



КОНЦЕПЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Оксана ГУМЕНЮК

Copyright © 2003

Стан наукової розробки проблеми. В історії людства існує безліч ситуацій, у яких одна людина впливає на поведінку, діяльність, вчинки, стани, думки, почуття, волю, мислення іншої. У реальному житті зміст і форма такого діяння надзвичайно різноманітні, оскільки можуть охоплювати не лише особу, а й групу, організацію чи соціум. Відомо, що основним засобом впливу є *вербальна* і *невербальна* комунікація між співбесідниками. Але важливу роль під час спричинювального діяння також відіграє й ситуативне вираження кожним думок у вигляді прохання, зауваження, коментаря, переконання і т. ін. Загалом “соціальний вплив, залишаючись предметом дослідження для людей, далеко виходить за межі наукової проблеми. Червоною стрічкою проходить він через усе наше життя, а інколи – і смерть”. Крім того, “як не назвете психотерапію, ... все одно це – вплив” [22, с. 44, 389].

Проблематика психологічного діяння і сьогодні залишається важливою сферою не лише наукових, а й практичних інтересів психології. Це пов’язано з тим, що зазначене явище спрямоване на розкриття структури, механізмів, принципів, класів, способів, методів, технік *управління психічними станами*. Саме фундаментальне обґрунтування проблеми впливу визначить “логіку розгортання, розвитку та основне “надзавдання” соціальної психології як науково-практичної дисципліни, вкаже на найпроблемніші вузли дотику психологічної науки, суспільної практики і соціального замовлення” [55, с. 279].

Відповідно до *загальнометодологічного* погляду на природу психологічного впливу є підстави стверджувати, що ця проблема відіграє роль “стрижневої, “результативної” у психології й обґрунтовується як системоутворювальна категорія, що окреслює цільову перспективу (пошуки законів управління психічними явищами), прикладний потенціал і світоглядний підхід сучасної науки, пов’язаний із дієвістю відкритих закономірностей для вдосконалення соціальної практики” [30, с. 41]. Конкретний рівень *методологічного* узагальнення повинен показати, що саме *категорія психологічного впливу* становить головне *поняття* прикладної методології, що досі відсутня у вітчизняній науці [55, с. 279]. Адже функція останньої – поєднати теоретичну і практичну гілки психології, тобто науковий підхід і безпосередню життєактивність, тотальну вітальність задля її дочерного керівництва.

Зазначимо, що “внесок психології в суспільну практику при розв’язанні проблеми активізації людського чинника був би відчутніший, якби вдалося узагальнити та класифікувати традиційно використані в різних сферах практики способи і прийоми впливу на поведінку людей. Тим самим був би закладений фундамент для конкретизації рекомендацій щодо їх застосування” [24, с. 12]. У природі людського співжиття існують різноманітні впливи, котрі мають відмінну структуру, закони, принципи. Відомо, що одні спричинюють певні зміни у формах людської активності (поведінка, діяльність, спілкування, вчинки), інші –

у мотивації, пізнавальних процесах, ще інші – в емоційно-вольовій сфері особи. Відтак ефект психологічного впливу стосовно людини позначається і на перебігу суб'єктивних характеристик – її потребах, установках, ставленнях, здібностях. Ось чому окреслена проблематика має неперехідне значення для організації будь-якої суспільної роботи, у т. ч. навчально-виховної практики.

Проблемою психологічного впливу, як відомо, займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців-психологів. Зокрема, Г.О. Ковальов обґрунтував взаємозв'язок *стратегій, парадигм та класів діяння*, що є основою формування таких реальностей людини, як індивід, суб'єкт діяльності, особистість та індивідуальність [29; 30]; Г.М. Андреева, М.Н. Корнев, А.Б. Коваленко виявили психологічні *способи* впливу у процесі спілкування – чинники соціалізації та об'єднання осіб у групу [1; 32]; Т.С. Кабаченко встановила *методи* психологічного впливу, що забезпечують процес актуалізації активності кожного [24; 25]; В.П. Шейнов виявив передумови та запропонував *технологію* прихованого управління і маніпуляції у сфері традиційних та нетрадиційних способів впливу на людину [71a]; Є.В. Сидоренко запропонував класифікацію *видів* діяння і протистояння їм [54]; Є.Л. Доценко вирізнив передумови і механізми *маніпуляції*, визначивши останню як вид психологічного впливу, “використання якого спричинює приховане збудження в іншій людині намірів, котрі не співпадають з її актуальними бажаннями” [19, с. 59]; І.П. Маноха проаналізувала психологічний вплив як *принцип організації наукового дослідження* у сфері психології [43]; Г.О. Балл, М.С. Бургін провели детальний аналіз психологічного впливу в контексті його педагогічного значення [4]; А.В. Фурман встановив *ритмо-потіки* впливів організованого соціуму на психокультурний розвиток людини [67]; Е.М. Яценко виділила *види* впливів: комунікативний, перцептивний, інтерактивний у процесі

становлення особистості [77]; В.В. Знаков здійснив аналіз *маніпуляції і макіавеллізму* як дещо схожих і водночас відмінних психологічних феноменів та з'ясував їх вплив на взаєморозуміння осіб у процесі спілкування [23]; В. Паркард дослідив можливості *підпорогового* (сублімального) впливу на психіку людини; Г. Джеральд і М. Дейч класифікували *типи* (види) соціального впливу, що зумовлюють зміни у поведінці індивіда під час дослідження феномена конформності; Р. Чалдіні сформував *принципи* психологічного діяння, що пояснюють вияв емоцій, механізм мотивації, прийняття рішень [70]; Ф. Зімбардо та М. Ляйппе зосередили увагу на *соціальному впливові*, котрий спрямований на систему установок та її компоненти [22]. Водночас, висвітлюючи тематику психологічного впливу, відмітимо роботи, що присвячені дослідженню *групового тиску* (Г. Тард, Г. Лебон, Г. Олпорт, В.М. Бехтерев), конформізму (М. Шериф та ін.), групової поляризації (С. Московічі), “дифузії відповідальності у групі” (М. Уоллач, Н. Коуган, Д. Бем), іміджу (В.М. Шепель). На розробку принципів психологічного діяння також вплинули відомі концепції, розроблені у науково-інтерпретаційному форматі когнітивним напрямком західної соціальної психології, а саме: когнітивної відповідності (Ф. Хайдеггер, Л. Фестінгер), атрибуції і самоатрибуції (С. Шехтер, Дж. Сінгер), атракції (Т. Ньюком), самовиховання (Д. Бем), управління враженнями (Дж. Тедеші), інтенсивного впливу (М. Розенберг) та ін.

Зауважимо, що відома книга Арістотеля “Риторика” [2], написана приблизно в 350 р. до н. е., обґрунтовує мистецтво психологічного впливу на інших людей. У ній наявні основні *принципи соціального діяння і переконання*. З погляду Арістотеля, успіх впливу залежить від того, *хто говорить, що говорить і кому говорять*. “Цікаво підкреслити, що ця класична формула діяння систематичну та експериментальну апробацію отримала

лише в середині ХХ століття, головню завдяки знаменитій серії так званих Йельських досліджень (присвячені комплексному вивченню чинників, які впливають на прийняття іншим переконувальної інформації), що проведені К. Ховландом і його учнями” [55, с. 281]. Хоча відомо, що окремі емпіричні спостереження у сфері психології впливу були зафіксовані набагато раніше. До них належать міждисциплінарні напрямки, що отримали різне найменування залежно від предмета дослідження, зокрема це поведінкова, соціальна та духовна екологія.

Однією з важливих проблем, що має серцевинне значення у поліпшенні теоретичної і практичної складових суспільного буття, є визначення *закономірностей психологічного впливу* на осіб, професійні громади, малі і великі групи. Обґрунтування законів і практичних методів організації такого впливу сприятиме підвищенню ефективності міжособистісних взаємин (передусім ділового і неформального спілкування) у найскладнішій сфері – “людина – людина”. Водночас це дасть змогу зробити реальний поступ на шляху гуманізації взаєностосунків між ними не тільки у системі національної освіти, а й у суспільному житті народного загалу країни.

Постановка проблеми. Відомо, що українська освіта вже кілька десятиліть перебуває у стані нормативного, ціннісного й духовного занепадів. Останні породжують відсутність необхідного рівня соціальної енергії вчителів та викладачів, котра потрібна не лише для їхнього, а й учнівського і студентського виходів із суспільної апатії й загибелі як громадян. Освітняни мають вийти на історичну сцену в ролі духовних наставників, котрі бачитимуть у молодому поколінні рівноправних осіб для паритетної взаємодії та ефективного психологічного впливу, а організуюче діяння шкільного оточення має стимулювати зародження і розвиток широкого потоку внутрішніх процесів, психосоціального зростання

суб’єкта, особистості, індивідуальності й універсума, спричинюючи формування у них інтелектуальних інтересів, нормотворчих умінь, високих моральних якостей, творчого потенціалу і духовного самовдосконалення.

Водночас щоденна шкільна практика переконує, що не будь-який педагогічний вплив конструктивний і має позитивний результат особистісних та індивідуальнісних змін. Основні проблеми сучасного освітництва зосереджуються навколо неспроможності багатьох учителів та викладачів налагодити міжособистісне спілкування з учнями і студентами. Звідси, власне, й походить певна неадекватність психологічних впливів віковим та індивідуальним характеристикам юної особи, часте відсторонення освітнього процесу від її потреб та інтересів, а почасти й неусвідомлене нехтування дорослими передумовами і чинниками паритетної навчальної діяльності з наступниками.

Авторська концепція. У нашому досліді пізнання зазначеної науково-практичної проблеми обґрунтуванню підлягає *соціально-психологічний організаційний вплив* [11–14], який функціонує у системі модульно-розвивального навчання А.В. Фурмана [65–67]. Зазначене оргдіяння вчителя на учнів і навпаки розглядається у соціально-психологічному аспекті, оскільки співвзаємодія учасників обрамлена плинністю *соціально-культурно-психологічного простору-часу*. Останні, як відомо, є важливими складовими організаційного клімату інноваційної техноструктури. До того ж “психологія впливу – один із найбільш традиційних напрямків соціально-психологічного знання” [55, с. 279].

Соціально-психологічний оргвплив керується *модульно-розвивальною стратегією* і *психокультурною парадигмою*, які є його теоретико-методологічним підґрунтям. Перша спрямована на системне забезпечення розвивальної освітньої, переважно полідіалогічної, взаємодії, а друга – на людину, яка поперемінно

постає суб'єктом, особистістю, індивідуальністю і, насамкінець, універсумом самотворення [див. 15]. Налагодження полідіалогічного оргвпливу між педагогом і учнем (студентом) здійснюється завдяки *різновидам змісту розвивальної взаємодії* (психолого-педагогічний, навчально-предметний, методично-засобовий, управлінсько-технологічний) та *класам діяння* (суб'єктно-пізнавальному впливові, особистісно-нормативному взаємовпливові, індивідуальнісно-ціннісному самовпливові, універсумно-духовному самотворенню), що утворюють фрактальну систему психологічної регуляції та самоорганізації циклу культуротворення людини. Крім того, кожен клас має свою структуру, до якої належать суб'єкт, об'єкт, засоби, методи, техніки, механізми та принципи впливу.

Технологічна реалізація оргвпливу відбувається завдяки соціально-культурно-психологічному простору-часу як основних категорій діяння. Зокрема, *параметри простору* (цілісність, структурність, автономність, саморозвитковість) – важливі умови, за яких розгортається динаміка форм активності (поведінка, діяльність, вчинок, самореалізація) кожного учасника модульно-розвивальних взаємин. Оперування знаннями, уміннями, нормами, цінностями (сфери змістового модуля) здійснюється завдяки часовій організації психіки, яка функціонує у свідомості педагога і школяра (студента) у процесі *безпосередньо й опосередковано пережитого часу*. Переживання ними останнього відбувається у потоці переходів від майбутнього (духовність – пізнання – універсум) через теперішнє (цінності – вчинок – індивідуальність) у минуле (норми – діяльність – особистість; знання – поведінка – суб'єкт). Іншими словами, коли під час інноваційного навчання учасник взаємостосунків досягне розвиткових вершин Я-духовного, то повно осмислить і внутрішньо прийме момент становлення власних цінностей, норм і знань, тобто тільки тоді, коли стане універсумом, він

глибоко усвідомить себе як індивідуальність, особистість та суб'єкт. Проте своєрідним місточком чи “відправною точкою” до вдосконалення на “стрілці суб'єктивного часу” є теперішнє, яке символізує здійснення кожним передбаченого модульно-розвивальним циклом *освітнього вчинку* (написання вірша, створення міні-підручника, намалювання картини, проведення авторської історичної розвідки і т. ін.), що дає змогу осягнути та осмислити власний саморозвиток, пізнати себе та інших.

Воднораз принциповий момент розуміння оргвпливу в контексті соціально-психологічного простору-часу – факт причетності учня (студента) до організації *культури*. Остання оволодівається і передається учасниками інноваційних взаємин через систему *орγκодів* (сфери змістового модуля та різновиди змісту розвивальної взаємодії), які, зі свого боку, формують соціально-культурно-психологічний *досвід* та процедури-технології його добування, нормування, саморозвитку. Реалізація цього досвіду відбувається під час дії *механізмів* спілкування (кодування, транслявання, емпатії, рефлексії, переживання) і сутнісно являє собою інноваційну *програму* регуляції *форм активності* кожного, котрі утверджують модуси суб'єктивності (суб'єкт, особистість, індивідуальність, універсум).

Під соціально-психологічним організаційним впливом як основою розвивальної взаємодії *вчителя і учня (викладача і студента) у системі інноваційного навчання розуміємо багатосторонній процес (впливу, взаємовпливу, самовпливу і самотворення), котрий втілюється за допомогою орγκодів, що функціонують у структурі орγκлімату, й водночас забезпечує динаміку різних форм активності (поведінка, діяльність, вчинок, самореалізація), які, зі свого боку, спричинюють утворення образів суб'єктивності (суб'єкт, особистість, індивідуальність, універсум).*

Отже, обґрунтовані нами загально-теоретичні принципи організації соціально-культурно-психологічного впливу в системі модульно-розвивального навчання знаходять конкретно-емпіричне втілення у психомистецьких технологіях паритетної освітньої діяльності. У такий спосіб не тільки теорія перевіряється на достовірність психолого-педагогічною практикою, а й виявляє свою методологічну зрілість, класифікуючи стратегії, парадигми, типи та умови реального спектру оргвпливів.

Основна передумова і мета дослідження. Піднята проблематика, переважно з емпіричних позицій, широко висвітлювалася в зарубіжній психології. У зв'язку з цим цілком виправдано обґрунтування концепцій психосоціального впливу розпочати із огляду наукових розробок зарубіжних психологів. Тоді, по-перше, буде зреалізований історико-еволюційний підхід до проблеми психовпливу, а відтак збережена наступність у її розв'язанні, по-друге, доведена методологічна виваженість вітчизняних теоретичних схем у з'ясуванні соціально-психологічної природи людського діяння. Звідси **мета** – здійснити теоретичний огляд концепцій психологічного впливу у зарубіжній та вітчизняній психології із психокультурних позицій та проаналізувати принципи, типи, стратегії, парадигми, способи, види, методи, аспекти та інші концепти і параметри психологічного впливу як розвиткового процесу-явища.

Ключові слова: психологічний, соціальний, сублімальний, інформаційний, нормативний впливи; соціально-психологічний оргвплив, класи діяння, принципи, стратегії, парадигми, способи впливів; простір-час, оргкультура, образи суб'єктивної реальності, форми активності, модульно-розвивальна система, сукупність установок, аспекти впливу, методи діяння, маніпуляція, престижизитатор, макіавеллізм, органі.

1.1. ОГЛЯД КОНЦЕПЦІЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В ЗАРУБІЖНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Принципи психологічного впливу.

Відомий американський вчений Р. Чалдіні у “Психології впливу” [70] виділяє *шість принципів діяння*, за допомогою яких можна пояснити виникнення механізму мотивації, прийняття рішень людиною і т. ін. у процесі суспільного життя. Подамо ці принципи у вигляді рисунка (рис. 1).

При цьому вихідна аргументація відомого психолога має суто особистісний зміст. “Усе життя, – пише він, – я був тим, кого обдурюють, був мішенню для вуличних торгашів... Я часто ставав володарем непотрібних мені підписних журналів... Ймовірно статус простака пояснює виникнення інтересу до вивчення проблеми поступливості. Які ж чинники заставляють одну особу сказати “так” іншій?” [70, с. 12]. Крім того, “існують тисячі різних тактик, які використовуються задля отримання будь-якого узгодження, але більша частина їх потрапляє у шість основних категорій, що відповідають одному із фундаментальних принципів” [Там само, с. 13]. Зазначені принципи названі вище. Проте Р. Чалдіні не доповнив їх правилом “особистісного матеріального інтересу”, що є певною аксіомою, котра заслуговує визнання, але не детального описання.

Правило взаємного обміну полягає в тому “що ми зобов'язані відповідати за те, що заподіяла нам інша людина” [70, с. 34]. Воно гарантує нам нагороду за люб'язність, подарунки, запрошення, вдячність і т. ін. Розгорнута система вдячності, зумовлена правилом взаємобміну, і є унікальною особливістю людської культури. Відомий археолог Р. Лікі пов'язує те, що робить нас людьми саме із змістом зазначеного принципу. Ми – люди, тому що наші предки навчилися ділитися своєю їжею і вміннями, засобами нездоланих обов'язків, – стверд-



Рис. 1.

Принципи психологічного впливу у системі соціальних взаємостосунків (за Р. Чалдіні)

жує він [90]. А етнографи Л. Тайгер і Р. Фокс [103] розглядають вдячність як унікальний механізм пристосування людських істот, котра дає змогу розподіляти працю, обмінюватися товарами, послугами і формувати систему взаємозалежностей. До того ж орієнтація на майбутнє сутнісно стосується також вдячності і спричинює соціальний прогрес. Тому не дивно, що аналізований принцип був прийнятий до зреалізування нашим мисленням саме завдяки соціалізації та її формам. Підтвердимо прикладами ситуативної дії правило взаємообміну [70, с. 34-53].

