

Тема 2.4. Психология воздействия в общении

Понятие и специфика социально-психологического механизма общения

Под **механизмами общения** здесь подразумеваются те социально-психологические явления и процессы, возникающие в результате взаимовлияния людей друг на друга, которые оказывают самое непосредственное воздействие на уровень их коммуникативной активности, глубину и полноту их психологического контакта и взаимопонимания, на характер и эффективность их коммуникативного поведения.

Данное определение в какой-то мере аналогично по существу и общепринятой трактовке самого понятия механизма безотносительно к его применению в той или иной области природных или социальных явлений. Оно предполагает характеристику устройства для передачи или преобразования движения, которое вызывает движение других тел.

Этому смысловому значению понятия механизма вполне отвечает и его применение к феноменологии таких явлений, как психическое заражение или подражание, внушение, убеждение или мода.

Последние способны выступать в роли именно такого пускового механизма коммуникативного поведения людей в группе, в массе и коллективе, который влияет на ход, стадии и результаты всего процесса человеческого общения.

Специфика механизмов общения

Наряду с общей характеристикой смыслового значения понятия и феноменологии механизма коммуникативного поведения правомерно говорить и о его специфике в отличие от других психологических механизмов — жизнедеятельности личности или общности, психического отражения или деятельности и др. Так, в отличие от психологических механизмов жизнедеятельности личности, связанных с реализацией ее внутреннего потенциала или внешней по отношению к нему социальной детерминации, механизмы общения реализуют прежде всего силу и потенциал внутригруппового и массового взаимодействия и взаимовлияния людей друг на друга.

В отличие от психологических механизмов функционирования общности, где доминируют интегративные процессы как условия ее нормальной жизнедеятельности, механизмы общения включают в себя не в меньшей мере и способы дезинтеграции — групповой дифференциации, негативизма, деструктивного заражения и др.

В отличие от механизмов деятельности, в основе которой лежит осознанная и целенаправленная активность субъекта, механизмы общения носят

преимущественно неосознаваемый, спонтанный и неподдающийся, как правило, сколько-нибудь полному социальному контролю характер.

Психическое заражение

Механизм психического заражения

Одним из древнейших способов интеграции групповой деятельности является механизм социально-психологического заражения.

Его истоки уходят в глубины человеческой истории, а проявления заражения бесконечно многообразны: это и заразительные ритуальные танцы, и пляски членов первобытной общины, и массовые психозы, захватывающие в различные исторические отрезки времени большие социальные группы людей.

Иногда даже целые народы могут быть подвержены массовым психозам, которые способны проявляться в разнообразных вспышках душевных состояний — от массового спортивного азарта или религиозного экстаза до массового политически окрашенного психоза (национализм или фашизм).

Проблема заражения в различное время затрагивалась в отечественной научной и публицистической литературе. Однако до настоящего времени остаются во многом неясными сам механизм и функции социально-психологического заражения.

Есть основание говорить о нескольких особенностях, отличающих заражение от других, близких к нему способов социально-психологического общения.

Определение понятия психического заражения

В отличие от подражания, конформности и других форм адаптации индивида к нормам, шаблонам и эталонам, навязываемого по отношению к нему извне поведения, заражение выступает как форма спонтанно проявляющегося внутреннего механизма поведения человека.

Заражение характеризует во многом бессознательную, невольную подверженность индивида определенным психическим состояниям.

Оно осуществляется не через пассивное созерцание и более или менее осознанное принятие внешне очевидных образцов поведения (как при подражании), а через передачу психического настроения, обладающего большим эмоциональным зарядом, через накал чувств и страстей.

Указывая именно на эту важную особенность заражения, Н.К. Михайловский справедливо отмечал в свое время то обстоятельство, что эффект заразительности внешнего воздействия определяется не только силой его эмоционального заряда, но и самим фактом непосредственного психического контакта между общающимися людьми.

Секрет эмоционального воздействия в условиях непосредственного

контакта заключается в самом механизме социально-психологического заражения. Последний в основном сводится к эффекту многократного взаимного усиления эмоциональных воздействий общающихся между собой людей.

