коллег.

4. Составляющие социальной ситуации, за счет которых производится воздействие: структура (сценарии, роли), мотивационная составляющая (энергия, потребности), наборы элементарных действий (паттерны), компоненты – знания участников.

5. Характеристики ситуации, с помощью которых производилось воздействие: другой человек, коммуникативные коды, понятие как средство взаимопонимания.

6. Исполнители: экспериментатор и один ассистент.

7. Условия максимальной эффективности поведения: время, предшествующее какому-либо торжественному событию на факультете, результаты оглашаются во время этого торжественного события.

8. Содержание технологии: экспериментатором было проведено четыре фокус-группы, на каждой из них выделялись наиболее яркие типовые характеристики студентов факультета. По результатам групповых интервью были выделены шесть типов студентов. На основе этих данных составлены юмористические характеристики на все типы и за несколько дней до студенческой научной конференции вывешены на факультете для проведения голосования. Студентам предлагалось отнести себя и своих знакомых к определенному типу. Результаты голосования должны быть объявлены на открытии студенческой научной конференции, победителям предлагалось вручить дипломы.

9. Ожидаемый результат: у студентов активизируются процессы осознания своих качеств за счет полученной от окружающих обратной связи и сравнения себя с представленными характеристиками типов студентов.

10. Целесообразность: это мероприятие позволяет получить анонимную обратную связь именно от студентов, она кажется нам особенно важной, так как обратная связь от преподавателей – явление привычное, а значит, есть вероятность, что не все студенты к ней внимательны. Тогда как результаты голосования, предложенного нами, пропустить труднее – они носят нестандартный характер, к тому же бланки с указанием победителей по номинациям были расклеены по всему факультету.

Спецификой и особенностью социально-психологического подхода и процесса воздействия является рассмотрение его в диалектическом единстве взаимодействия личности и группы.

Совместная деятельность на психологическом тренинге, в тренинговой группе – суть и основа социально-психологического воздействия.

Г. М. Андреева называет тренинг социально-психологическим воздействием. Она считает, что тренинг как активное социально-психологическое воздействие – самая сложная часть практической психологии.

Субъект-субъектная форма общения на тренинге составляет, на взгляд многих авторов, существо, стержень социально-психологического воздействия.

Анализируя внушение, Л. Г. Титова к психотехническим приемам внушения относит:

- интонационное стимулирование внушаемого высказывания;
- ссылки на авторитет;
- многократное воспроизведение через определенные одинаковые промежутки времени одних и тех же логически выстроенных дискурсов, в которых содержится внушаемая информация;
- идентификацию через уподобление социально значимому другому, подражание его имиджу и модели поведения [8].

Н. В. Матяш, приводя схему соотношения механизмов воздействия (рис. 1), указывает на их связь с аффективной и познавательной сферами, отмечает, что при движении от заражения к убеждению снижается роль эмоций и возрастает значение мыслительных процессов в восприятии и оценке личностью посторонних влияний.

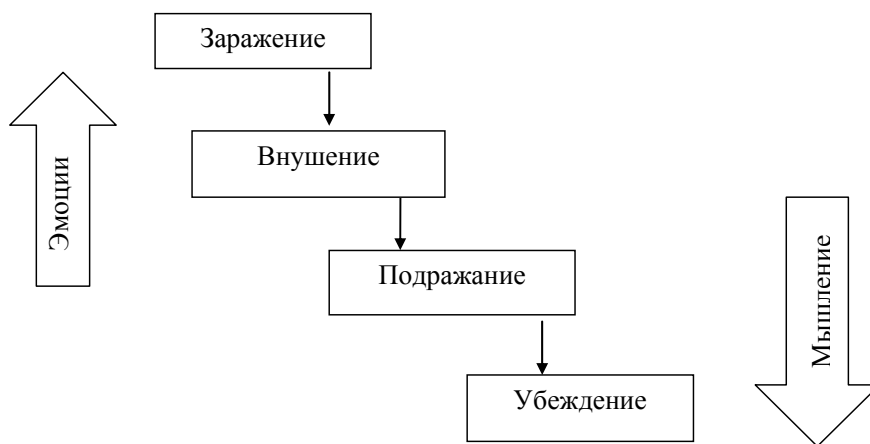


Рис. 1. Соотношение механизмов воздействия на личность и их связь с эмоциями и мышлением

Указанные механизмы социально-психологического воздействия на личность актуализируются по очереди в ходе ее индивидуального развития (онтогенеза) [5].