Кілька років тому професор університету провів цікавий експеримент. Він відіслав листівки з Різдом Христовим багатьом невідомим людям. Через деякий час до нього "потокотом хлинули" взаємні привітання від цих незнайомих осіб. Більшість відписувачів не цікавилися особистістю невідомого професора, проте вочевидь піддалися "магічній дії" правила взаємообміну.

Зазначений принцип використав як засіб впливу і професор Д. Ріган [93] із Корнуельського університету. В його експерименті брали участь невідомий суб'єкт та асистент вченого – Джо, з яким була певна домовленість. Їм потрібно було оцінити якість картин. Під час короткої перерви Джо виявляв невелику люб'язність іншому обстежуваному: спочатку купив "Кока-колу" собі і йому, а пізніше просто повертався із пустими руками. Коли всі картини були оцінені, доктор Ріган

залишив кімнату, а асистент просив невідомого суб'єкта відповісти йому люб'язністю: купити декілька лотерейних квитків. Без усіякого сумніву, Джо із великим успіхом продавав їх тим учасникам експерименту, котрі відчували спочатку його люб'язність. Вони купляли вдвічі більше квитків, ніж ті, до кого асистент не виявляв відкритої схильності. Тоді, коли проводився цей експеримент одна пляшка "Кока-коли" коштувала близько десяти центів. Джо "провернув" вигідну справу тому, що отриманий прибуток був 500%. Середньостатистичний покупець придбав приблизно 5 квитків (вартість одного – 25 центів).

Звернемося до іншого випадку – відомої східної організації Кришні. Протягом тривалого часу це товариство вимагало грошового внеску від громадян у незвичній формі. Групи фанатиків-кришнаїтів, часто з вибритими головами, у поганому на вигляд вбранні і т. ін., збирали пожертвування на вулицях. Природно, що цій організації постійно погрожували негативні погляди американської публіки на стиль випрошування грошей її представниками. Тоді кришнаїти розробили нову тактику збору засобів для існування. Перед тим як попросити гроші, вони вручали людям подарунок – книгу чи квітку. Після того, як член організації кришнаїтів задіявав принцип взаємообміну, перехожого просили пожертвувати на користь цієї спілки. Ця стратегія впливу була фантастично ефективною і принесла їм великий прибуток: вони профінансували діяльність багатьох храмів, прид-

бали власність у 321 місті США та інших країнах.

Принцип взаємного обміну задіяний та широко використовується у політиці. Світові аналітики були вражені здатністю Л. Джонсона під час початкового правління здійснювати велику кількість своїх програм через Конгрес. Відомо, що члени Конгресу були здебільшого противниками голосування за ці програми, проте віддавали голос “за” тому, що президент перед тим зробив їм ту чи іншу послугу.

Зазначене правило наявне і в міжособистісних взаємостосунках. В армії німецький військовий одного разу застав зненацька солдата-противника. Останній у той момент їв і був погано озброєний. Переляканий полонений здійснив, мабуть, цієї миті найвеличніший вчинок у житті – протягнув ворогові шматок надкушеного хліба. Німець був так вражений “подарунком”, що залишив ворога в окопі і не побоявся керівництва – прийшов із завдання з “пустими” руками.

І більше того, за основною вимогою принципу взаємообміну, якщо маєте намір позичити у когось 50 у. од., то просіть 100. Перевага цієї тактики в тому, що попросити в борг 100 доларів, а пізніше відступити у проханні до 50, буде розглядатися як поступливість, на котру треба “багатому” донору відповісти так само.

Отже, принцип взаємообміну має *властивості універсальності і зводиться до нав'язування боргу, обов'язку, ініціювання нерівноцінного обміну, взаємної поступливості, досягнення компромісу, відповідальності, задоволення, захисту [70].*

Воднораз виникає запитання: “Як можна нейтралізувати правило взаємообміну?” Головне – це спробувати перешкодити його *активізації*, відмовитися від першочергової послуги чи поступливості іншого. Якщо хтось прагне бути люб'язним, то треба усвідомити, що пізніше потрібно буде відповісти такою ж прихильністю. Але інколи згода з іншою людиною не означає тільки те, що можна піддатися зовнішній експлуатації, а імовірно, навпаки, є можливість приму-

сити її виконати дещо з наших обов'язків.

Аргументовані думки антропологів і соціологів, як вважає Р. Чалдіні, серед основних норм людської культури називають принцип взаємного обміну. Відповідно до його вимог кожна людина прагне віддячити іншій за те, що та заподіяла їй. Крім того, зазначений принцип часто вимагає від одних осіб підкорення іншим; виправданий тоді, коли надаються послуги, про які не просять; підштовхує інколи до втілення нерівноцінного обміну. Але не варто систематично відмовлятися від допомоги людей. Треба приймати послуги інших із щирою вдячністю й водночас бути готовим сприймати їх як спритні трюки, якщо вони згодом виявляться саме такими.

Загальновідомо, що психологи давно розуміють, яку важливу роль відіграє *принцип послідовності* в управлінні людьми. Визнані теоретики, зокрема Л. Фестінгер, Ф. Хайдер, Т. Ньюкомб, вважають застосування цього правила в житті головним мотиваційним чинником людської поведінки. Прагнення бути послідовним – один з найдієвіших засобів соціального впливу, що почасти заставляє нас вчиняти всупереч власним інтересам. Крім того, послідовність асоціюється з інтелектуальністю, силою, логікою, раціональністю, стабільністю і чесністю. Непослідовність однозначно сприймається як негативна риса особистості.

Соціальні психологи *постійно відстежують зв'язок послідовності із принципом зобов'язання*. Наведемо для прикладу окремі життєві ситуації, що підтверджують емпіричну достовірність цього зв'язку [70, с. 67, 68, 75–77, 80–82, 86, 94, 100, 104].

Сусідка Р. Чалдіні – Сара (за професією дітсестра) зустрічалася, а пізніше стала проживати разом із Тімом. Через деякий час її співмешканець втратив роботу (працював техніком на рентгенівській установці) і життя для неї стало нестерпним, тому що він почав запивати. Сара хотіла, щоб Тім перестав пити та одружився на ній. Але обидві ідеї останнього не цікавили. Після серйозного конфлік-

ту співмешканець переїхав на проживання до себе. Сара знайомиться з іншим чоловіком, котрий пропонує їй руку і серце; спільно приймається рішення про одруження. Про це дізнається Тім і вмовляє Сару також виходити за нього заміж. При цьому він божиться, що навіть перестане пити, якщо та повернеться до колишнього життя з ним. Жінка розриває взаємини із останнім прихильником і телефонує Тіму, щоб той переїжджав до неї на постійне проживання. Через місяць він інформує дітсестру, що не “ кине” пити і не збирається одружуватися. З тих пір минуло два роки. Тім і Сара продовжують жити так само як колись: він п’є і вони не одружені, але вона віддана йому ще більше. Жінка стверджує, що внаслідок вимушеного вибору іншого, цей чоловік став першим номером у її житті.

Зауважимо цікавий факт: з того моменту, як Сара прийняла рішення на користь Тіма, вона стала ще відданішою йому, ніж була раніше, хоча той не виконав своїх обіцянок. Отож ця жінка – явна “жертва” зреалізування двох тактик – послідовності й зобов’язання. І це підтверджує її рішення про вибір Тіма, яке з об’єктивного погляду є нелогічним, а тому неправильним.

Насправді, кожен із нас час від часу сам інколи обдурює себе, тому що примушує думати і діяти відповідно до того, що вже зроблено чи однозначно вирішено [79]. У зв’язку з цим наведемо інші випадки, де організують психологічний вплив принципи послідовності та зобов’язання.

Звичайна жінка із Сан-Дієго розповідала, як одного разу публічно пообіцяла перестати курити. Вона прийняла рішення піти на цей крок після осмислення результатів наукового дослідження: куріння породжує різні хвороби в організмі людини. Жінка склала список осіб, думка яких була важлива для неї. Пізніше на своїх візитках із зворотного боку написала: “Я обіцяю Вам, що ніколи більше не вкурю жодної цигарки”. Протягом тижня відіслала їх тим, хто був у списку – батьку, матері, друзям та ін. І справді, після цього вона ніколи не зробила ні однієї затяжки.

Зазначена тактика публічного зобов’язання особливо ефективна, якщо застосовується

людьми з високим рівнем самосвідомості [84]. Так, цю перевагу вдало використовував Шарль де Голль, про якого говорили, що його досягнення у Франції за своїми масштабами можуть бути зіставлені лише з його власним Его. Коли маршала запитали, чому публічна заява про те, що він перестане курити, зобов’язала його зробити саме так, то визнаний герой сказав: “Де Голль не може відступати від свого слова” [80].

На початку зими із жителями Айови, які опалювали свої будинки природним газом, зустрівся спеціальний консультант. Він проінструктував власників щодо економії енергії і попросив менше витратити її. Усі мешканці погодилися використати малу кількість природного газу за зиму. Коли дослідники вивчили платіжні відомості, то стало відомо, що за місяць не відбулося ніякої реальної економії. Пізніше експериментатори змінили умови дослідження: сказали, що імена тих жителів, які зекономлять природний газ, відкрито опублікують у газеті як людей, котрі турбуються про інтереси суспільства. Ефект був шалений. Через місяць виявилася вражаюча економія – в середньому 422 куб. фунта газу в кожного господаря. Відтак можливість побачити свої імена у газеті стала для людей сильним стимулом щодо економії палива.

Отже, будь-яка благодатна послідовність у поведінці людей високо оцінюється суспільством, сприяє вирішенню різних завдань у повсякденному житті, створює умови для формування ціннісних стереотипів організованого соціуму. Тому люди, котрі взявши на себе зобов’язання, схильні погоджуватися із вимогами, що відповідають атрибутним характеристикам зобов’язання. Науково і практично доведено, що навіть помилкове зобов’язання перед іншими має тенденцію до “самозбереження”. Люди часто придумують нові причини і виправдання, щоб переконати себе у потребі виконати раніше прийняті зобов’язання [70]. Щоб захистити себе від дії нав’язливого засобу впливу треба чітко усвідомлювати всі тонкощі діяння з боку інших, не бути бездумно відкритими перед своєю послі-

довністю та обов'язками, а також схилитися до “внутрішнього голосу” власної інтуїції.

Принцип соціального доказу дає змогу визначати під час перебігу життя, що є правильним і що вважає достовірним людський загал. Кожен переконаний у вірогідності поведінки тоді, коли постійно бачить поведінку оточуючих, яка аналогічна власній. Як і попередні принципи впливу, аналізований забезпечує людей корисними раціональними методами щодо визначення оптимальної лінії поведінки в соціумі.

Багато психологів вивчали механізм дії принципу соціального доказу у зв'язку з тим, що його майстерне використання у суспільній практиці дає винятковий результат. Зокрема, А. Бандура, займаючись розробкою способів зміни небажаних моделей поведінки, довів, що є можливість позбавити людей захворювання фобією простим способом.

Наприклад, маленьким дівчаткам, котрі боялися собак, відомий учений [68] пропонував всього лише спостерігати за хлопчиком, який весело грався з цією твариною, причому не менше 25 хвилин щодня. Після чотирьох сеансів 67% дівчаток виявили готовність гратися з собаками у манежі. Пізніше він вніс зміни у серію досліджень: замість хлопчиків і тварин використовувалися відеоролики. Проте ефект залишався таким же позитивним.

Разом з тим, на думку Р. Чалдіні, принцип соціального доказу працює краще, коли підкріплюється діями багатьох людей [70, с. 117]. Він радить перевірити впливовість цього принципу шляхом такого дослідження: зупинитися на одній із центральних вулиць у час “пік” і вибрати точку на небі й дивитися на неї протягом хвилини. За цей час, більшість людей, які пройдуть повз вас, поглянуть вгору, інші – не звернуть ніякої уваги. Наступного дня прийдіть на те ж місце із трьома-чотирма друзями і зробіть те саме. Біля вас природно зупиниться натовп людей. Усі будуть дивитися угору, щоб побачити небачене. Троє нью-

йоркських соціальних психологів, які проводили цей експеримент, невимушено змусили 80% перехожих підняти погляд. Окремі дослідження виявили зворотний бік медалі у дії зазначеного принципу: сильний вплив негативних фільмів на юних телеглядачів “породив” сцени агресивної поведінки. Після перегляду дітьми таких епізодів у них спостерігається агресія до навколишніх. У цьому випадку принцип соціального доказу, безперечно, працює проти людей.

Р. Чалдіні зазначає, що людина, котра потребує допомоги, буде мати більше шансів на спасіння, якщо поблизу неї знаходиться одна особа, а не натовп [70, с. 124-132]. Наприклад, в одному експерименті, що проводився в Нью-Йорку, було емпірично підтверджене це припущення.

Студент коледжу навмисне прикинувся, що в нього припадок епілепсії. Молодий чоловік отримав допомогу у 85% випадків, коли присутня була одна людина, і лише у 35% – коли поряд знаходилося декілька спостерігачів. Під час іншого експерименту 75% “одинаків”, які бачили дим, що виходив із дверей, повідомили про це пожежну службу; коли присутніх було троє, то телефонували за допомогою лише 38% осіб.

Причина такої поведінки інших не в тому, що вони не співчутливі за своєю природою, а в невпевненості, що саме зараз потрібна допомога. Коли люди відчувають її, то стають надзвичайно рішучими і наполегливими.

Уявіть, що літнім днем слухаєте музику в парку. Коли концерт закінчився і люди розходяться, помічаєте легке оніміння в руці, котре розповсюджується на обличчя. Присідаєте біля дерева і не можете піднятися, а в думках – “параліч!” Люди проходять повз вас і більшість не звертає уваги. Ті, хто звернули погляд, шукають соціального доказу про необхідну допомогу, але бачать, що ніхто не реагує, тому вони продовжують думати, що все в порядку. Яка допомога треба? Ось така: “Ви, в зеленому піджаку, допоможіть мені! Викличте лікаря!” [70, с. 131, 132]. Цією

фразою розсіюються усі сумніви щодо вашої недуги, і ця людина стане рятівником. Отож саме покладена персональна відповідальність на іншого розвіє невпевненість і надасть потрібну допомогу.

Завдяки принципу соціального доказу можна впевнено переживати критичні життєві ситуації. Він забезпечить кожного психологічно обізнаного громадянина винятковим пристроєм-порадником, що допоможе знайти вихід з будь-яких складних обставин, тобто надасть в особисте використання поведінкові моделі і схеми утвердження справедливого суспільного доказу в скрутних соціальних ситуаціях та адресування іншим відповідальності. Звідси випливає основне правило: люди, для того щоб вирішити, чому вірити і як діяти у ситуації, мають орієнтуватися на інших осіб. Ця схильність до наслідування відстежена як у дітей, так і в дорослих, і виявляється при здійсненні різноманітних дій (прийняття рішення щось купити, пожертвувати кошти на суспільні потреби і навіть домогтися звільнення від фобій).

Водночас принцип соціального доказу буває дієвий і за наявності негативних чинників. Перший – це невпевненість, до якої належать сумніви інших, невизначеність, звернення уваги на сторонніх і певна підтримка цих дій як правильних (наприклад, коли люди сумніваються у необхідності допомогти потерпілому через нерішучість інших тощо). Другий – схожість, котра виявляється здебільшого через наслідування особистих прикладів і вчинкових дій. Тому для того, щоб неадекватні соціальні докази не впливали на нас, треба чітко розпізнавати фальшиві свідчення і не орієнтуватися на поведінку “схожих інших” [70, с. 153].

Коротка характеристика **принципу благоприхильності** втілюється у словах Кларенса Даррова, який сказав, що головне завдання адвоката на судовому процесі – домогтися, щоб присяжним сподобався його клієнт. Основними *параметрами* цього засадничого способу

впливу є насамперед *привітність, гостинність, теплота, надійність, привабливість, товаристське налаштування, узгодження, схожість* та ін. Люди, які керуються ними під час взаємодії із суб'єктивним оточенням, здебільшого досягаються високих результативних досягнень, що неодноразово підтверджено Р. Чалдіні та іншими американськими соціальними психологами у процесі різноманітних експериментів. Наведемо всього кілька прикладів.

У м. Детройті проживає відомий психологам Джо Гірард, який протягом багатьох років застосовував принцип благоприхильності для реалізації автомобілів марки “Шевроле”. Він розбагатів так, що став заробляти більше двох сотень тисяч доларів у рік. Двадцять років підряд Дж. Гірард удостоювався звання “Продавця машин номер один”; за кожний робочий день збував у середньому більше п'яти легкових автомобілів і вантажівок. Ім'я його ввійшло у “Книгу рекордів Гіннеса”, де він був названий “великим продавцем машин”.

Формула успіху, котрою користувався Джо була надзвичайно простою. На його думку, важливі такі чинники, що допомагають успіху: а) ціна, що влаштовує покупця, б) симпатія до продавця. Але незрозуміло: чому Гірард подобався усім? Причина проста. Він щомісячно відсилав кожному із своїх колишніх клієнтів (більше ніж тринадцять тисяч) листівку із привітними та теплими словами: “З Новим роком”, “З днем Валентина” і т. ін., а зміст самого тексту не змінював ніколи – “Ви мені подобається”. Таке послання люди отримували поштою дванадцять разів на рік з точністю до часового механізму. Крім того, щорічне розсилання більше 150000 листівок, з одного боку, – це непогана справа, з другого – люди стали безпорадними перед такими лестощами [70, с. 159, 160].

Більшість людей визнає, що особи, в яких приваблива зовнішність, мають переваги у соціальній взаємодії. Це підтверджують дослідження американських учених [82]: справді, таким людям, не зважаючи на те, є вони такими чи ні,

приписуються талант, доброта, чесність, розум. Наслідки підсвідомого допущення, що красива форма дорівнює прекрасному змісту доведені, як пише Р. Чалдіні, – під час аналізу федеральних виборів, що проводилися в Канаді. Виявлено незаперечний факт: зовні привабливі кандидати отримали в два з половиною рази більше голосів, аніж непривабливі [70, с. 160].