При этом сила нарастания накала страстей, создающая психический фон заражения, находится в прямой пропорциональной зависимости от величины аудитории и степени эмоционального накала индуктора.

Функции заражения

Наряду с рассмотрением механизма самого заражения нужно различать другой вопрос — о назначении, применении и функциях заражения как способов группового во действия. Если подойти к вопросу с этой стороны, то будет очевидно, что в качестве средства психологического воздействия на группу заражение может использоваться нескольких различных случаях.

Во-первых, с целью еще большего усиления группой сплоченности, когда такая сплоченность уже имеет место, *во-вторых*, как средство компенсации недостаточной организационной сплоченности группы. Последнее осуществляется при условии недостатка средств и информации относительно путей достижения необходимой сплоченности на какой-то рациональной основе.

Именно с этим обстоятельством было связано, например, сознательное использование механизма заражения и внушения во времена господства фашизма в Германии. Специальным приказом членам гитлерюгенда предписывалось в свое время коллективное прослушивание речей фюрера по радио. А именно в толпе (психологи знают об этом издавна) человек легче всего поддается заражению и внушению.

Внушение

Внушение и контрвнушение

В свете сказанного интерес представляет попытка Б.Ф. Поршнева объяснить через призму механизмов внушения (суггестии) и контрвнушения (контрсуггестии) по-новому ряд важнейших страниц древнейшей истории человечества.

Так, если с суггестией, по мнению Б. Ф. Поршнева, связана зависимость человека от принудительной силы коллективных действий и представлений, уходящая в глубокие недра социальной психологии, то с контрсуггестией связано рождение «внутреннего мира», психической независимости личности.

Взаимодействием механизмов суггестии и контрсуггестии объясняется и исторический процесс социальной (демографической и лингвистической) дифференциации человечества, который нашел выражение, с одной стороны, в

быстром расселении по материкам и архипелагам земного шара в течение первых 15—20 тыс. лет нашей истории и, во-вторых, в факте возникновения множественности языков из некогда единого праязыка.

И тот и другой процессы, имевшие место на заре человеческой истории, могут быть рационально поняты, по мнению Б.Ф. Поршнева, как результаты контрсуггестии, то есть сопротивления человека, находящегося под бременем межиндивидуального давления, внушающей силе слова в рамках первой исторической общности «мы».

«Людей, — пишет Б.Ф. Поршнев, — раскидало по планете нечто специфически человеческое. Невозможно этот факт свести к тому, что людям не доставало кормовой базы на прежних местах: ведь другие виды животных остались и питаются на своих древних ареалах нередко и до наших дней — корма хватает. Нельзя сказать, что люди расселялись из худших географических условий в лучшие, факты показывают, что имело место и противоположное. Им не стало тесно в хозяйственном смысле, ибо общая численность человечества в ту пору (в каменном веке) была невелика. Им, скорее, стало тесно в смысле проявления и развития бремени межиндивидуального давления».

Но если древнейшее расселение позволило человеку избежать бремени психологического давления, как бы прикрывшись от этого давления пространством, разделяющим людей, то многоязычие явилось дополнительным щитом — щитом непонимания чужого слова, который также прикрывал человека от силы влияния суггестии.

Внушение и заражение

Признавая правомерность, значимость и ценность предлагаемой Б.Ф. Поршневым гипотезы относительно генезиса исторического процесса с точки зрения концепции взаимодействия суггестии и контрсуггестии, нельзя, вместе с тем, не оставить за собой права полемики с ним по вопросу о природе и сущности самого феномена внушения в отличие от других близких или сходных с ним социально-психологических механизмов психического воздействия на человека.

Само внушение (суггестия) рассматривается Б.Ф. Поршневым как разновидность или один из типов заражения наряду с подражанием. С этим нельзя целиком согласиться.