Известный специалист в области социальной психологии Б. Д. Парыгин [6], характеризуя в целом данные феномены, отмечает две главные их особенности:

– они являются результатом взаимосвязи и взаимодействия людей в процессе общения, что свидетельствует об их социально-психологической сущности и природе;

– они носят, как правило, неосознаваемый, спонтанный и не поддающийся сколько-нибудь полному социальному контролю характер.

Специфика *заражения* и *подражания* состоит в том, что их истоки уходят в глубины человеческой истории: ритуальные танцы и пляски членов первобытной общины, массовые психозы, возникающие в различные исторические отрезки времени, религиозные экстазы. Внушение как объект социально-психологического исследования стало развиваться сравнительно недавно, и одним из первых, кто предпринял попытку специального исследования феномена внушения, был В. М. Бехтерев.

Как социально-психологическое явление *убеждение* представляет собой весьма специфический компонент как структуры воспитываемой личности, так и способа организованного воздействия на психику человека. В отличие от *внушения*, *убеждение* основывается на системе логических доказательств и предполагает осознанное отношение того, кто его воспринимает.

Исторически *убеждение* как метод воздействия стало применяться в социальной практике значительно позже, чем начали действовать механизмы социально-психологического *внушения* и *заражения*.

Для того чтобы убеждение как метод воздействия было наиболее эффективным, утверждает Б. Д. Парыгин, оно должно отвечать целому ряду требований:

1) содержание и форма убеждения должны отвечать уровню возрастного развития личности;

2) убеждение должно строиться с учетом индивидуальных особенностей личности;

3) при всех условиях убеждение должно быть последовательным, логичным, максимально доказательным;

4) убеждения должны содержать как обобщенные положения (принципы и правила), так и конкретные факты и примеры;

5) при убеждении часто бывает необходимо анализировать факты поведения, которые одинаково известны собеседникам. Это дает возможность избежать сомнений как в истинности самого факта, так и в характере общего вывода;

6) убеждая других человек должен сам глубоко верить в то, что он общает.

Подводя итоги сказанному, можно сделать следующие выводы.

1. Психологическое воздействие – одно из направлений социально-психологической науки.

2. Среди ученых нет единства мнений в отношении данного феномена.

3. Психологическое воздействие является важнейшим элементом в структуре общения.

4. Важнейшими компонентами структуры любого психологического воздействия выступают: заражение, подражание, внушение, убеждение.

## Список литературы

1. Андреева О. С. Микросоциальные технологии в становлении профессионального самосознания студентов-психологов : дис. ... канд. психол. наук / О. С. Андреева. – М., 2007. – С. 87.
2. Балл Г. А. О понятиях «воздействие», «действие» и «операция» / Г. А. Балл // Вопр. психологии. – 1947. – № 4. – С. 10–21.
3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномена, механизма и защиты / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997. – С. 61.
4. Ковалев Г. А. Психологическое воздействие: теория, методология, практика : дис. ... д-ра психол. наук / Г. А. Ковалев. – М., 1991. – 477 с.
5. Матяш Н. В. Методы активного социально-психологического обучения : учеб. пособие / Н. В. Матяш, Т. А. Павлова. – 2-е изд., стер. – М. : Издат. центр «Академия», 2010. – С. 13. – 96 с.
6. Парыгин Б. Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории / Б. Д. Парыгин. – СПб. : ИГУП, 1999. – С. 408. – 592 с.
7. Психология. Словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд. испр. и доп. – М. : Политиздат, 1990. – С. 58. – 494 с.
8. Титова Л. Г. Технологии делового общения : учеб. пособие / Л. Г. Титова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С. 141. – 271 с.

## Psychological Impact as Socio-Psychological Problem

Y. V. Makarov

**Abstract.** Different aspects of psychological impact as social psychology phenomenon are considered. The analysis of its structure, forms, and modality is given. Mechanism of social and psychological effect on personality is analyzed.

**Keywords:** psychological impact, psychological impact subject, psychological impact object, impact target, contagion, imitation, suggestion, persuasion.

*Макаров Юрий Васильевич  
кандидат психологических наук, доцент  
Российский государственный  
педагогический университет  
им. А. И. Герцена  
191186, г. Санкт-Петербург,  
набережная Реки Мойки, 48  
e-mail: op.rgpu@gmail.com*

*Makarov Yuri Vasilievich  
Candidate of Sciences (Psychology)  
Associate Professor  
The Herzen State Pedagogical University  
of Russia  
48, the Moika River Embankment,  
St.-Petersburg, 191186  
e-mail: op.rgpu@gmail.com*