Інше дослідження показало, що рішення суддів залежить від зовнішнього вигляду підсудних: красиві люди мають більше шансів на поблажливість юристів [78; 81]. Підтвердженням цього є дослідження психологів з університету в Пенсильванії [98]. У процесі експериментування оцінювалася фізична привабливість 74 підсудних чоловіків. У результаті вивчення судових протоколів встановлено, що красивим людям винесені менш сурові вироки. Фактично привабливі підсудні мали в два рази більше шансів уникнути в'язні порівняно з іншими особами, притягненими до відповідальності. Під час другого дослідження розглядалася поведінка суддів, які виносили вирок у справі. Підсудному, котрий був симпатичніший за його жертву, присуджувався штраф у середньому розмірі 5623 долари; коли привабливішою була жертва, то він зростав до середнього значення 10051 ум. од.

Очевидно, що більшості від народного загалу подобаються фізично привабливі люди, тому і спостерігається поступливість до них. Звідси також зрозуміло, чому майбутніх торгових агентів навчають гарно одягатися, відповідно поводитися, а кваліфіковані модельєри беруть на роботу в магазини симпатичних осіб жіночої статі. Винятком із цього правила може бути хіба що ситуація, коли чарівна людина є суперником. А в усіх інших випадках симпатичні особи мають очевидні значні переваги у соціальній взаємодії.

Водночас відомо, що більшість людей мають посередню зовнішність. Тому, на думку Р. Чалдіні, існують й інші чинники, які можна використати, щоб позитивно налаштувати до себе найближче

оточення. Насамперед мовиться про цю адресну *схожість*. Відповідно, той хто бажає комусь сподобатися, повинен будь-що стати подібним до нього; тоді буде легше примусити його піти на поступливість. Один з американських дослідників [102], котрий вивчав звіти страхових компаній, відстежив, що клієнти охоче оформляють послуги, коли в агентів такі ж самі як і у них політичні та релігійні погляди, коли вони належать до однієї вікової групи і т. ін. Проте в дії цього правила є зворотний бік: треба бути завжди обережним у присутності людей, котрі прагнуть походити на нас. Ось чому на спеціальних курсах торгових агентів навчають “дзеркально відображати” позу клієнта, настрій і стиль мови, оскільки таке копіювання, а точніше – мавпування, дає позитивні результати [89; 91].

Оскільки позитивне налаштування будь-кого до себе можна викликати багатьма способами (фізичною привабливістю, схожістю, давнім знайомством тощо), то набір засобів захисту від нього за логікою буденної психопрактики має бути простим й універсальним. І справді, існує загальний прийом, котрий можна застосувати задля нейтралізації негативної дії цього принципу психологічного впливу. Виявляється, що найважливіше правильно обрати час для початку контратаки, а захисну позицію займати тоді, коли є відчуття, що хтось подобається більше, ніж потрібно було б за даних конкретних умов.

Звернімося до прикладу. Припустимо що ви торгуєтеся з продавцем автомобілів. Але перш ніж придбати його, варто задати собі запитання: “За ті 25 хвилин, що я знаю хлопця, чи не відчуваю до нього великої симпатії, принаймні більшої, ніж слід?”. Якщо внутрішня відповідь “так”, то поміркуйте, а як поведив себе продавець упродовж цього відтинку часу!? Можливо пригочав кавою, хвалив Ваш смак щодо вибору моделі автомобіля та ін. У цьому випадку доречно зробити зворотний хід – різко змінити ставлення улесливого продавця. Хоча, безперечно, ін-

коли й буває таке, що природним чином окремі люди викликають у нас симпатію. Можливо, цей продавець із когорти таких “впливових” осіб.

В аналізованій ситуації Р. Чалдіні пропонує вчиняти так. Якщо ви відчули, що цей хлопець надто симпатизує вам, то треба перейти до контрманевру. Подумайте, що ваше рішення придбати запропонований автомобіль означає одне-єдине: зі стоянки виїжджатиме автомобіль, а не симпатичний продавець. Причому останнє не має жодного відношення до того, як їздитиме ваша машина. Отож найкраще свідомим зусиллям волі зосередити увагу на умовах угоди і перевагах та недоліках автомобіля, а не на позитивному налаштуванні до улесливого продавця. На жаль, навіть під час короткого соціального контакту, можна забути про цю очевидну відмінність. Тому важливо бути обережним у вияві почуття великої симпатії до тих людей, хто настирливо домагається поступливості, – робить висновок Р. Чалдіні і підкреслює, що жінки та чоловіки переважно погоджуються з тими особами, котрі їм знайомі, фізично привабливі, симпатичні, схожі внутрішньо і зовнішньо.

Щоразу, коли доводиться стикатися з діями сильного мотиваційного впливу, є підстави передбачати, що у цьому випадку діє **принцип авторитету**. Завдяки його наявності здебільшого розвиваються складні структури – торговельні, соціального контролю, виробничі, побутові. Крім того, кожен з дитинства звик підкорятися загально визнаним авторитетам (батько, мати, бабуся, дідусь, вихователька, вчитель та ін.), що підтримується суспільством і приймається за правильні вчинкові дії, а непослух у ставленні до владних фігур осуджується як невихованість чи невігластво. Не дивно, що ідея авторитету супроводжує кожного від моменту усвідомлення себе, в період юності, на етапі зрілості й актуальна навіть у старості. Безперечно, що схильність громадян до

покори владі має велику соціальну цінність, котра, проте, самою ж владою повинна підтримуватись і розвиватись. Релігійне навчання також укорінює у свідомість людей думки про необхідність підкорення авторитетам. Так, у Біблії, – як пише Р. Чалдіні, – описується, як неслухняність щодо вищого авторитету, спричинила втрату Адамом і Євою, а відтак і людством, раю. Далше у Старому Заповіті знаходимо історію про готовність Авраама встромити кинджал у серце свого юного сина за вказівкою Бога, без будь-яких пояснень. Із цієї розповіді можна зробити висновок, що будь-яка дія, навіть неістотна і несправедлива, є правильною, якщо здійснюється за командою достатньо високого авторитету [70, с. 199]. Саме тому кожен більшою чи меншою мірою свідомо готовий підкорятися людям влади. До того ж погодження з авторитетними особами має реальну практичну перевагу. Скажімо, в дитинстві здається, що значущі люди знають більше, ніж будь-хто, а тому їхні поради найпотрібніші і найкорисніші нам. Зазначений батьківський вплив відіграє важливу роль і в дорослому житті, хоча владними на цьому віковому етапі є керівники різних рівнів, які природно мають широкий доступ до інформації і спроможні задіяти більше форм і способів психологічного впливу.

Підтвердимо сказане окремими прикладами з тваринного світу. В колоніях мавп, де існує жорстка ієрархія домінування, рядові члени групи не починають використовувати корисні нововведення (наприклад, палицю для підтягування їжі до клітки) доти, поки їх не засвоять тварини-вожаки. Коли першим із нових способів дії ознайомлюється нижча за рангом мавпа, то вся інша колонія здебільшого залишається у повному нерозумінні продемонстрованої цінності цікавого предмета. Наочною ілюстрацією тут є експериментальне дослідження одного американського вченого, – як стверджує вчений, – під час якого японським мавпам навіювалися харчові смаки. Одна зграя, котра мала

нижчий статус, привчалася до карамелі. Рядові мавпи повільно звикали до солодощів. Тільки через 1,5 року пристосувалися до них лише 51% тварин; при цьому ніхто із лідерів не адаптувався до карамелі. У другій зграї, де пшеницю дали лідеру мавп, через 4 години після цього, невідомий знак жували всі тварини колонії [70].

У сфері медицини вплив принципу авторитету є також помітним і сильним. Здоров'я для кожного не просто важливе, а надважливе, тому цілителі-професіонали займають позицію поважних людей, особливо коли лікар "перебуває на самому верху" слави [70, с. 200]. Тоді ніхто не може протистувати його рішенням (діагноз, методи лікування тощо), лише інший лікар, причому більш високого рангу. Тому серед медиків існує правило: підкорятися вказівкам лікарів-авторитетників. У кожному випадку ймовірно, що в разі прийняття ними невірних рішень, ніхто із нижчого персоналу навіть не подумає про те, щоб перевірити на об'єктивність правильність цього висновку, оскільки визнаний авторитет тільки дає накази, а підлеглі перестають мислити і діють автоматично. Насправді, дослідження Фінансової адміністрації охорони здоров'я США довело, що у середньостатистичній лікарні 12% усіх медичних висновків є неправильними.

Один із дослідників, який відрекомендувався лікарем, зателефонував на 22 медсестринських пункти і наказав увести 20 міліграмів наркотику одному із пацієнтів. Сестер милосердя мало насторожити те, що: а) вказівка давалася телефоном; б) лікувальний засіб заборонений; в) доза надто велика, адже інструкція на упаковці стверджувала, що гранична доза ліків 10 міліграмів; г) розпорядження давав незнайомец. Проте 95% медсестер відправлялися у вказану палату і збиралися виконати наказ. Саме у цей момент дослідник припиняв процедуру і повідомляв про вплив спровокованого ним правила авторитету.

Підкорення владності відбувається не лише під дією такого символу як титул

лікаря (у медичному випадку), а й під тиском *знань, упевненості, зросту, одягу*. Так, результати досліджень [92; 96] показують, що зріст чоловіки значно впливає на успіх у жінок. Жінки частіше відгукуються на опубліковані шлюбні оголошення чоловіків, коли вони описують себе високими. Цікаво, що на слабку половину людства ця сама ознака має "зворотну" дію: жінки, які стверджують, що невисокі, порівняно мало важать, отримують значно більше листів від зацікавлених мужчин. Іншим символом авторитету, що може примусити нас механічно підкорятися, є одяг. Поліцейські картотеки у США містять багато даних про шахраїв-віртуозів, котрі майстерно змінювали зовнішній вигляд. Вони мов хамелеони використовували у своїх цілях одяг – лікарів, священників, військових, тобто робили із своєю зовнішністю все, що давало максимальну користь у певній ситуації [70].

Для того щоб протистояти впливові авторитету треба перш за все, – як наголошує Р. Чалдіні, – прибрати елемент *неочікуваності*. Оскільки кожна людина здебільшого недооцінює тиск владності та її атрибутів на свої дії, то час від часу потрапляє в незручне становище, коли вагома особа прагне поступливості. Тоді, щоб захистити себе від надмірного впливу авторитету, найкраще усвідомити владність людини, передусім з допомогою символів (статус, роль, одяг тощо) і застосувати певну тактику оборони. Хоча здебільшого престижні люди дають доречні поради, все ж не розумно постійно схилитися до думки авторитету в усіх випадках. Головне тут – навчитися визначати, коли потрібно виконувати вимоги владних осіб, а коли цього робити не варто.

У ситуації зіткнення із намаганням вплинути на нас авторитетної особи, треба запитати себе: "Чи справді ця владна людина є спеціалістом у цій галузі?". Таке самозвернення фокусує увагу на трьох вирішальних моментах – на істинності престижної особи, її ком-

петентності і на недосконалості соціальних символів. Якщо б медичні сестри задали собі таке запитання, то жодна із вищезгаданих 95% не пішла б давати пацієнту таку велику дозу наркотику. Отож, як не парадоксально, людям часто зручно підкорятися наказам істинних авторитетних осіб, оскільки ті мають потрібний багаж знань, мудрості і волі. Саме на цьому підґрунті виникає неусвідомлена повага до таких велетів. Тоді підпорядкування є способом прийняття зовні спричинених особистих рішень.

Останнім принципом психологічного впливу у системі соціальних взаємостосунків Р. Чалдіні є **дефіцит**. Його суть полягає в тому, – як пише автор, – що цінність будь-чого позитивного в наших очах істотно зростає, якщо воно стає недоступним. Вплив аналізованого принципу зумовлений кількома моментами. Перший зводиться до отримання вигоди, котра результативно відображає поінформованість [70]. Відомо, що речі, якими важко заволодіти, здебільшого кращі за ті, що легко дістаються [92]. Тому кожен звично оцінює предмет за доступністю. Другий момент могутності правила дефіциту знаходиться немов усередині цього принципу. Відповідно до того, як щось важливе стає менш доступним, то й зменшується міра внутрішньої свободи, котру прагнемо завжди зберегти. І лишень принцип дефіциту ускладнює доступ до бажаного предмета, кожен прагне оволодіти ним більше, ніж будь-коли. Це явище колективної психіки володарює в суспільстві. Отож аналізоване правило здійснює сильний вплив на персоніфіковані уявлення про цінність речей. Життєві приклади із емпіричного досвіду Р. Чалдіні розкривають його психологічний зміст [70, с. 217–238].

Наприклад, – зауважує вчений, – я природно припиняю бесіду із гостями, щоб відповісти на телефонний дзвінок. У цій ситуації той, хто телефонує, володіє більш вагомою якістю – потенційною недоступністю. Якщо я не відповім на дзвінок, то втрачу певну інформацію. Звідси емпіричний факт: коли

хтось телефонує, то розмова із цією людиною вважається важливішою, ніж безпосередня бесіда з гостями.

Часто продавці в магазинах говорять покупцям, що певного товару мало і тому немає гарантії, що його вистачить усім бажаним. Таке повідомлення спрямоване на те, щоб переконати інших у дефіцитності речей і в такий спосіб збільшити їх цінність. Відстеживши зацікавлену товаром пару, спритний продавець часто підходить і каже: “Я бачу ви зацікавилися цією моделлю. Не дивно, адже це прекрасний апарат, і ціна помірна. Але, на жаль, ця річ продана 20 хвилин тому. Можливо, вона ще є на складі”. Тоді “недалекий” покупець запитує продавця: “Чи не могли б Ви глянути на склад?” “Добре, – допускає таку можливість той, – можу перевірити. Я правильно зрозумів, що Вам потрібна саме ця модель і що ціна Вас влаштовує?” Дане запитання має вирішальне значення. Із психологічного погляду продавець задіює принцип дефіциту і зобов’язує покупця купити ту чи іншу річ саме тоді, коли вона видається найменш доступною й, відповідно, найбільш суб’єктивно бажаною.

Відтак люди за своєю природою цінують ту інформацію, доступ до якої обмежений. Тому принцип дефіциту діє у різних сферах життя – науці, виробництві, сімейних взаємостосунках, торгівлі, освіті та ін.

У процесі експериментування [88] один із студентів Р. Чалдіні був ще й успішним бізнесменом, тому що мав власну фірму, через котру імпортувалась яловичина. Після того, як учений порозмовляв із ним про значення принципу дефіциту в буденному житті, молодий власник вирішив провести дослідження у своїй компанії. Торгові агенти зателефонували постійним клієнтам – покупцям яловичини – із проханням закупити цей продукт. Продажу здійснювали таким чином. Одним клієнтам продавали м’ясо у стандартній формі, іншим повідомили, що його постачання в найближчі місяці буде зменшене. Третім покупцям сказали те саме, що й другим, але додали, що мало хто із них дізнається про те, що яловичини буде менше, оскільки ця інформація отримана із надійного

засекреченого джерела [88]. Відтак клієнтам третьої групи дали зрозуміти, що обмежений не лише доступ до продукту, а й до інформації. Фактично це був “подвійний удар принципу дефіциту”.

В результаті покупок другої і третьої груп стали вимагати від власника магазину збільшити закупівлю м’яса, щоб забезпечити надійну торгівлю упродовж найближчих місяців. Клієнти цього закладу, котрі були поінформовані про дефіцит товару, купили вдвічі більше яловичини порівняно з першою групою людей. Але найбільше її придбало третє угруповання, яке володіло ще й “винятковою” інформацією. Його представники закупили м’яса у шість разів більше, ніж клієнти першого загалу. Очевидно, що дефіцитна інформація стала особливо переконливою.

Принцип дефіциту, як і інші засоби впливу, буває дієвим лише за дотримання певних обов’язкових моментів. Так, людям, котрі вибирали продукти в магазині, запропонували взяти шоколадне печиво із вази, попробувати його на смак й оцінити якість. Одним покупцям протягували піднос, на котрому було десять солодоців, іншим пропонували посмакувати печивом із вази, в якій лежало всього два зразки товару. Як і припускали психологи-дослідники, кондитерський продукт виявився смачнішим у другому випадку, тобто коли його було менше. Насправді, менш доступний предмет – завжди бажаніший, і видається більш високої якості.

Загалом є підстави вказати на ще одну емпіричну залежність: коли звичайні соціальні блага стають менш доступними, то люди починають бажати їх більше, ніж будь-коли, й часто із зброєю в руках виступають проти несправедливості.

Відомо, що протест американських негрів був активнішим, коли їм зменшили громадянські права після періоду відносного благополуччя, ніж тоді, коли рівень достатку був стабільно низьким. Звідси, – як пише Р. Чалдіні, – керівники можуть отримати цінний урок: *небезпечно надавати народу свободу на деякий час!*

Прикладом можуть бути також події колишнього Радянського Союзу. Вчений заува-

жує, що “після десятиліть політичних репресій М. Горбачов надав радянським громадянам нові свободи і права шляхом послідовного введення політики гласності і перебудови. Незадоволена новим курсом невелика група державних і військових чиновників, а також співробітників КДБ організували переворот. 19 серпня 1991 року ці угруповання виголосили, що беруть владу в “свої руки” і зроблять все можливе, щоб встановити колишній порядок. Більшість людей світу думали, що радянські люди – це мовчазні і покірні громадяни, тому вкотре підкоряться”.

Редактор журналу “Таймс” Ленс Морров так описує події, що виникли тоді в СРСР: “Спочатку я вирішив, що новина про переворот введе радянських людей у стан шоку і вони не будуть чинити опору”. Але припущення редактора, – як далі пише Р. Чалдіні, – не підтвердилося. Це були незвичайні часи. Стиль керівництва М. Горбачова дуже відрізнявся від правління попередників. Тому коли здобутки демократії стали під загрозою, люди почали діяти агресивно. Через декілька годин після оголошення військового стану на вулиці вийшли тисячі громадян. Вони будували барикади, ігнорували комендантським часом, оточували танки і т. ін. Події розвивалися стрімко, повстання було масовим, а опозиція – єдиною і готовою відстояти завоювання гласності. Для цього радянським людям потрібно було всього три дні, щоб чиновники відмовилися від влади. Якщо б організатори путчу краще знали закони історії і психології, то вони б передбачили, що хвиля народного супротиву знищить їхню змову” [70, с. 233–234].