Конечно, между заражением и внушением есть много общего. Последнее состоит в том, что заражение и внушение являются способами групповой интеграции, способами сколачивания общности в одно целое путем создания общего психического состояния, перерастающего затем в совместную групповую и массовую деятельность.

Далее, есть основание говорить о большой степени взаимовлияния

заражения и внушения друг на друга. Посредством внушения может осуществляться заражение группы или большой массы людей единым настроением.

Но если заражение единым социальным настроением оказывается результатом внушения, то в свою очередь заражение, психическое состояние общего настроения может выступать и выступает уже в качестве важной предпосылки и существенного условия дальнейшего повышения эффективности внушающего воздействия.

Однако из всего сказанного не следует делать вывод о том, что внушение представляет собой лишь разновидность того же заражения. Внушение качественно отличается от заражения. Эти различия могут быть сведены к следующему.

Прежде всего в отличие от заражения, представляющего собой способ сопереживания людьми одновременно общего психического состояния (почему и говорится о «заражении»), внушение не только не предполагает, но даже, более того, совершенно исключает или, по крайней мере, как правило, исключает психическое состояние равновеликого сопереживания идентичных эмоций и представлений объектом и субъектом внушения, индуктором и реципиентом.

С очень большой натяжкой можно было бы сказать о том, что внушение — это одностороннее заражение, когда источник заражения оказывает влияние, «заражает» других, сам при этом не поддаваясь силе и эффекту общего заражения.

Но и такое представление о внушении весьма неточно. Трудно себе представить человека, способного что-либо внушить другим, если он сам оказался во власти общего стихийно возникшего настроения, если он сам явился жертвой психической «заразы», поразившей всех.

И, наоборот, вызвать то или иное психическое состояние, заразить людей тем или иным настроением — это не значит полностью идентифицироваться с создаваемым образом.

В противном случае даже блестяще исполняющий свою роль актер, покоряющий, «заражающий» своим настроением зрителя, должен был бы в буквальном смысле, а не условно убивать или избивать, войдя в роль, своего партнера.

Но искусство внушения в отличие от процесса заражения как раз и состоит в том, что оно носит несколько односторонний характер.

Внушающий должен заразить других, в какой-то мере, конечно, заражая и себя, но при этом все время оставаться на достаточно высоком уровне самоконтроля, чтобы не заразиться полностью и самому.

В отличие от заражения, внушение представляет собой более сложную

форму социально-психологического воздействия, исторически более молодую, чем заражение, и связанную с развитием вербальной активности человека и его индивидуальности.

Если заражение как процесс взаимодействия может носить неперсонифицированный характер, являясь результатом спонтанной, стихийной тонизации психического состояния группы или массы людей в результате простого

психического контакта общающихся, то внушение является процессом одностороннего активного и персонифицированного воздействия одного индивида на другого или группу людей.

В отличие от заражения, которое носит, как правило, невербальный характер, то есть может осуществляться помимо речевого воздействия (танцы, игры, музыка, отдельные звуки, ритм и темп совместных движений и т. д.), внушение носит, наоборот, за исключением отдельных случаев гипноза и телепатической связи, вербальный характер, то есть осуществляется посредством речевого сообщения.

Степень осознанности внушающего воздействия

Сам акт внушающего воздействия одного человека на другого может носить в различной степени осознанный характер.

В процессе общения люди постоянно воздействуют друг на друга, внушая или навязывая друг другу свое мнение, оценки и настроение, но далеко не всегда осознают и расценивают это как факт внушения и взаимовнушения.

Особенностью внушения в отличие от убеждения является его адресованность не к логике и разуму личности, не к ее готовности мыслить и рассуждать, а к ее готовности получить распоряжение, инструкцию к действию.

Поэтому внушение не нуждается в системе логических доказательств и глубоком осознании смысла сообщаемой информации.

«Внушение, — писал В.М. Бехтерев, — действует путем непосредственного прививания психических состояний, то есть идей, чувствований и ощущений, не требуя вообще никаких доказательств и не нуждаясь в логике».