Отже, досить просто відчувати вплив принципу дефіциту. Проте значно важче протистояти йому. Проблемність ситуації полягає в тому, що наша звична реакція на дефіцит заважає здатності думати, розмірковувати, коли бачимо, що те, що нам вкрай потрібне стає недоступним, починаємо відчувати фізичне збудження: кров “закипає”, людину переповнюють емоції. Природно, що в потоці надлишкових почуттів раціональна думка відступає на другий план. Але вся драма

поведінкового моменту ще й у тому, що розуміння механізму дії правила дефіциту переважно буває недостатнім для захисту від нього, оскільки когнітивні процеси сильно пригнічуються емоційною реакцією. Тому в умілих руках принцип дефіциту – це справді могутній засіб впливу. Коли ж він застосовується відповідним чином стосовно нас самих, то наша перша лінія оборони – скрупульозний аналіз ситуації – стає практично безкорисним.

Щоразу, коли доводиться стикатися із тиском принципу дефіциту, треба ставити запитання: “Для чого потрібний нам цей дефіцитний предмет?” Якщо хочемо отримати економічну, соціальну чи психологічну користь, тоді усе в нормі, це має бути нашим. Хоча варто пам’ятати зворотнє: речі, що стають рідкіснішими, не робляться смачнішими чи ціннішими. Тому якщо ми потрапили під тиск правила дефіциту, – як пише Р. Чалдіні, – наша реакція повинна містити кілька послідовних стадій захисту. Перші відчуття хвильової динаміки емоційного збудження треба розцінити як стан попередження про небезпеку. Для того, щоб прийняти мудре рішення, треба будь-що зберегти спокій, перестати нервувати і поглянути на ситуацію із раціонального погляду. Як тільки це вдалося зробити, то можна переходити до другої стадії – запитати себе: для чого нам потрібний цей предмет? Зробити останній крок нескладно, лишень треба пригадати, що печиво не стає смачнішим від того, що воно дефіцитне.

Отже, згідно з вимогами принципу дефіциту люди найбільше цінують те, що найменш доступне. Причому це стосується не лише оцінки предметів і переживань, а й сприйняття інформації, тому обмежена її кількість завжди більш переконлива. Загалом психологічно важко привчити себе свідомо чинити опір тиску дефіциту, оскільки емоції перешкоджають раціональному мисленню. Проте кожен спроможний набагато краще

зосереджуватися на життєвій проблемі, може вольовим зусиллям зменшити хвилю збудження, врешті-решт здатний навчитися об’єктивно оцінювати перебіг будь-якої ситуації, знаючи сутність саме аналізованого принципу.

Теперішнє життя має багато різноманітних особливостей. Зокрема, усілякі технологічні досягнення спричинили інформаційне перевантаження психіки людей, адже обсяг знань значно збільшився. Кожен по-своєму адаптується до змін та альтернативних підходів. За таких соціально стрімких, динамічних умов суспільного розвитку, важливого значення набуває вміння людей зрозуміти та оволодіти інформацією, і що найголовніше – прийняти адекватне рішення у конкретній проблемній ситуації. При цьому внаслідок підвищеного рівня мисленнєвого перевантаження кожен з нас здебільшого розв’язує проблеми автоматично, тобто не задумуючись над їх суперечливим змістом. А спеціалісти впливу в процесі досягнення своєї мети використовують відомі принципи діяння, щоб домогтися успіху. Скажімо, для того щоб прийняти правильне рішення і не піддатися діям стереотипної поведінки треба дотримуватися правил захисту Р. Чалдіні під час впливу одного із вищеназваних принципів. На наш погляд, під тиском останніх регуляція дій людей може здійснюватися у вигляді *безпосередньої реакції* чи *цілеспрямованої активності*. Наслідком найбільш елементарних (реакційних) форм поведінки осіб є *емоційні процеси*, а складніші (цілеспрямовані) дії-впливи уможливаються завдяки *мотивації*.

Здебільшого вияв емоційної поведінки в людей – це результат дії принципів соціального доказу та благоприхильності. Із вищенаведених прикладів Р. Чалдіні, зрозуміло, що різноманітні реакції осіб на певні ситуації пов’язані з виникненням у них емоцій, афектів. Останні виконують у свідомості людей функцію компенсаторного механізму, тобто за-

повнюють дефіцит інформації, необхідної для досягнення мети й природно – задоволення потреб. Відтак вплив цих принципів на нашу психіку, здійснюючись через емоції, може спричинити позитивний (приємні переживання), або і негативний (необдумане підписання документа) результат.

Такі способи впливу, як зобов'язання (послідовності) і взаємообміну задіюють основний механізм розгортання мотивації людини. Він, як відомо, конкретизується у мотив, котрий, зі свого боку, реалізується у сукупності психологічних характеристик – інтересах, прагненнях, переконаннях та установках. Зауважимо, що мотивація, яка спричинюється певними принципами діяння детермінує не лише поведінку та діяльність інших, а й може пронизувати деякі сфери їхньої психічної активності, щонайперше пізнавальної, пошукової (сприймання, мислення, уява, пам'ять). Тому треба зважати на впливи вищеназваних способів діяння, котрі ґрунтуються на емоціях і мотивації, оскільки здатні як активізувати нашу працю, так і зробити “жертвами” будь-якого стороннього тиску.

Типи соціального впливу. У процесі дослідження феномена конформності М. Дейч і Г. Джерард прийшли до висновку, що тиск на індивіда може здійснювати не лише більшість у групі, а й меншість. У зв'язку з цим ученими були виділені два види групового впливу. Коли діяння на іншого здійснює більшість і думка останньої сприймається як норма, то це – *нормативний вплив*, а в разі тиску меншості на особу, де вона розглядає її погляд лише як інформацію, на основі якої повинен здійснюватися вибір, – *інформаційний*. Очевидно, що зазначені типи тиску в контексті групового співжиття спрямовані на *зміну поведінки людини*. Водночас вони опосередковано вказують на те, що, зважаючи на вітакультурну парадигму [65], цілком слушно теоретично та емпірично вирізнити *ціннісний і духовний впливи* [див. 11–

14]. Тоді справді одержить завершення освітньо організований оргвплив *культуротворення* з його центральною ланкою – *самотворенням* Я-концепції людини [15].

Сублімальний (підпороговий) вплив. Зазначене діяння, яке спрямоване на *психіку особи*, вперше було обґрунтоване з наукових позицій В. Паккардом. У процесі дослідження вчений стверджував, що усі люди постійно знаходяться під впливом окремого виду символічної стимуляції, котра може не виявлятися п'ятьма основними людськими почуттями, і що кількість її становить до 60% від усієї інформації, що потрапляє в мозок. Одним із основних доказів цього наукового факту стали дані природного експерименту, що проводився у США в 1957 році Дж. Вікарі (спеціалістом у сфері комерційної реклами) в залі кінотеатру. Суть експерименту полягала в тому, що під час перегляду кінофільму “Пікнік” через кожні 5 с перед телеглядачами на екрані рекламувалися такі повідомлення: “Пийте кока-колу” і “Вживайте розбухлу кукурудзу”. Аналіз спостережень за поведінкою глядачів показав, що розпродаж рекламних продуктів у фойє кінотеатру зріс на 57,7 і 18,1%. Отже, наявність підпорогового впливу, хоч і не є актуально усвідомлюваним явищем, все ж видається безсумнівною та дуже важливою, тим більше, що безпосередньо пов'язана із функціонуванням одного з головних психозахисних механізмів – *сублімацією*, котрий ґрунтовно досліджений у психоаналізі та його відмежуваннях (глибинна психологія, еґо-психологія та ін.)

Соціальний вплив. “Зазначене діяння перебуває в основі багатьох суспільних процесів: пропаганди здорового стилю життя, екологічної грамотності, діяльності політиків, спеціалістів реклами і маркетингу ...”, – пишуть Ф. Зімбардо та М. Ляйпше [22, с. 11]. Такий підхід до проблеми соціального впливу вчені називають *соціально-психологічним*. У

його підґрунті – чотири відповідні характеристики. Перша сфокусована на поведінці, психічних процесах індивіда і є суто психологічною. Друга спрямовує акцент на ситуаційні причини під час вибору лінії поведінки. Третя зосереджує увагу на суб'єктивному сприйнятті, тобто припускається, що сприймання соціальної ситуації здійснює на поведінку більший вплив, аніж об'єктивна реальність. І, насамкінець, четверта обґрунтовує ідею про те, що соціально-психологічний підхід є науковим та експериментальним [22, с. 51, 52].

Концепцію соціального впливу відомих дослідників подамо у вигляді схеми (рис. 2).

Перший спосіб діяння, – як пишуть теоретики, – організується за допомогою інструментального (оперантного) та вікарного (спостережуваного) видів соціального наuczіння. Оперантне наuczіння через “дії суб'єкта так чи інакше змінює навколишнє середовище” [22, с. 60]. Воно – наслідок такого закону: усі поведінкові позитивні прояви – це своєрідні інструменти досягнення будь-яких життєвих нагород, що відіграють роль підкріплень (стимулів) і мають тенденцію

до повторення. Вікарне наuczіння виникає у процесі спостереження. Загалом теорія соціального наuczіння Б.Ф. Скіннера описує шляхи взаємодії поведінки людини та її оточення з метою зміни самої людини. Вона обґрунтовує ідею про те, що ситуативні стимули впливають на поведінку. Водночас наші установки – це дещо більше, ніж її продукти. Зміна уявлень, намірів не завжди сприяє відповідній зміні внутрішньої поведінки. Тому під дією підкріплення модифікується лише зовнішня поведінка. Наведемо приклади того, як інструментальний та вікарний види соціального наuczіння впливають на формування суспільної поведінки людей [22, с. 63–65].

Одна із компаній використала принцип позитивного підкріплення для того, щоб зберегти звичку пунктуальності секретарів і продавців. Було вирішено провести лотерею, що визначала право на участь у розіграванні призів тих осіб, котрі протягом місяця виявляли точність. За даними відділу кадрів цієї компанії, за перший рік проведення лотереї кількість запізнь знизилася на 75%.

В іншому випадку ефективність позитивних підкріплень допомогла “проблемним” учням однієї із середніх шкіл Каліфорнії.

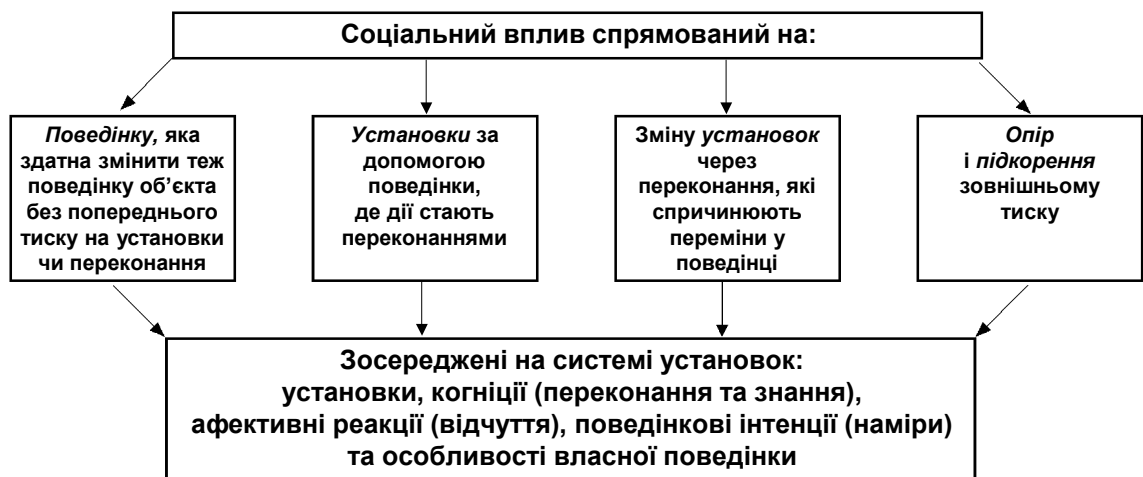


Рис. 2.
Спрямовання соціального впливу у процесі взаємодії
(за Ф. Зімбардо та М. Ляйпне)

Замість того, щоб безпосередньо (прямо) педагоги впливали на поведінку асоціальних підлітків, психолог спробував навчити останніх формувати прийнятну для них поведінку вчителів. Із числа “невиправних” було відібрано семеро учнів віком від 12 до 15 років. Вони стали учасниками тренінгу, який був спрямований на зміну їхньої поведінки. Учні отримали уявлення про різні види і способи підкріплення, котрі з успіхом можна використовувати для формування вчительських дій. Зокрема, контактуючи з педагогами, вони відкрито стверджували: “Мені подобається працювати в класі, коли Ви добре ставитесь до дітей”, “Мені важко виконувати завдання, якщо Ви сердиті” тощо. Результати такої взаємодії довели, що кількість позитивних контактів між учителем і учнем зросла, а негативних зменшилося до мінімуму. Іншими словами, “джерела впливу самі піддалися діянню”.

Відтак механізми прямого впливу на поведінку, котрі не змінюють установок, є ситуативними стимулами, які припускають наявність зв'язку між дією і результатом, можуть спричинити поведення інших таким чином, щоб отримати нагороду чи уникнути покарання і позначаються переважно на зовнішньому діянні людей.

Вплив поведінки на установки і думки може виникати завдяки процесам *самоатрибуції* (самоприписування причин поведінки), *самопереконавання*, *самооправдання*, які спричинені *когнітивним дисонансом* (власна суперечливість уявлень, почуттів, що зумовлює дисгармонійність особи). Зазначена гіпотеза підтверджена багатьма емпіричними прикладами, що описані закордонними вченими [22, с. 103, 104].

Білл постійно проводить час у компанії дітей, з якими познайомився ще в четвертому класі. На сьогодні хлопцеві вже 15 років. Окремі його друзі займаються курінням марихуани. Вдома Білла завжди навчали уникати цього. Товариші не насміхалися над ним, а постійно переконували через власні дії – викурявали цигарки у його присутності й говорили про “кайф”, який відчувають від цього

приємного заняття. Білл спочатку не вірив їм, але пізніше зробив те ж саме, що й вони. З тих пір він вже тричі підряд у вихідні дні куриє “травку”. Вочевидь Білл закуриє марихуану, тому що відмова від цього заняття викликала у нього сильний соціальний дискомфорт як важливий елемент когнітивного дисонансу.

Щойно описаний відомий сценарій: підліток поступається тиску однолітків. Те, що Білл почав вживати наркотики, – яскравий приклад внутрішньої дії *конформності*, в основі якої завжди знаходяться нормативний та інформаційний впливи. Підліток відчував, що куріння допоможе йому стати одним із “вибраного кола” товаришів. Якщо ж особа почала поводити себе в такий спосіб у ранньому віці, то це підтверджує її схильність до такого вчинення і в майбутньому. Одна з причин утвердження останнього, – як зазначають учені, – пов'язана з тим, що поведінка може істотно впливати на сформовані установки і когніції. В поданому прикладі Білл каже, що йому подобається курити марихуану, тому що це змінює стан свідомості на більш приємний. Отож хлопець здійснює каузальну самоатрибуцію і вірить, що причиною пристрасті є власне бажання, а не потреба подобатися іншим.

Проте існують й інші процеси (не лише самоатрибуція, а й самопереконавання), з допомогою яких зовнішні дії спричинюють зміни у внутрішньому стані людини. Це можуть бути ситуації, коли виконання ролі поєднується із самопереконаванням, котре зорганізовує вплив на особу зсередини її концептуального Я. Так, відомо, що люди, котрі добре розуміють міжособистісні стосунки, звично радять іншим прийняти точку зору тієї людини, з якою виникла суперечка. Вони аргументують своє переконавання так: “Поставте себе на місце суперника, і, ймовірно, зможете побачити речі в іншому світі.” Аналогічний метод застосовується і в груповій психотерапії, де одержав назву *програвання ролей*. Його основна вимога зводиться до того, що всі

учасники повинні активно прийняти роль іншого задля відновлення власної спроможності позитивно сприймати і належним чином оцінювати людину-опонента.

В 50-их роках ХХ століття соціальний психолог В. Джаніс обґрунтував проблему зміни установок під впливом виконання ролей. Було проведено дослідження, що мало практичне значення: у курців формувалася негативна установка до паління [22, с. 118–120].

Для експерименту були відібрані студентки коледжу, кожна з яких викурювала близько 15 цигарок на день. Їх поділили на дві групи: перша розігрувала ролі, а друга виконувала контрольні функції. Студентки першої групи грали роль пацієток: вони лікувалися від сильного кашлю, що не зникав, тому прийшли до лікаря втретє, щоб дізнатися про результати рентгену легень. Під час останнього візиту “хвора” дізнається, що у неї рак легень і необхідна термінова операція. Звичайно, вона повинна негайно кинути палити. На цьому процедурному етапі експериментатор окреслив схематичний план розігрування п’яти сцен пацієток (тривожне очікування у приймальні лікаря; розмова, під час якої лікар повідомляє діагноз і т. ін.). Студентки із контрольної групи не брали участі у виконанні вищезгаданих ролей, а лише прослуховували магнітофонний запис одного із сеансів активної рольової гри.

Результати цього експерименту однозначно довели, що вплив рольової гри сильніший порівняно із обстежуваними контрольної групи. Активно задіяні учасниці виявляли переконаність у тому, що куріння викликає хворобу, шкодить власному здоров’ю й обіцяли кинути палити. Опитування студенток із контрольної групи через два тижні показало, що кожна з них у середньому викурювала на день по 3,1 цигарці, а не 4,8; тоді як причетні до ігрових ситуацій – 1,4 (раніше – 10,5). Відтак імпровізована гра може впливати не лише на власні установки, а й на подальшу поведінку інших людей. Таке діяння однозначно зумовлене розгортанням процесів самоатрибу-

ції і самопереконавання. Разом з тим “концепція тиску на установки через поведінку суперечить розповсюдженим уявленням про зміну перших. Прийнято вважати, що для динамічного перебігу установок не потрібно впливати на поведінку, а надати інформацію і переконливу аргументацію для людини” [22, с. 141].