Условия эффективности внушения

С особой силой внушение действует на лиц впечатлительных и вместе с тем не обладающих достаточно развитой способностью к самостоятельному логическому мышлению, не имеющих твердых жизненных принципов и убеждений.

Это относится прежде всего к категории детей и подростков. Высокая степень податливости внушению вообще свойственна людям, для которых

характерны доминирование ситуативного психического, настроения, а также состояние неуверенности в себе.

В число других важных условий эффективности внушения как способа воздействия следует назвать также авторитетность источника информации, которая, в свою очередь, располагает к доверию и снимает сколько-нибудь значительное сопротивление внушающему воздействию.

При соблюдении этих условий мнение и требования внушающего смогут стать активными элементами сознания реципиента (его мотивами, побуждениями и т.д.) и оказывать значительное влияние на его поведение, восприятие и понимание окружающих людей.

Психологическая установка в процессе внушения

О том, сколь значительно воздействие внушенной установки на оценки и характеристики, которые дает человек другим людям исходя, например, лишь из их внешних признаков, свидетельствует эксперимент, проведенный психологом А.А. Бодалевым.

Группе взрослых испытуемых были поочередно показаны фотографии молодого человека и пожилого мужчины. Испытуемые, видевшие каждую из фотографий в течение пяти секунд, должны были словесно воссоздать облик человека, которого они только что видели.

Показ фотографий сопровождался установкой — характеристикой изображенных на них лиц. Установками, предшествовавшими показу фотографии, были: «преступник», «герой», «писатель», «ученый».

Вот различные словесные портреты одних и тех же лиц, свидетельствующие о значительном влиянии установки на

Убеждение

Понятие убеждения имеет ряд различных смысловых значений, из которых три являются основными.

Во-первых, есть основание говорить об убеждении как специфическом элементе системы представлений и взглядов человека, неотделимых от всего его жизненного опыта и побуждений к деятельности.

Во-вторых, как о процессе освоения человеком внешнего мира, предполагающем качественное изменение исходных установок под влиянием жизненного опыта и идейного воздействия извне.

И, наконец, в-третьих, как о способе сознательного и организованного воздействия на психику индивида извне.

В данном случае речь пойдет именно о последнем смысловом значении понятия убеждения.

Специфика убеждения

Как и внушение, убеждение в качестве способа социально-психологического воздействия используется для того чтобы превратить сообщаемую индивиду или группе лиц информацию в систему установок и принципов личности. В отличие от внушения, убеждение основывается на системе логических доказательств и предполагает осознанное отношение того, кто ее воспринимает.

Естественно, что исторически убеждение как способ социально-психологического воздействия стало применяться в социальной практике значительно позже, чем начали действовать механизмы социально-психологического внушения и заражения.

Это естественно, поскольку необходимость критического освоения, сознательного принятия или непринятия поступающей извне информации предполагает достаточно высокий уровень интеллектуального развития человека.

Из этого вовсе не следует, что в процессе формирования убеждений человека или в самом акте убеждающего воздействия отсутствует элемент неосознанного.

В свое время еще Платон отмечал, что убеждение людей может осуществляться не только путем логических доказательств истинности нового знания, но и путем внушения.

Ораторы и судьи, по мнению Платона, часто убеждают *«не путем просвещения знанием, а путем внушения слушателям желательного для себя мнения»*.

Степень эффективности убеждающего воздействия в определенной мере зависит от степени заинтересованности в этом человека, на которого направлено данное воздействие.

Иными словами, не только в случае внушения, но и в случае убеждения необходим известный минимум предрасположения слушателя к восприятию и принятию сообщаемой информации.

Одним из важнейших признаков предрасположенности индивида к убеждающему воздействию является наличие заинтересованности в получении соответствующей информации, потребность в осмыслении волнующей проблемы.

Относительность границы между убеждением и внушением, между высокой и низкой степенями активности индивида в процессе переработки поступающей извне информации обнаруживается и в самом результате этих воздействий.

Одним из них является убеждение как элемент высокой степени активности взглядов и представлений человека, неразрывно связанных с его эмоциональной сферой и побуждениями к действию.