Для того щоб розкрити проблему **зміни установок засобом переконання** звернімося до зафіксованого Ф. Зімбардо та М. Ляйппе прикладу. Вчені пропонують спробувати декілька хвилин за тиждень до президентських виборів дивитися телевізор. Тоді є можливість побачити загальноприйнятий тип впливу на людей за допомогою переконливої інформації. Остання містить аргументи, факти, докази і висновки. Зазначене переконання – *раціональне* і є методом впливу, що ґрунтується на зміні переконань і знань, тобто трансформує когнітивну складову системи установок. Оскільки в останній існує відомий взаємозв’язок (установки часто формуються з переконань), то деформації у просторі актуалізованих переконань спричинюють адекватні зміни в установках. Тому останні здатні керувати поведінкою особи [22, с. 143–145]. Опитування вчених показали, щоб домогтися бажаної поведінки від інших, люди вказують переважно на раціональні стратегії (наведення логічних та особистих доказів, апелювання до авторитетів тощо), як на реальні засоби досягнення мети. Доведено, що переконливі аргументи, організовані у вигляді окремої тактики впливу, дієвіші за підкуп, підлабузництво, погрози чи застосування сили. Одна лише проста дія – запитати людину, чим вона живе і до чого прагне, – зарекомендувала себе як популярний і соціально прийнятний спосіб домогтися схильності й потенційного міжособистого узгодження з іншими [95]. Крім того, у спробах повпливати на підлеглих, а також на керівництво, службовці слушно використовують раціональні прийоми

переконання частіше, ніж будь-яку іншу тактику [104]. Інколи навіть коханці, які пов'язані тривалими любовними взаємостосунками, користуються методами раціонального переконання, щоб конструктивно повпливати один на одного [83]. З цього приводу Ф. Зімбардо та М. Лайппе стверджують, що велич кохання залежить від сили позитивного переконання.

Відомі психологи, крім того, розглядають *принципи соціального порівняння* як процеси, з допомогою яких здійснюється активний пошук переконувальної інформації. Основоположник теорії соціального порівняння Л. Фестінгер обстоює ідею про те, що кожен у житті шукає схожості з іншими людьми. Подібні особи до нас самих є домінуючими об'єктами цього порівняння, передусім через тотожні думки щодо актуальних подій чи проблем.

Звернімося до прикладу [22, с. 149]. Уявіть, що Вам сподобалися нові моделі одягу, продемонстровані у місцевому універмазі. Товари справді хороші, але Ви не відчуваєте в собі достатньої впевненості у те, що вони Вам справді потрібні, тому не проти скористатися порадою тих, хто був на цій виставці... У будь-якому разі, – як стверджують психологи, – кожен звернеться за настановою до схожої людини, що має цілком слушний, психологічний сенс.

Отже, соціальне порівняння – це процес, за допомогою якого інші шукають (і знаходять) об'єкти інформаційного впливу, а також дані, що підтверджують їхню правоту, впевненість, справедливість власних суб'єктивних установок.

Зазначимо ще й такий важливий момент у теорії соціального діяння дослідників. Для того щоб переконувальна інформація повно вплила на поведінку людини, потрібно врахувати шість етапів процесу переконання: а) пред'явлення повідомлення адресату – собі чи групі (якщо об'єкт переконання не почує інформації, то вона не вплине); б) зосередження уваги на повідомленні; в) розуміння змісту інформації; г) прийняття

висновку щодо почутого; д) закріплення нової установки; е) втілення установки у тій чи тій поведінці [22, с. 155]. Відтак *зміна у переконаннях спричинює перестановку інших структурних елементів системи установок, котрі походять із самої поведінки*. Обґрунтуємо сказане прикладом.

“Одного літнього дня водій разом із дружиною поспішали на машині в Міртл-Біч, де їхня одинадцятирічна донька, котру не бачили вже тиждень, брала участь у національному конкурсі танцю. Здавалося б, що ніщо не зможе заставити їх зупинитися на півдорозі заради якогось Педро.

Мовиться про рекламний щит, що привернув увагу водія. Що саме було на ньому, водій не пригадує, але впевнений, що наступний стенд пов'язаний із першим. Його зміст був інший, але кольори і стиль залишалися попередніми. Через дві милі висів ще один рекламний щит із таким самим яскравим виглядом. А далі ще, і ще один ... Зміст усіх був простий, але водночас загадковий і викликав цікавість: “О-го-го!”, “Вдача знову з нами!”, “Життя в рожевому світі!”. Водій помітив, що на усіх рекламних стендах присутнє зображення мексиканського сомбреро і згадується Педро.

Через 30 миль, щитів стало ще більше, близько сотні. Проїхавши ще, подружжя помітило дерев'яну скульптуру: Педро і його мул. Порадившись між собою, вони вирішили звернути з основної дороги туди, куди вказував знак. Подорожуючі потрапили до торгового села, що називалося “Південна Границя”. У ньому розташовано справді багато різних, з яскравим виглядом, магазинчиків. Оце й була задумана пастка для туристів” [22, с. 187, 188].

Відтак за допомогою стендів використано *принцип повторення* – простий засіб переконання. Саме він дав змогу сформуванню у подорожуючих позитивну установку до туристичного комплексу. Остання втілилася в поведінку – у реалізування потреби відвідати загадкове місце. Підкреслимо, що *техніка повторення* – одна з найефективніших стратегій стійкої зміни установки, яка здатна

спрямовувати дії людини як у теперішньому, так і в майбутньому.

Проте інколи, – як пишуть соціальні психологи, – часте зіткнення з тим чи іншим стимулом накопичує у свідомості особи не лише аргументи “за”, а й “проти”. Позитивна реакція на повторювальні стимули зростає з кожним разом, коли первинна реакція людини була *позитивною*. Зазначений прогноз підтверджується таким експериментом.

Студенти коледжу прослуховували магнітофонний запис судження, що містило вісім мудрих доводів. Окремі групи слухали його один, три і п'ять разів поспіль. Встановлено, що після трьох прослуховань учасники експерименту більш активно виявляли узгодження зі змістом повідомлення, ніж після одного, а також демонстрували найбільшу кількість сприятливих когнітивних реакцій. У тому випадку, коли інші обстежувані прослухали це ж саме повідомлення п'ять разів підряд, то ступінь переконаності аудиторії до змісту не зросла, як після трьох повторень, а істотно зменшилася [22, с. 195, 196].

Отож, часте повторення мудрого – це насправді перебір, перенасичення інформацією. В людини виникає природне бажання утвердити свою свободу шляхом дій, котрі протилежні вимогам цього зовнішнього чинника. У цій ситуації виграє відносно складне повідомлення, що потребує багаторазового повторення для його розуміння, оскільки із нього можна продовжувати *добувати* інформацію, *реагувати* на неї та *оперувати* нею. Крім того, якщо не брати до уваги ефект надлишку будь-якого повідомлення, то чим “більше когнітивних реакцій у нас викличе інформація, тим *категоричнішою* стає наша установка щодо предмета сказаного, з'явиться велика кількість асоціацій, які поєднують нову установку із наявними у нас переконаннями, знаннями... У процесі *переконання критерієм успіху можна вважати той момент, коли бажаний погляд набуває категоричності, яка глибоко заляже у свідомості переконаної людини*” (Як

співається у старій пісні: “Я не втомлююсь повторювати, що кохаю тебе, тому через це щасливий ...”). “Більше того, *впровадження сильних (категоричних) установок – міцний фундамент для того, щоб протягом усього часового відтинку переконання не втратило стійкості*” [22, с. 197, 198].

Щодня у світі збільшується кількість людей, котрі купляють непотрібні, шкідливі для здоров'я, небезпечні і надто дорогі, речі лише тому, що вони є жертвою впливу. На будь-кого можна діяти за допомогою одного із способів тиску, систему яких наводять Ф. Зімбардо та М. Ляйппе. Перший “полягає в тому, щоб реципієнти вашого повідомлення відчули, що повинні *відзвітуватися* перед авторитетним джерелом. Другий спосіб – це схилити їх до розгляду позиції, що *протилежна* тій, у правильності якої вони тепер переконані. Потретьє, можна задавати реципієнтам такі *запитання*, на котрі неминуче мають бути позитивні відповіді, що спричинюватимуть зміни у їхніх переконаннях. Почетверте, можна зробити так, щоб Ваше повідомлення *зачіпало потреби*, які належать установкам аудиторії, тобто влучало у мішені [22, с. 238, 239]. Зазначені види впливів спрямовані на зміну когнітивної структури, в котру функціонально вплетені установки і певні переконання.

Наведемо приклад *підкорення* діяння з допомогою запитань анкети, де буде показано як змінюється установка особи. Методика ґрунтується на правилі ведення бесіди, що зобов'язує інших відповідати на запитання, а не обговорювати їх. Якщо ставити питання таким чином, то люди будуть змушені обґрунтовувати також свої позиції, що насправді протилежні власним думкам. Аналогічну процедуру із використанням навідних запитань можна використовувати для зміни і соціально-політичних установок [86].

“Розглянемо випадок, що виник із Вілмою, яка притримувалася консервативних

традиційних поглядів на гендерні ролі. Одного разу знайома запитала її: “Як ти думаєш, чому жінки кращі керівники, ніж чоловіки?” Вілма відповідає: “Насправді я не знаю, чи правда це, але треба подумати. Мабуть, жінки все ж краще розуміють потреби чи почуття інших людей, їм вдається підтримувати злагоду в групі”. Відповідаючи, Вілма підтверджує зміст запитання і схвалює жінок як більш умілих керівників у буденному житті. Тут виникає ситуація, в якій вже реципієнтка є не крайньо консервативною особою” [22, с. 243].

Підкреслимо, що й в інших дослідженнях знайдені підтвердження даної процедури, що може ефективно застосовуватися для зміни установок [99; 100]. Відтак цей спосіб впливу (за допомогою навідних запитань) примушує людину конструктивно розглядати думки, які суперечать її установкам. Проте аналізована процедурна схема, – як стверджують закордонні вчені, – має один недолік: чітко сформовані установки важко підлягають змінам через опертя процесів самоатрибуції. І тому метод навідних запитань не буде мати успіху, якщо людина глибоко впевнена у правильності власної позиції. Однак у результаті соціально-психологічного “ремонтів установок”, – пише В. Свонн, – народилася парадоксальна методика – “*надустановчого*” навідного запитання. Її процедура ґрунтується на таких міркуваннях: абсолютно впевнені у своїх діях люди відмовляються давати стверджувальні відповіді на будь-які запитання, що виявляють позицію, відмінну від їхньої власної. Вони прагнуть того, щоб ви зрозуміли їх погляди на суть справи. Тому запитання до таких людей мають бути такі: “Чому Ви поділяєте думку окремих чоловіків, котрі вважають, що жінкам краще ходити босими і бути завжди вагітними?” чи “Чому чоловіки завжди кращі керівники, ніж жінки?”. Особа із категоричною та ще й консервативною установкою буде чинити опір такій відповіді і вискаже майже ліберальні думки, про наявність яких у

власній свідомості вона ніколи не підозрювала [100; 101].

Якщо, скажімо, спостерігати за людьми, то легко помітити, що одні піддаються переконанню, інші – чинять відчайдушний опір. Останні – реальний наслідок того, що в них уже сформувалися способи дій, мислення, установки, котрі впливають на когнітивну та емоційно-вольову сфери й не дають змоги сумніватися в їхній високій позитивності. Здебільшого слабкий опір характерний тим особам, чиї позиції та думки перебувають на етапі становлення. Люди, котрі легко піддаються переконанню переважно мають негативний образ власного Я, низьку самооцінку, послаблену мотивацію, тому що не поважають себе, свої погляди, позиції і навіть переживання. Хоча бувають випадки, коли особи з низькою самооцінкою не підпадають під сторонній вплив головно через відсутність розуміння інформації, здатність осмислювати її. Тому домогтися від людей меншої піддатливості під час чужого впливу – завдання немовби просте, оскільки розроблені *способи* підвищення *опертя* тих осіб, на яких чинять тиск. Можна: а) підкріплювати в них відданість сформованим переконанням, б) давати їм ґрунтовні знання, в) навчати оспорювати чужі аргументи чи г) попереджувати про задумані атаки на їхній стиль життя та установки [див. 22, с. 251]. Крім того, Ф. Зімбардо та М. Ляйппе вказують ще й на такі важливі моменти у процесі зовні спрямованого діяння: кожному із нас систематично потрібно глибоко аналізувати будь-яке повідомлення, що надходить на нашу адресу, й цей аналіз має стати звичкою; треба виробити вміння при потребі сказати “ні”; не варто вірити у просте розв’язання складних особистих, соціальних і політичних проблем; уникати “тотальних ситуацій”, що незнайомі та обмежують наш особистий контроль і свободу дій, тобто відмежовуватися від чинників залежності від інших у плані отримання

інформації, винагороди та орієнтації в довкіллі; нарешті, ніколи не підписувати документів миттєво, відразу, а після перерви і роздумів [22, с. 262, 263]. Тому важливо зважати на способи персонального опору, рекомендації вчених та мудрість у споживанні будь-якого стороннього впливу.

Отже, соціальний вплив відомих учених спрямований на динамічну систему установок, до якої належать “п’ять компонентів: установка, когніції (переконавання та знання), афективні реакції (відчуття), поведінкові інтенції (наміри) і власна поведінка. Навіть якщо спроба діяння не організує безпосереднього впливу на поведінку, то вона спроможна змінити переконання чи установки. У такий спосіб готується підґрунтя для подальшого руху поведінкових актів. Зважаючи на те, що система установок має складну внутрішню організацію, треба змінити один компонент (наприклад, установку), що спричинить динамічну перебудову іншого складника (наприклад, поведінки)” [22, с. 56].

Щоб досягнути власної чи організаційної мети здебільшого треба внести істотну корекцію у систему установок інших людей. Більшість із нас досягає поставлених перед собою завдань, хоча, імовірно, не є професійними спеціалістами впливу. Тому що ментальний досвід людства за тривалий проміжок часу тенденційно забезпечує глибоке розуміння психології не лише теоретичного, а й практичного діяння на інших. Різномічно це підтверджує концепція соціального впливу Ф. Зімбардо та М. Ляйше. Вона може стати ефективним засобом для досягнення особистих, міжособистих, суспільних чи благородних цілей кожного. Останні можуть конкретизуватися, наприклад, у “пропаганді установок і поведінки, які сприятимуть охороні навколишнього середовища; вихованні у людей звичок, котрі спричинюватимуть фізичне здоров’я і благополуччя; допомозі тим, хто має психологічні проблеми в досягненні душевного щастя шляхом психотерапії” [22, с. 359].

1.2. ПРОБЛЕМА ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ ТА СПОСОБИ ЇЇ РОЗВ’ЯЗАННЯ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Взаємозв’язок стратегій і парадигм психологічного впливу. Перш ніж обґрунтувати відомі стратегії та парадигми людського діяння, звернімося коротко до категорії впливу. Остання вказує на безпосередній зв’язок між запитом і вимогами соціальної практики й подальшим становленням психологічної науки в контексті розвитку технік, алгоритмів, методів, механізмів управління психічними феноменами. За словником сучасної російської мови, вплив – це “дія, котра здійснена будь-ким та будь-чим на когось, або щось...” [54а, с. 255]. Г.О. Ковальов стверджує, що в життєвому контексті, впливати – означає справляти спрямований тиск на щось, наприклад, суб’єкта на об’єкт, щоб змінити стан останнього. Таке розуміння суті цього явища вельми розповсюджене на буденному рівні розуміння аналізованого предмету осмислення. Під впливом відомий російський учений розуміє процес, що виникає на різних рівнях існування матеріальних явищ та їх окремих властивостей (фізичних, хімічних, біологічних, енергетичних, інформаційних тощо), реалізується під час взаємодії двох чи більше рівновпорядкованих систем і результативно забезпечує зміну в структурі (просторово-часових характеристиках) чи стані хоча б однієї із цих систем [29, с. 4-5]. Крім того, виявлене холічне (цілісне) спричинення, а також структурна багатоякісність і багаторівневність психічної організації людини, – пише далі Г.О. Ковальов, – зумовлює необхідність використання системного аналізу в розробці категорії психологічного впливу. Саме у цьому випадку зазначене діяння організується як надскладний феномен-процес, котрий забезпечує регуляцію різних функціональних цілісностей і станів у сфері психіки [29].

Історію психології, на думку цього дослідника, можна розуміти як відповідь на запитання про *сутність, природу, критерії ефективності* психологічного впливу, а також як розвиток поглядів і підходів до пояснення об'єктивних і суб'єктивних детермінант (причин) цього процесу. Він обґрунтовує *три основні парадигми*, з допомогою яких можна пояснити природу і закономірності психологічної реальності, спираючись на відомі стратегії міжособистісного впливу [29; 30].

Першою і найбільш традиційною є **об'єктна**, або **реактивна парадигма**, згідно з якою психіка і людина загалом розглядаються як пасивні об'єкти впливу зовнішніх умов, як їхній продукт. Отож дана парадигма обстоює **імперативну стратегію**, основні функції якої зосереджуються на контролі поведінки та установок людини, їх підкріпленні і спрямуванні у те чи інше русло. Реалізація зазначеної стратегії відбувається найчастіше там, де особистість через обставини має обмежені можливості здійснювати самостійний вибір учинків, одноосібно приймати рішення. В суспільній практиці це доречно за екстремальних умов, коли потрібно вдаватися до оперативних і важливих заходів у ситуації дефіциту часу. Очевидно, що у вихованні підростаючого покоління ця стратегія не може бути ефективною, оскільки явно чи не явно суперечить завданню виявити і максимально збагатити позитивний психосоціальний потенціал наступників, сформувати у них не лише зовнішню освіченість, а й внутрішню культурність.