Убеждение и внушение

Если результатом внушения является преимущественно автоматическое, не всегда сознательное поведение как непосредственная реакция на внешнее воздействие, то результатом убеждения со временем также может стать даже бессознательное поведение.

Однако этим и исчерпывается сходство результатов внушения и убеждения, поскольку в отличие от внушения убеждение как способ воздействия не имеет своим прямым и непосредственным результатом бессознательное, привычное поведение.

Привычность и бессознательность поведения под влиянием убеждения могут стать лишь результатом полного слияния взглядов и представлений человека, выступающих в качестве убеждений, с его чувствами и волей.

А это достигается постепенно, по мере слияния убеждений со всеми другими важнейшими компонентами структуры личности.

Условия эффективности убеждающего воздействия

Сложность и многогранность процесса убеждающего воздействия предполагает воздействие как на рациональную, так и на эмоциональную сферы личности, активное взаимодействие убеждающего и убеждаемого, нередко перерастающее в явную или скрытую дискуссию.

Для того чтобы убеждение как метод воздействия было наиболее эффективным, оно должно отвечать целому ряду основных требований:

1. Содержание и форма убеждения должны отвечать уровню возрастного развития личности.
2. Убеждение должно строиться с учетом индивидуальных особенностей воспитуемого.
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, примеры.
5. При убеждении часто бывает необходимым 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, воспитатель должен сам глубоко верить в то, что он сообщает.

Включая в себя, с одной стороны, систему рассуждений и доказательств, а с другой — средства эмоциональной выразительности, действующие заразительно на собеседника, убеждение не сводится ни к одной из названных сторон.

Поэтому убеждение как способ социально-психологического воздействия нужно отличать, с одной стороны, от системы формально-логических доказательств и морализирования, а с другой — от способов простого заражения или возбуждения психического состояния окружающих.

Подражание

Подражание направлено на воспроизведение индивидом определенных внешних черт и образцов поведения, манер, действий, поступков, которые характеризуются и сопровождаются при этом определенной эмоциональной и рациональной направленностью.

Роль, виды и функции подражания

Явление социально-психологического подражания, подмеченное еще А. Смитом и исследованное Н.К. Михайловским, нашло отражение в работах Г. Тарда, Д.М. Болдуина, У. Мак-Дауголла, Г. Зиммеля и др.

Особенно большое значение этому феномену было придано в работах Г. Тарда. Последний разделял подражание на несколько видов: 1) логическое и внелогическое; 2) по последовательности и механизму движения — на внутреннее и внешнее; 3) по степени устойчивости — подражание-мода и подражание-обычай; 4) по социальной природе — подражание внутри класса и подражание одного класса другому и т.д.

Рассматривая подражание как универсальное социальное явление, аналогичное наследственности в биологии и молекулярному движению в физике, Г. Тард пытался объяснить при помощи подражания всю общественную жизнь.

«В общественном отношении, — писал он, — все оказывается изобретениями и подражаниями; подражания — это реки, вытекающие из тех гор, что представляют собой изобретения».

Подражание, по Г. Тарду, выполняет функции воспроизведения, распространения и унификации изобретений и открытий, обеспечивая тем самым как прогресс, так и одновременно определенную стабильность социальных отношений и учреждений.

Благодаря подражанию и моде происходит «распространение нововведений», и одновременно благодаря этому же механизму население Европы, как отмечал Г. Тард, превратилось в *«издание, набранное одним и тем же шрифтом и выпущенное в нескольких сотнях миллионов экземпляров».*

Контрольные вопросы

1. Что мы называем механизмами общения? Каковы условия их функционирования?

2. Каковы особенности взаимодействия между собой различных механизмов общения?
3. Охарактеризуйте психологическую установку в процессе внушения?

Самостоятельная работа

1. Подготовить доклад и презентацию на тему «Мода - социально-психологический феномен».
2. Проанализировать художественный фильм «Я и другие» с точки зрения психологии воздействия в общении