За останніх півстоліття у психологічній науці відбулися разючі зміни, пов'язані з відмовою від підходу до людини як до "пасивного ректора". Перевагу нині має інший погляд, за якого основу її природи становлять активність і вибірковість у процесі відображення будь-якого зовнішнього тиску, а суб'єкт здійснює перетворювальний вплив лише на психологічну інформацію, що надходить

до нього [29, с. 9]. Він визначений як **акціональний** і всебічно обґрунтований у західній когнітивній психології. Остання прагне конкретизувати загальнолюдські і моральні проблеми й відповісти на запитання про соціальну відповідальність людини за техногенні досягнення. Тому ця стратегія впливу в межах акціональної парадигми є сутнісно **маніпулятивною**.

Отже, незважаючи на присутність у тлумаченні психічної активності та індивідуальної вибірковості суб'єктного відображення, при використанні конкретних методів впливу особа все ж залишається об'єктом зовнішнього навіювання і маніпулювання. Тому імперативна і маніпулятивна стратегії *психологічного тиску* описують об'єктний та монологічний аспекти людського буття, де особистості в цілому відводиться пасивна роль.

Такий одновимірний підхід до людини, як відомо, має історичне коріння у філософії, культурі, природознавстві, що відображає песимістичний погляд на її природу. Йому нині протистоїть *оптимістична традиція гуманістичної психології і філософії*, яка виходить з творчого позитиву існування кожного, орієнтуючись на моральність і доброту, альтруїстичну спрямованість і внутрішню свободу. Найпомітнішими постатями гуманістичного напрямку в західній психології є А. Маслоу, Р. Мей, К. Роджерс, Е. Фромм та ін. На відміну від об'єктного підходу до людини даний напрям характеризується як **"суб'єкт-суб'єктний"**, або **діалогічний** [29; 30]. Тут особистість – продукт і результат спілкування з її подібними особами, тобто є інтерсуб'єктивним утворенням, а психіка розглядається як відкрита динамічна система, котра володіє внутрішніми і зовнішніми контурами самоорганізаційного регулювання.

Сучасну наукову розробку *суб'єкт-суб'єктний підхід* отримав у дослідженнях О.О. Бодальова [7], Б.Ф. Ломова [37], О.М. Матюшкіна [39] та інших, а також науковців-гуманітаріїв – С.С. Аве-

рінцева, В.В. Иванова, Ю.І. Лотмана, Г.Я. Буша. Зокрема, останній, активізуючи широкий історичний простір теоретико-методологічного обґрунтування *діалогіки як науки про діалог*, характеризує процес і виявляє закономірності повноцінної діалогічної взаємодії як усезагальної форми перетворення міжособистісних та функціонально-рольових діалогічних ставлень із віртуальної наявності у форму дієвих відношень на підґрунті інтимного творчого контакту та внутрішньої солідарності [8, с. 137-139].

Отож потреба у створенні нової, діалогічної методології до пізнання природи людини переконливо обґрунтовується у працях не тільки психологів – Г.О. Балла, М.С. Бургіна [4], Г.О. Ковальова [29], Л.А. Радзіховського [31], Т.А. Флоренської [62] та ін., а й філософів – Б.С. Біблера [6], Г.Я. Буша [8]. Саме за діалогічного підходу по-іншому формулюється проблема психологічного впливу, центральною ланкою якої є дослідження **розвивальної стратегії** в організації суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Соціальна першоумова її реалізації – **діалог**, а визначальні нормативи і принципи його здійснення – емоційна й особистісна відкритість партнерів-комунікантів, психологічний настрій на актуальний стан один одного, щирість, довір'я і безпосередність у вияві почуттів та душевних станів.

Отже, на нашу думку, у конструктивно зорієнтованій *комунікативній ситуації* дві особистості утворюють певний спільний **розвитковий простір**, який має конкретну часову протяжність і створює картину єдиної емоційної зустрічі-події у взаємостосунках. Тому впливу як такого у процесі реалізації розвивальної стратегії не існує; він поступається місцем *психологічній єдності суб'єктів*, у котрій розгортається творче взаємозбагачення різних ментальних дослідників й виникають передумови для самовпливів і саморозвитку. Діалог, адекватно відтворюючи суб'єкт-суб'єктну природу самої людини, найбільше придатний для орга-

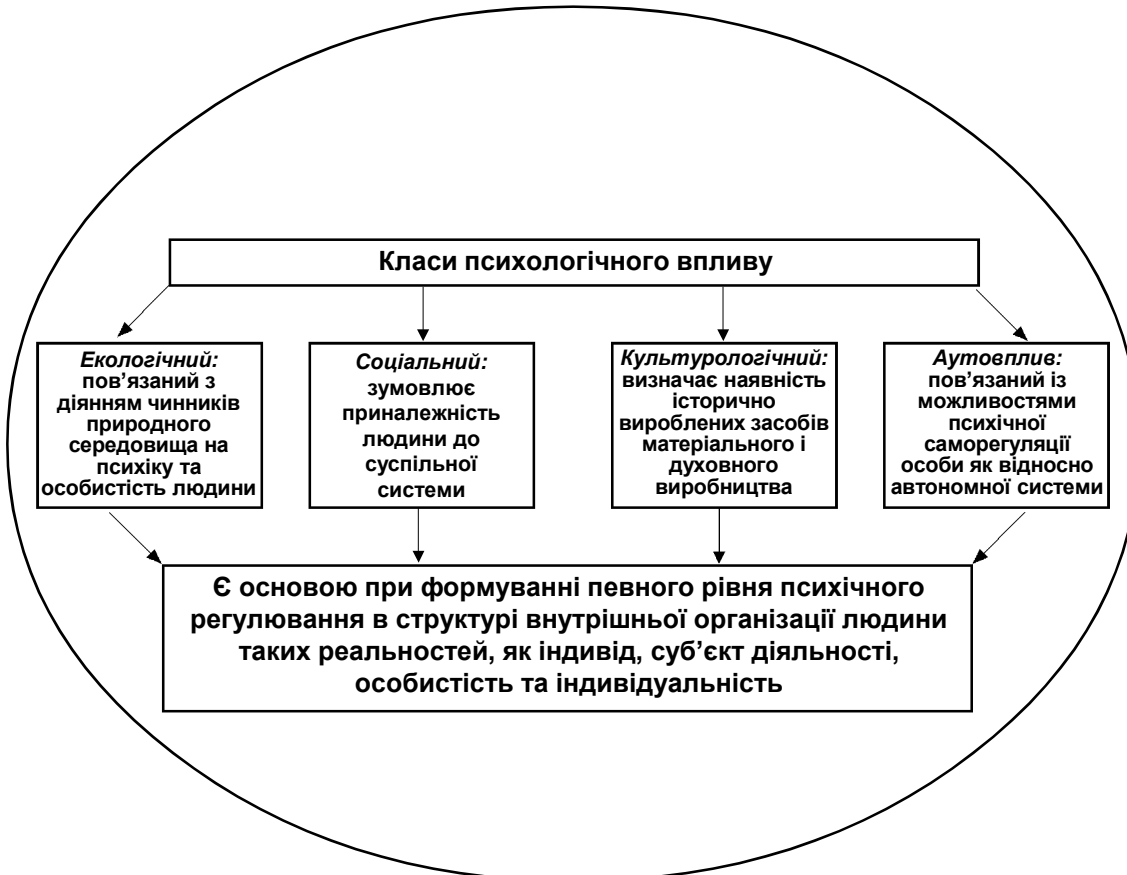
нізації продуктивних розвивальних контактів між особистостями різного віку, тієї чи тієї статі, самотнього психологічного соціовиявлення, окультурення внутрішнього світу загалом.

Окремо зауважимо той факт, що під час дослідження розвивальної стратегії психологічного впливу Г.О. Ковальов користується системним аналізом, і тому розуміє її ковітальне втілення як цілісний багаторівневий і різноякісний процес, котрий забезпечує різне функціонування психостанів у єдиній логіці самоорганізації внутрішнього світу людини. У зв'язку з цим він виділяє класи психологічного впливу (*рис. 3*).

Важливо, що автор обґрунтовує теоретично *простір* і *час* у статусі категорій психологічного впливу, що характеризують такі його властивості – стійкість і мінливість (змінюваність). Він вводить такі просторові імперативи, які концептуально єднають обопільний перебіг міжсуб'єктної взаємодії і психологічного впливу. Це, передусім, фізична дистанція, що розуміється як просторовий норматив організації контактів між людьми, і психологічний простір як інтеріоризований досвід соціальних зв'язків особистості, котрі трансформовані в суб'єктивному полі значень і вимірюються персоніфікованою семантикою [29, с. 22, 25]. Щоб ґрунтовніше пізнати природу психологічного впливу російський психолог вирізняє в дослідженні відомі рівні аналізу часового імперативу (психофізичний, психофізіологічний, соціально-психологічний, соціальний та особистісно-психологічний). Взаємозв'язок категорій простору і часу, на наш погляд, характеризується динамічністю співвідношення у структурі психологічної організації людини. Їх переосмислення може впливати на процес перебудови психопростору особи, часові чинники регуляції досвідних переживань і на цикл емоційного ставлення до них.

Психологічні способи впливу у процесі соціальної взаємодії. Відомі

ПРОСТІР І ЧАС – ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ РОЗВИВАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ



ТА ДІАЛОГІЧНОЇ ПАРАДИГМИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ

Рис. 3.

Класифікація психологічного впливу (за Г.О. Ковальовим)

вітчизняні дослідники Г.М. Андреева, М.Н. Корнев, А.Б. Коваленко під час дослідження різних аспектів спілкування довели, що зміст кожного з них містить певні способи впливу індивіда один на одного. “Але оскільки спілкування не існує поза діяльністю, а остання організовується у групах, головною детермінантою взаємовпливу людей є спільна групова діяльність. Тільки з метою аналізу можливе ізольоване, поза контекстом діяльності, вивчення способів впливу”. Водночас сенс реального діяння полягає у трансформації поведінки та діяльності, напрямок якої визначається спільними цілями і завданнями [32, с. 107].

Науковці виділяють основні способи впливу між людьми (рис. 4) і вказують, що “вивчення деяких із них історично було пов’язане з першими соціально-психологічними теоріями і тому здійснювалося в контексті психології таких великих спільностей, як маса, натовп тощо. У зв’язку з переходом соціальної психології до активного розгортання експериментальних досліджень, перенесенням наголосу на малу групу інтерес до загальних способів впливу було втрачено. Більше того, серед окремих соціальних психологів існує думка, що ця проблематика взагалі “старомодна” і не заслуговує на увагу” [Там само]. Зокрема, *зараження* завжди висвітлювало-



Рис. 4.

Психологічні способи впливу між людьми у процесі спілкування
(за Г.М. Андреевою, М.Н. Корневим, А.Б. Коваленко)

ся як особливий спосіб впливу, який інтегрує групову діяльність і здебільшого виявляється у спалахах душевних станів. Це можуть бути масові психози, релігійні екстази, колективна паніка тощо. Тому *“зараження – це неусвідомлювальна, мимовільна схильність індивіда до певних психічних станів”* [1, с. 175; 32, с. 108]. Воно виникає й поширюється шляхом передачі суголосного психічного настрою, котрий супроводжується насиченими емоційними реакціями під час безпосереднього контактування співрозмовників. До того ж чимало дослідників, – як пишуть Г.М. Андреева, М.Н. Корнев, А.Б. Коваленко, – констатують наявність особливої *“реакції зараження”*, яка виникає здебільшого у великих відкритих аудиторіях, коли емоційний стан підсилюється шляхом багаторазового *“відображення”* за моделями звичайної ланцюгової реакції. Такий ефект має місце насамперед у неорганізованій спільності, найчастіше у натовпі [1, с. 175; 32, с. 109].

Вочевидь важливе значення у процесі зараження належить спільності оцінок та установок схильного до зараження загалу. Так, під час виступу популярного актора чи політика аплодисменти є стимулом, котрий впливає на вказану спільність, відіграючи роль ситуативно-розвиткового імпульсу і навіювального активатора. Різні аудиторії по-різному піддаються зараженню, що залежить здебільшого від культурного розвитку

особистостей і, щонайголовніше, рівня розвитку їхньої самосвідомості. На слушну думку Б.Ф. Поршнева [44], в сучасних суспільствах зараження відіграє значно меншу роль, ніж на початкових етапах людської історії. Це спричинено такою залежністю: чим вищий рівень розвитку соціуму, тим критичнішим є ставлення співгромадян до сил, які автоматично спонукають їх до тих чи інших переживань, дій, учинків, а тому послаблюється дієвість механізмів зараження.

Відомо, що особливою ситуацією, коли істотно підсилюється вплив через зараження, є *паніка*, котра охоплює гурт певним емоційним станом і характеризує різновид хаотичної поведінки натовпу, що повно розбалансований внаслідок дефіциту, або надлишку інформації*. Приводом до паніки є: а) поява певної спричинювальної ситуації і б) наявність шокуючого стимула, що блокує освоєні форми поведінки. Останній повинен бути дуже інтенсивним, або зовсім невідомим раніше, тобто викликати абсолютне зосередження уваги на собі. Тоді перша реакція натовпу – потрясіння і сприйняття ситуації як винятково кризової, катастрофічної. Таке потрясіння спричиняє збентеження, розпач, страх.

* Термін *“паніка”* походить від імені грецького бога Пана – покровителя пастухів, пасовищ і отар. Він викликав своїм гнівом *“шаленство стад”*, які під його впливом кидалися у вогонь чи пріреву [32, с. 110].

Внаслідок цього кожен представник загалу імпульсивно вдається до неврівноважених і поквалітивних спроб інтерпретувати подію в межах власного досвіду чи пригадує аналогічні ситуації з досвіду інших. Відчуття гостроти, необхідності швидкого прийняття рішення заважає логічному осмисленню кризової ситуації і викликає ще більший страх. Якщо він внутрішньо не здоланий, то неадекватна афективна реакція спільників посилюється і переходить у жах. Тоді переляк одних позначається на інших, що, зі свого боку, примножує переляк перших. Але найскладніше для психологів те, що паніку важко досліджувати і безпосередньо фіксувати як специфічне масове явище, оскільки ніколи наперед не відомий час її виникнення, а в ситуації реального панікування не можна залишатися об'єктивним спостерігачем.

Переважно паніка ініціюється *чутками*, засобами масової інформації, соціальними, політичними чи іншими сенсаційними подіями. Показовим щодо цього є приклад виникнення масової паніки у штаті Нью-Джерсі у США 30 жовтня 1938 року, який наводять Г.М. Андреева, М.Н. Корнєв, А.Б. Коваленко [1, с. 176; 22, с. 111–112].

У цей день по радіо передавали інсценізацію роману Г. Веллса “Війна світів”. Передача велася у вигляді репортажу з місця висадки войовничих істот, котрі сіяли навколо смерть і руйнування. Перед цією передачею слухачів ознайомили з повідомленнями, які начебто надійшли від відомих астрономів про те, що до Землі наближаються “марсіанські об’єкти”.

Одразу після передачі у штаті Нью-Джерсі, на теренах якого неначе розпочалася війна, зчинилася велика паніка. Люди намагалися якомога швидше вибратися з небезпечної району, оволодіваючи машинами, автобусами.

У цій ситуації маси радіослухачів різних вікових та освітніх прошарків (1 млн 200 тис. осіб) пережили стан, подібний масовому психозу, повіривши у вторгнення марсіан на Землю. Хоч багато з них точно знали, що по

радіо передається інсценізація літературного твору (тричі про це оголошував диктор), але майже 400 тисяч людей особисто засвідчили “появу марсіан”. Описане явище було спеціально проаналізоване американськими психологами. У їхніх висновках здебільшого підкреслювалися психологічні особливості пропаганди засобів масової інформації, зокрема радіо, а також поведінки людей, які піддалися паніці.

У поясненні “феномена 30 жовтня 1938 року” дуже часто поза увагою залишаються інші, не менш важливі чинники – соціальні та політичні. Варто згадати міжнародні обставини, які передували події у Нью-Джерсі. За місяць до цього був підписаний Мюнхенський договір, який віддав Чехословаччину під владу Гітлера. Весь світ очікував початку війни. Статті у газетах, радіопередачі, розмови людей зводилися до того, коли фашисти почнуть війну з Англією та США. Очікувалася поява німецького десанту та підводних човнів біля берегів США. Лунали заклики до мобілізації. Увага до можливого повідомлення газет, радіо дедалі зростала.

Тому не дивно, що коли по радіо люди почули повідомлення, що хтось напав на США, що “вони” займають дедалі більшу територію, що вже є вбиті, сумнівів у багатьох слухачів щодо того, з ким іде війна, не було. Як показало обстеження, із шести мільйонів американців, котрі слухали передачу, більше мільйона були охоплені безпідставною панікою. Переважно це були ті, хто ввічкнув приймач після початку передачі і не чув передмови до неї.

У цьому випадку відіграли свою роль також особистісні якості тих, хто піддався впливу радіопередачі. Першими почали рятувати себе люди з низькою освітою, одинокі, хто перебував у конфлікті з оточуючими, незадоволені чимось, тривожні, дратівливі, озлоблені. Саме такі люди більш схильні до неконтрольованих емоційних виявів, ніж до раціонального аналізу, критичної оцінки ситуації та адекватної, зваженої поведінки.

Серед набору попереджувальних методів у боротьбі з панікою одним з головних є організація ефективного керівництва з одночасним формуванням до-

віри до нього. “Хто володіє інформацією, той володіє ситуацією”, – мовиться в народі. Тому вчасна чітка поінформованість дає змогу здолати невпевненість будь-якого гурту й у такий спосіб відвернути паніку. Крім того, не менш важливу роль тут відіграють знання членами групи своїх функціональних обов’язків, обставин, причин скрутної ситуації, можливостей одержання об’єктивних відомостей про них. У психології доведено, що зупинити паніку може лише навмисна, рішуча та інтенсивна дія, яка виведе людей із ситуації шоку чи потрясіння. Так, в окремих театрах під час пожежі уся трупа виходила на сцену і виконувала національний гімн, або добре відому хорову пісню. Тоді люди, хоч на мить, але зупиняються, переключаючи всю увагу на сцену. Цього моменту буває достатньо для того, щоб встановити з ними контакт й організувати евакуацію. Скажімо, подається команда: “Стояти на місці!”, “Лягай!”, “Усі назад!” та ін. Перший, хто підкориться наказу, стає зразком для наслідування, а відтак усвідомлення і наступного контролю над собою [див. 32, с. 113].

Навіювання або *сугестія* – процес психічного впливу на людину чи групу при послабленому усвідомленому контролі, некритичній оцінці змісту повідомлень, які нею сприймаються [32, с. 114]. Як вид впливу характеризується однобічним, активним, персоніфікованим перебігом діяння особи на особу чи групу, містить однаковість переживання на відміну від зараження як способу одночасного співпереживання між людьми спільного психічного стану. Перше зумовлене вербальною та невербальною (міміка, жести, слова) активностями індивіда і спрямоване не на логіку, мислення та аналіз, а на готовність людини отримати наказ діяти чи вчиняти певним чином. Кожен із нас не в змозі повністю позбавитися впливу сугестії, але різними засобами спроможний обмежити, локалізувати чи принаймні зменшити її

вплив на себе. Передусім будь-що треба прагнути вийти за межі кола “Ми”, інакше не уникнути застою свого життя, деструктивної замкненості (родинна, національна, професійна, політична тощо), яка слугує пануванню сугестії.

Суть наслідування полягає у відтворенні особою певних зовнішніх рис і взірців поведінки, манер, дій, вчинків, які характеризують об’єкт і насичені певною емоційністю та раціональністю [32]. Великого значення цьому феномену приділяв Г. Тард, який є автором теорії наслідування. Остання проголошує імітування фундаментальним принципом розвитку та існування суспільства. Саме за умов копіювання виникають групові норми і цінності, де наслідування – джерело прогресу і стабільності соціальних відносин. При цьому вчений виділяє такі різновиди імітування: логічне і нелогічне, внутрішнє і зовнішнє (за послідовністю і механізмом руху), наслідування-мода і наслідування-звичай (за мірою стійкості), наслідування всередині класу і поза ним (за соціальною природою) [56].

Оригінальна спроба тлумачення природи наслідування також належить М.К. Михайловському, який розрізняє зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на формовияви наслідування. Зовнішній спонукає до копіювання і характеризує стиль поведінки людини, яка перебуває в незвичних обставинах; внутрішній обмежує психодуховний світ людини схильністю до навіювання, слабкістю волі, недостатністю розвитку здатності свідомо контролювати свої дії. У будь-якому разі наслідування не зводиться до акту автоматичного і несвідомого повторення заданого зразка, а є складним соціально-психологічним явищем, котре охоплює не тільки сліпе копіювання, дзеркальне повторення, а й творче відтворення того чи іншого прикладу з урахуванням конкретних умов діяльності.

Копіювання набуває важливого значення у процесі становлення особистості

дитини, яка для того, щоб оволодіти дійсністю, приречена діяти на рівні “зони найближчого розвитку” (Л.С. Виготський), тобто у процесі співробітництва і постійної дорослої допомоги. Отож кожна юна особа імітує зразки поведінки інших, а також вмотивовано копіює вчинкові дії та соціальні норми. Тому наслідування як певний вид впливу для неї – спосіб засвоєння знань і нового досвіду, оволодіння і підкорення світу. Проте імітування має місце і в житті дорослої людини, коли та вимушена наслідувати інших через неможливість опанування ситуацією. Тоді вона, привласнюючи здобутки більш здібних і компетентних, оволодіває новими навичками, нормами, правилами.

Мода є однією з “*форм стандартизованої масової поведінки людей, що виникає стихійно під впливом настроїв, смаків, захоплень, які переважають у суспільстві*” [32, с. 119]. Вона виявляється майже в усіх сферах соціального життя – науці, спорті, мистецтві, політиці, побуті. До її характерних ознак належать динамічність, новизна та швидкоплинність. За словами М.Н. Корнева та А.Б. Коваленко, мода – це локальна, зовнішня зміна соціально-культурних форм поведінки та наявних уподобань людини [32, с. 120].

У тому разі, коли система офіційної пропаганди не дає пояснень щодо важливої на думку громадян інформації, то кожен сам починає з'ясовувати ситуацію, що виникла, з допомогою чуток. Загалом “*чутка – це таке повідомлення, що надходить від однієї чи більше осіб про нічим не підтвержені події*” [32, с. 121]. Цей спосіб впливу здебільшого стосується найбільш актуальних для людини потреб, інтересів та відображає ступінь поінформованості соціуму. М.Н. Корнев та А.Б. Коваленко виділяють найсуттєвіші характеристики чуток: інформаційна (визначає об'єктивну міру вірогідності повідомлення) та експресивна (спрямована на емоційну реакцію). Вони віддзеркалюють суб'єктивний стан

людей, котрий може бути принаймні трьох класів (чутка-страховище, агресивна і чутка-бажання) і чотирьох різновидів (абсолютно невірогідна, невірогідна з елементами правдоподібності, вірогідна з елементами неправдоподібності, правдоподібна). Прикметно те, що “метою того, хто передає чутку, є не стільки повідомлення, скільки формування певної установки стосовно того, що становить предмет інформування (чуток), а також плекання сприятливого ставлення до самого себе. Мотивом цього може бути суперництво у групі, боротьба за лідерство, прагнення підвищити групову оцінку чи самооцінку”. Не відаючи того, звідкіля витікає чутка, люди часто схильні вірити, що повідомлення надходить від надійного джерела. Звідси позірна вірогідність будь-якої чулки, котра набуває форм престижного навіювання та маніпулятивного впливу [32, с. 121–122].

Всі психологічні засоби протидії чуткам можна поділити на дві групи: профілактичні та активні. Перші пов'язані з ефективністю дії засобів масової інформації та пропаганди, наявністю обов'язкового зворотного зв'язку між керівництвом держави і народним загалом; другі – з контрпропагандою, яка виходить з того, що замовчування чуток призводить до їх поширення та виникнення на їх підґрунті нових чуток. Проте пряме спростування чуток часто викликає ефект “бумерангу”: вони знову повертаються і поширюються серед людей, причому ще з більш недостовірними подіями, сценами, деталями.

Отже, обґрунтовані відомими дослідниками [1; 32] способи впливу, навіть за умов масового зростання самосвідомості, не зникнуть із суспільного життя, оскільки відображають його сувору драматичну реальність. Більше того, вони набувають неабиякої соціокультурної ваги, тому що цивілізаційний прогрес спричинює ускладнення форм ковітального буття людства. Наприклад, зараження, яке передається через емоції й

об'єднує суб'єктів групової діяльності, аж ніяк не скасує такої афективної форми, як “вболівання на стадіонах під час спортивних змагань” [32, с. 109]. На думку В.О. Моляко, цей спосіб психодіяння містить такі особливості: неадекватну оцінку ситуації, підвищену метушливість, зниження дисципліни, пошук заспокійливих засобів (ліків, алкоголю), прагнення одержати інформацію.

Сказане повною мірою стосується навіювання як необхідного моменту розвитку людини, адже воно, як відомо, причетне до абсолютної довіри, а контравіювання – до недовіри” [44]. “Якщо сугестія завжди є засобом інтеграції групи, консервації та збереження існуючих звичаїв, форм поведінки, то контрсугестія – знаряддя здійснення змін у суспільстві, його руху вперед” [32, с. 115]. Остання зумовлює психічну незалежність кожного, розвиває його самосвідомість та модуси суб'єктивності. Саме така конструктивна непогора уможливорює інноваційну діяльність, наукову, художню та інженерну творчість і врешті-решт культурний прогрес людства.

Наслідкування як окремий вид впливу також має велике значення у процесі формування поведінки громадян, оскільки дає змогу кожному оволодіти не лише практичними вміннями і навичками, а й нормами спілкування, цінностями і смислами діяльності. Воно засадниче перебуває у підґрунті навчання. Саме шляхом копіювання дитина наслідує дорослого, привласнює взірці групової поведінки. Тому механізми імітування все ж становлять важливий момент соціалізації, хоч і мають у дорослому житті відійти на другий план життєактивності, культурного розвитку суспільної людини.

Вочевидь і мода як специфічна форма соціально-психологічного впливу оновлює культурний досвід соціуму та його окремих представників. Адже розумне слідування їй зумовлює стандартизацію у поведінці співгромадян, яка розширює горизонти їхньої творчої самореалізації

шляхом економії психічної енергії у побуті, під час щоденного соціального контактування. У цьому контексті чутки є тим різновидом міжіндивідуального спілкування, з допомогою якого відтворюються пануючі стереотипи та установки, відображаючи поверхневу інформаційну ситуацію буднів суспільного життя. Давній і добре виправданий спосіб припинення поголосів – пред'явлення об'єктивних фактів. При цьому бажано не виправдовуватися чи аргументувати свої докази чутками.

Безперечно, проаналізовані способи психологічного впливу відіграють важливу роль не лише в актуальній поведінці та діяльності людей, а й їхньому культурному розвитку. Вони є необхідним чинником соціалізації особи, групового об'єднання, формування установок, суспільних норм і загальнолюдських вартостей.

Особистісний вплив і протистояння чужому тиску. Є.В. Сидоренко обґрунтовує психовплив як діяння на психічний стан, відчуття, думки і вчинки інших людей з допомогою виключно психологічних засобів: вербальних, паралінгвістичних чи невербальних [54, с. 11]. Для цієї концепції впливу характерно те, що у партнера, на якого здійснюється тиск, є можливість відповісти на нього суто психологічно. Наприклад, – підкреслює автор, – загроза побоїв чи звільнення із роботи являють собою психологічні засоби, а сам факт побоїв чи звільнення становить здійснення соціального і фізичного впливів. Тому *психологічний вплив – це тиск на стан, думки, почуття і дії іншої людини з допомогою винятково психологічних засобів і можливість кожного відповідати на це діяння* [54].

У своїй концепції Є.В. Сидоренко виділяє види психологічного впливу (*табл. 1*) та адекватні їм різновиди протистояння сторонньому тиску (*табл. 2*).

Зазначені впливи і протистояння їм не в усіх випадках співвідносяться між собою за поданим нумеруванням. Це пов'язано з тим, що кожному виду діяння

Таблиця 1

Види психологічного впливу (за Є.В. Сидоренком)

№ п/п	Види впливу	Визначення
1.	Переконання	Свідомий аргументований вплив на іншу людину чи групу, котрий змінює їхні судження, ставлення, наміри чи рішення
2.	Самопросування	Повідомлення цілей і презентація свідчень своєї компетентності та кваліфікації для того, щоб бути оціненим за гідністю і завдяки цьому отримати перевагу на виборах, при назначенні на посаду і т. ін.
3.	Навіювання	Свідомий аргументований вплив на особу чи групу людей, котрий має на меті змінити їхній стан, ставлення до чогось
4.	Зараження	Передача свого стану чи ставлення іншій людині чи групі осіб, які приймають цей стан чи ставлення
5.	Пробудження імпульсу до подразнення	Здатність викликати прагнення бути схожим на себе
6.	Формування благоприхильності	Привернення до себе мимовільної уваги адресата шляхом власної привабливості, надання іншому послуг
7.	Прохання	Звернення до адресата із проханням задовольнити потреби чи бажання ініціатора впливу
8.	Примус	Загроза застосування ініціатором своїх контролювальних можливостей для того, щоб домогтися від адресата бажаної поведінки, позбавити останнього будь-яких благ чи змінити умови його роботи та життя
9.	Деструктивна критика	Висловлювання принизливих суджень про особистість людини, осміювання її вчинків, котрі руйнують віру особи в себе
10.	Маніпуляція	Приховане спонукання адресата до переживань відповідних станів, прийняття рішень чи виконання дій, які необхідні для досягнення ініціатором власних цілей

Таблиця 2

Види психологічного протистояння впливу (за Є.В. Сидоренком)

№ п/п	Види протистояння впливу	Визначення
1.	Контраргументація	Свідома аргументована відповідь на спробу переконання, яка заперечує докази ініціатора впливу
2.	Конструктивна критика	Підкріплення чинниками обговорення цілей, засобів чи дій ініціатора діяння та обґрунтування їх невідповідності цілям, умовам і вимогам адресата
3.	Енергетична мобілізація	Опір адресата спробам навіяти йому відповідний стан чи спосіб дії
4.	Творчість	Створення нового, нехтування впливами взірця, моди
5.	Ухилення	Бажання уникати будь-яких форм взаємодії з ініціатором впливу, в т. ч. випадкових особистих зустрічей
6.	Психологічна самооборона	Застосування мовних формул, що дають змогу зберегти присутність духу і вигравати час для обдумування подальших кроків у ситуації деструктивної критики, маніпуляції чи примусу
7.	Ігнорування	Дії, які свідчать про те, що адресат навмисне не помічає чи не приймає до уваги слова, дії чи виявлені ним почуття
8.	Конфронтація	Відкрите і послідовне протиставлення адресатом своєї позиції і вимог ініціатору впливу
9.	Відмова	Виявлення адресатом свого небажання виконувати прохання ініціатора впливу

Таблиця 3

Класифікація видів впливу і протистояння їм за ознакою психологічної конструктивності-неконструктивності (за Є.В. Сидоренком)

Види впливу	Характеристика конструктивності – неконструктивності	Конструктивні види контрвпливу	Неконструктивні види контрвпливу
1. Переконавання	Конструктивний вид впливу, за умови відкритого партнеру мети діяння	Контраргументація	Ігнорування; примус; деструктивна критика; маніпуляція
2. Самопросування	Конструктивний вид впливу, за умови невикористання “трюків” і вияву істинних цілей і запитів	Конструктивна критика, відмова	Деструктивна критика; ігнорування
3. Навіювання	Спірний вид впливу; навіювання – це завжди проникнення через “чорний вхід”	Конструктивна критика; енергетична мобілізація, ухилення	Деструктивна критика; маніпуляція; примус; ігнорування
4. Зараження	Спірний вид впливу; ніхто не може визначити, наскільки корисно адресату зацікавлюватися цим почуттям чи станом і саме тепер	Конструктивна критика; енергетична мобілізація; ухилення	Деструктивна критика; маніпуляція; примус; ігнорування
5. Пробудження імпульсу до подразнення	Спірний вид впливу; вважається прийнятним у вихованні дітей	Творчість; конструктивна критика; ухилення	Деструктивна критика; ігнорування
6. Формування благоприхильності	Спірний вид впливу; лестоці, подразнення як вища форма улесливості і послуга адресату діяння може бути маніпуляцією	Конструктивна критика; ухилення; енергетична мобілізація	Деструктивна критика; ігнорування
7. Прохання	Спірний вид впливу; в російській культурі вважається руйнівним для того, хто просить, в американській – виправданим	Відмова; ухилення	Деструктивна критика; ігнорування
8. Примус	Спірний вид впливу; вважається конструктивним у деяких педагогічних, політичних системах і в аварійних ситуаціях	Конфронтація	Деструктивна критика; маніпуляція; примус у відповідь; ігнорування
9. Деструктивна критика	Неконструктивний вид впливу	Психологічна самооборона; ухилення	Деструктивна критика у відповідь; маніпуляція; примус; ігнорування
10. Маніпуляція	Неконструктивний вид впливу	Конструктивна критика; конфронтація	Зустрічна маніпуляція; деструктивна критика

може бути протиставлена різна протидія. Тому один і той самий саботаж можна з успіхом використовувати у різних ситуаціях психовпливу.

Водночас треба віддати належне згаданому психологові-досліднику, котрий не зупинився на констатації емпіричних

видів впливу та психологічних засобів протистояння їм. Він також класифікував ці взаємозалежні параметри соціальної взаємодії за критерієм конструктивності-неконструктивності (табл. 3) [54, с. 25-26]. На його думку, психологічно конструктивний вплив відповідає

таким ознакам: 1) не руйнує особистостей та їхні взаємостосунки; 2) задовольняє потреби обох взаємодіючих сторін. Якщо діяння співвідноситься із зазначеними моментами, то в адресата є можливість піддатися тиску, або конструктивно протистояти йому коректними психологічними способами [54].

Справді, кожен із нас наділений правом впливати на інших людей чи окрему групу, колектив. Але й ті, на кого діють, також мають змогу протистояти тиску. Тому будь-який вплив, незалежно від ступеня його усвідомлення, реалізує свідоме чи підсвідоме бажання людини утвердити факт свого існування, важливості та непересічності її власного буття. Якщо поглянути на цю проблему із психологічного погляду, то значущим моментом є не саме право чи свобода особи впливати на оточуючих, а те, наскільки конструктивні, розвивальні та творчі засоби і способи використовуються нею під час взаємодіяння. Тому, на нашу думку, цілком слушно виділити ще один критерій впливу між людьми, — *творення культурного довкілля*, партнера-комунікатора і самого себе. Причому *самотворення* — це найефективніший процес впливу-спричинення у сфері власного концептуального Я, котрий розгортається як внутрішня, синхронно-діалогічна зустріч окультурених форм психічної активності (поведінка, діяльність, спілкування, вчиняння) та актуально відповідних їм образів суб'єктивної реальності (суб'єкт, особистість, індивідуальність, універсум) [див. 15].

Методи психологічного впливу. Вони здебільшого аналізуються у співвідношенні з окремими видами соціальної практики і *зорієнтовані* або на *об'єкт діяння*, або на *форму реалізації прийому впливу*. В літературі, як відомо, виділяють методи безпосереднього впливу (емоційне зараження, навіювання, переконання, подразнення) та опосередкованого діяння (залучення до діяльності). Т.С. Кабаченко класифікує методи психовпливу безвідносно до сфери їх

практичного застосування на кілька груп (*рис. 5*). Доцільність своєї класифікації автор підтверджує матеріалами, що отримані у досвіді психологічного консультування. Останнє проводилося для керівників виробничих колективів і представників громадських організацій, виробничих і навчальних груп з питань управління їхньою суспільною активністю. Відтак пропонується класифікація реалізує *цілісний підхід* до розгляду феномена активності і дає змогу при потребі окреслювати комплекс психокорекційних заходів.

Загалом практика використання методів психологічного діяння на активність людини має ретроспективний контекст, оскільки суспільний поступ пов'язаний із збагаченням засобів практичного впливу на громадянський загал. “Адресуючись первинно до простих емоційних реакцій, природних потреб людини, психологічний вплив пізніше охоплює її почуття, апелює до моральних, естетичних норм, до відчуття власної гідності. В такий спосіб у сфері діяння втілюються вищі соціальні потреби” [24, с. 16]. Однак “вплив на активність можливий в аспекті зміни психологічних характеристик особистості, групових норм, суспільної думки чи настрою шляхом використання соціально-психологічних закономірностей. Ці способи діяння у системі управління називаються психологічними методами управління” [25, с. 13].

Крім того, Т.С. Кабаченко пропонує сукупність *прийомів*, що реалізують указані групи методів та зорієнтовані на окремий вид психологічних феноменів. Зупинимося на тих, що найістотніше впливають на соціальну активність людини. Зокрема, до першої групи методів належить прийом, в основі якого знаходиться механізм “зсуву мотиву на мету” (обґрунтований у працях О.М. Леонтьєва), котрий, за умов його задіяння, породжує нові види мотивації. Під час реалізації цього прийому, завдання суб'єкта впливу полягає у вмотивованому навіюванні, переконанні чи наслідуванні задля залучення об'єкта впливу в перебіг



Рис. 5.
Методи психологічного впливу (за Т.С. Кабаченко)

бажаної діяльності та забезпечення оптимальних умов її здійснення. Особливого значення тут набуває внутрішня організація та стимулювання актуалізованої співдіяльності.

Приклади, що підтверджують дієвість цього прийому впливу, наявні у різних сферах суспільної практики. Це можуть бути, – як пише Т.С. Кабаченко, – навчальні комбінати, де учні не лише послідовно ознайомлюються із масовими професіями, а й залучаються до виробничої праці, в результаті чого формується психологічна готовність до зміни провідної діяльності, виявляються схильності, інтереси, бажання до ґрунтовного освоєння професії. Тому зрозуміло, що прийоми, які реалізують методи впливу на чинники регуляційного формовияву активності, змінюються залежно від конкретно-істо-

ричної ситуації. Особливе місце належить тим прийомам, котрі обслуговують діяння смислових і цільових установок особистості. “Під цільовою установкою розуміється готовність до досягнення усвідомленого передбаченого результату” [3, с. 154], з допомогою якої можна визначити “міру цілісності, завершеності” [24, с. 19] будь-якої поведінкової дії. Тоді як смислові установки виявляють сенсову готовність людини до здійснення певної діяльності [3], відіграють важливу роль під час “психологічного консультування керівників і представників суспільних організацій, коли виникають ускладнення у вирішенні організаційних завдань...” [24, с. 19].

У соціальній практиці, на думку Т.С. Кабаченко, існує значна кількість прийомів, котрі оптимізують умови актуалізації

сміслових і цільових установок особистості. До них передусім належать такі, як “метод орієнтованих ситуацій”, “особистий приклад”, “єдність вимог” [21], “метод червоних пар” (один із варіантів наставництва) [52], а також прийоми, суть яких полягає в апеляції до думки більшості, оперативному інформуванні з питань, щодо яких у суспільної свідомості ще не склався стереотип оцінок [73]. Отож підхід російської дослідниці характеризується цілісністю у визначенні чинників, котрі впливають на цикл актуалізованого перебігу активності. Він дає змогу по-новому класифікувати методи психологічного діяння, які широко використовуються у різноманітних сферах соціального життя і можуть бути застосо-

вані не лише під час розгортання процесів управління, виховання, реклами, а й у соціально-психологічних тренінгах, інноваційному навчанні, психовітальній реабілітації особистості.

Види психологічного впливу. Вплив ніколи не може бути одностороннім процесом, а інтегрує принаймні три різновиди психологічних явищ (*рис. 6*) – пише Е.М. Яценко [77, с. 48].

Цей факт істотно ускладнює *механізм* функціональної дії психовпливу, який містить: а) вивчення особливостей адресата і ситуації, в якій реалізується вплив, б) вибір стратегії, способів, методів та засобів діяння, в) врахування зворотного зв'язку зі сторони адресата, що здійснюється за природою самого проце-

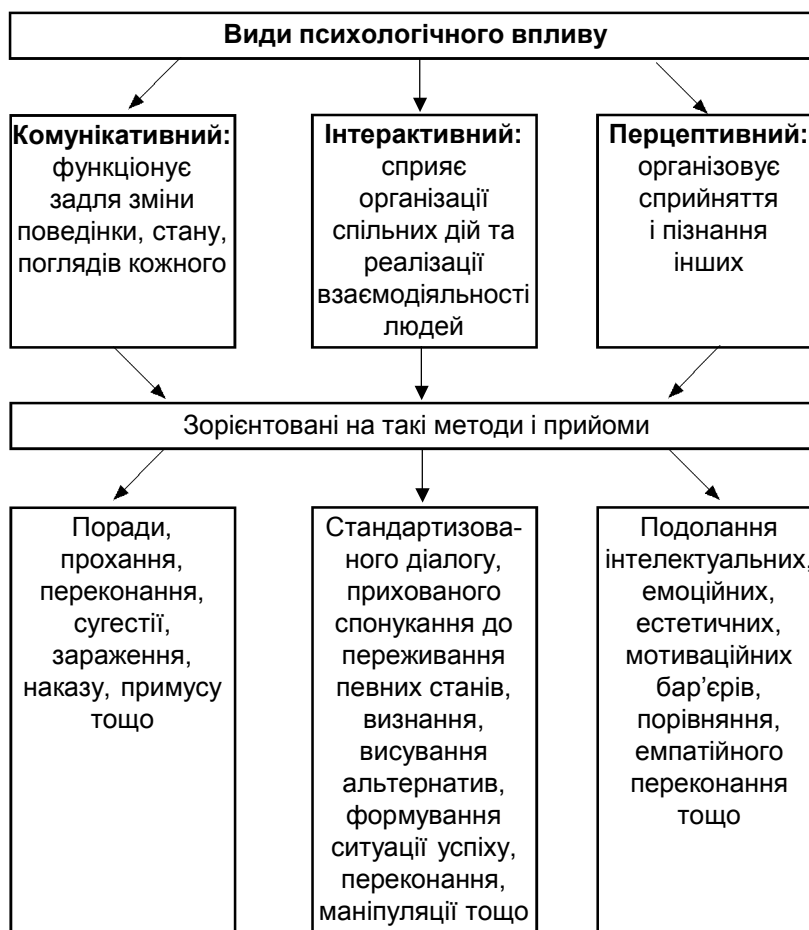


Рис. 6.

Взаємозв'язок видів, методів і прийомів психологічного впливу (за Е.М. Яценко)

су, г) організацію протидії адресата у ситуації можливого контрвпливу на ініціатора. Відтак “**психологічний вплив** – це тонкий механізм зіткнення не лише суб’єктних характеристик особистості та їх взаємовпливи, а й поштовх до саморозвитку, активності, духовної еволюції та динамічних новоутворень. Саме тому забезпечення його ефективності залежить від мистецького оперування видами і методами впливів як складових двостороннього процесу міжособистісної взаємодії” [77, с. 50].

Отже, пропонується взаємозалежність видів і прийомів психологічного впливу проаналізована на інтенціональному рівні, тобто покликана з’ясувати динаміку активності, саморозвитку людини. **Комунікативний, інтерактивний та перцептивний** різновиди діяння – важливі умови ефективного психологічного впливу, оскільки є наслідками не тільки обміну інформацією та діями, пізнання між суб’єктом та об’єктом, а й організаційною першоосновою утворення нових значень і смислів життєактивності особи, оволодіння невідомими знаннями як взірцями спілкування; об’єднання особистостей у групу та внутрішнього узгодження позиції між ними; усвідомлення мети, установок, мотивів партнера. На нашу думку, слід було б до кожного виду діяння запропонувати *структуру* психовпливу, до складу якої належали б: суб’єкт, принципи, парадигма, стратегія, об’єкт, механізм, види, способи, прийоми, засоби та найімовірніший результат. Тоді досліджувана взаємозалежність була б концептуально оформлена як повно розв’язана психологічна проблема, причому з методологічних позицій принципів системності, розвитковості, спричинення.

Маніпуляція як вид психологічного впливу. Прийнято вважати, – доречно зауважує Є.Л. Доценко, – що *маніпуляція* – це погано. Але, – пише далі вчений, – пригадайте красуню Шехерезаду, котра розповідала казки своєму грізному володарю Шахріару. З допомогою маніпуля-

ції вона протягом трьох років рятувала від смерті не лише себе, а й дівчат країни, де проживала. Таких прикладів у фольклорі можна знайти не один десяток. Не лише у час казок “1001 ніч”, а й і в буденному житті маніпуляція *відіграє роль засобу захисту* від керівництва, родичів тощо, нарешті дає змогу досягати мети.

В останні десятиліття, як відомо, інтенсивно розроблялася як психологія спілкування, так і психологія особистості. Проте між ними існує малодосліджена зона, що містить таємницю психологічної взаємодії. Науковці виділяють три можливих погляди у розв’язанні вказаної проблеми. Перший полягає в тому, що маніпуляція може розглядатися як соціально-психологічний феномен (що таке маніпуляція, коли вона виникає, для якої мети використовується, за яких умов дієва та ін.). Другий стосується того, що маніпуляція являє собою вузол, у котрому наявні аспекти психологічного впливу (перетворення інформації, проблема істини-неправди ...). Третій спрямований на пізнання механізмів захисту від маніпуляції і прямує у сферу психології особистості, оскільки звертає увагу на внутрішньопсихічну динаміку, котра завжди пов’язана з процесами прийняття рішень, інтеграцією і дисоціацією. Вивчення маніпуляції у цьому аспекті висвітлює нові межі проблемного осмислення взаємопереходів між зовнішньою і внутрішньою активністю, зміщуючи предмет дослідження у площину загальної психології. Тому вивчення маніпуляції зачіпає широкий спектр актуальних питань – від фундаментальних, теоретичних до прикладних, емпірично-описових [19, с. 8, 9]. Від себе зауважимо, що істотним недоліком аналізованого феномена є його деструктивний вплив на особу. Початковий етап діяння завжди більшою чи меншою мірою загострює конкуренцію мотивів адресата та спричинює психологічну невпевненість людини в осмисленні задачної ситуації та прийнятті своєчасних зважених рішень.

Є.Л. Доценко [19] під час дослідження вищезазначеного феномена керувався *герменевтичним підходом*, для котрого характерні: а) усвідомлена установка у процесі власного тлумачення, пояснення, розуміння предмета пошукування; б) бажання зрозуміти смисл людських дій, тобто сукупність усіх зв'язків особи зі світом; в) зосередження на мові як головному носію даних про людину; г) розуміння смислу через багатосторонній аналіз засобів його виявлення (мова, бесіда, символічні дії); д) залежність значень будь-якої події чи явища від контексту, сукупності його актуальних і потенційних зв'язків; е) неможливість наукових формулювань і точного теоретичного опису цього явища. Герменевтикою П. Рікбор [47] називає усяку дисципліну, що бере початок в інтерпретації, котрій надає змісту виявлення прихованого смислу в смислі очевидного. Крім того, – зазначає далі Є.Л. Доценко, – вона бережно ставиться до складових предмета вивчення: ніщо не визнається зайвим, усе – необхідне і корисне. До того ж *герменевтика як наука про тлумачення текстів* толерантна до поляризації протилежностей, суперечностей, повно налаштована на продуктивний діалог. Тому вчений вважає, що найкоректніше перенести її прийоми на дії, діяльність людини.

Попереднє уявлення про маніпулятивні феномени, на думку Є.Л. Доценка, можна виявляти через такий приклад.

Внучка просить бабусю показати, як викроїти фартух ляльці (завдання на уроці трудового навчання). Бабуся пояснила, але через 5 хвилин у дівчинки знову виникає до неї запитання, а потім ще і ще. Насамкінець, домашній “консультант” не витримує, починає і закінчує роботу самостійно. Внучка внутрішньо задоволена.

У цьому випадку особливість маніпуляції полягає в тому, що престижиджигатор (маніпулянт) приховує власні наміри, щоб досягнути бажаної мети. Загалом уявлення науковців про природу цього психологічного явища різне, що

наочно підтверджують пропоновані дефініції: Б.Н. Безсонов зазначає, що *маніпуляція* – це форма духовного впливу прихованого владарювання, котра здійснюється насильницьким шляхом; Д.А. Волкогонов – керівництво над духовним станом, управління внутрішнім світом; Р. Гудін – приховане застосування влади (сили) щодо волі іншого; О.Т. Йокояма – обманне непряме (опосередковане) діяння в інтересах маніпулятора; Л. Прото – прихований вплив на здійснення вибору; В. Рікбор – таке конструювання світу, що дає змогу вигравати; Дж. Рудінов – спонукання поведінки з допомогою обману чи гри через імовірні слабкості іншого; В.Н. Сагатовський – ставлення до іншого як до засобу, об'єкта, знаряддя; Г. Шіллер – прихований примус, програмування думок, намірів, почуттів, відношень, установок, поведінки; Е. Шостром – управління і контроль, експлуатація людини, використання її як об'єкта, речі; П.У. Робінсон – майстерне управління чи корисливе використання та ін.

Подані дефініції дають змогу вказати на такі *ознаки маніпуляції*: 1) родова ознака – психологічний вплив, 2) ставлення престижиджигатора до іншого як засобу досягнення власних цілей, 3) бажання отримати односторонній виграв, 4) прихований характер впливу, 5) використання (психологічної) сили, гра на слабих. У зв'язку з цим Є.Л. Доценко наводить ще кілька визначень: *маніпуляція* – це а) “вид психологічного впливу, штучне виконання якого спричинює приховане збудження в іншій людині намірів, котрі не співпадають з її актуально наявними бажаннями; б) вид психологічного діяння, за якого майстерність маніпулянта використовується для прихованого втілення у психіку адресата цілей, бажань, намірів, установок, котрі не співпадають з тими, які є у нього в даний момент; в) це психологічний вплив, спрямований на зміну активності іншої людини тощо” [19, с. 58–60].

Під час обґрунтування даного феномена вчений досліджує *засоби* (але, на нашу думку, насправді мовиться про способи і прийоми), з допомогою яких розгортається маніпуляційний вплив, а саме: 1) визначення вектора діяння, виходячи із підзадач (відвернення уваги адресата, обмеження уваги на змісті, зниження критичності, ізоляція від впливу з боку інших і т. п.); 2) підбір виду сили (засобу впливу) для здійснення психологічного тиску (перехоплення ініціативи, зменшення часу для прийняття рішення); 3) пошук мотиву, через котрий можна проникнути у психічну сферу чи “влізути в душу”; 4) поступове нарощування тиску (тотальний, постійний, інтенсивний вплив). Крім того, автор наводить *механізми*, які реалізують маніпуляційний психовплив: а) *приєднання* престижджитатора до внутрішнього світу адресата (здійснюється в тих випадках, коли структура ситуації схожа за характером із частиною змісту об’єкта впливу); б) *здіяння психічних автоматизмів*, тобто зсув активності маніпулянта до бажаних ділянок внутрішнього світу адресата; в) *забезпечення* енергією цих процесів переміщення; г) *привласнення* – ототожнення “Я” об’єкта впливу з активністю. Саме це особистісне Я стає обманутим, приймає чужий погляд за власний. Прикінцеве спрямування маніпулятивного впливу диктується прагненням престижджитатора перекласти відповідальність за скоєне на жертву, причому немов за її власним хотінням. Відтак ця обставина програмує в адресата негативне ставлення до маніпуляції, що характеризується *руйнівною взаємодією* [19, с. 173–175].

У процесі маніпуляції між людьми, на думку Є.Л. Доценка, виникає *психологічний захист*, котрий пов’язаний із використанням суб’єктом психологічних засобів усунення чи послаблення шкоди, що загрожує йому із боку іншого [19, с. 194], і котрий можливий за наявності:

– взаємодії суб’єктів (останні можуть

бути державами, організаціями, групами, окремими особами);

– міжсуб’єктної боротьби;

– порушення психологічної межі того чи іншого індивіда (втрата цілісності чи індивідуальної уособленості).

Щоб унаочнити сказане вчений наводить такий цікавий приклад про маніпуляцію та негативний захист від неї [19, с. 185].

Один чоловік звернувся за консультацією до психотерапевта із проханням вивести його з важкого сімейного становища. У перші два три роки життя у сім’ї він почував щось неприродне у взаємостосунках із дружиною. Йому було важко собі пояснити, чому виникають сварки, оскільки немов би не п’є, не б’ється, але інколи запиває на два-чотири дні, і, хоч спокійний за характером, все ж несподівано влаштовує домашні погроми. Після суперечок довго переживає, докоряє собі. А дружина, як не парадоксально, із розумінням ставиться до чоловіка після цього... Накінець третього року подружнього життя до нього прийшло осяяння: дружині потрібні сварки. Дослідивши деталі, він відстежив увесь сценарій. Спочатку постійні безпредметні звинувачення в будь-чому з боку жінки, що спричинювали його негативний емоційний вибух. Після цього дружина залишалася спокійною та лагідною на місяць-два і навіть більше, коли він взагалі не пив. Потім знову починала щохвилино доймає його, і все відбувалося спочатку. Пробував не піддаватися докорам, але атмосфера ставала нестерпною – простіше було влаштувати скандал, і чим сильніший, тим довше продовжувалися періоди затишку. І так ще 16 років.

На нашу думку, в цьому випадку дружина піддає руйнівному ефекту через маніпуляцію особистісні структури чоловіка, що приводить до їх ситуативного розщеплення. Насамперед вона прагне знищити його Я-образ, Я-ставлення, а відтак, і Я-вчинки. Нав’язуючи чоловікові міжсуб’єктні суперечки, домагається його негативної активності, котра ставить останнього у позицію жертви, наслідками якої є: постійні переживання,

запої, котрі порушують його індивідуальну цілісність та неповторність. Відтак особистісне Я чоловіка стає обманутим. Вочевидь дружина у такий спосіб зміцнює свій Я-образ, самостверджується через ситуації докорів, скандалів, тобто тоді, коли емоційно владарює над ним. А в кінцевому підсумку чоловік ще й бере відповідальність за скоєне на себе. Отож жінка – щаслива, тому що перемога за нею. На противагу цьому чоловік, за допомогою механізмів витіснення та заперечення, намагається зміцнити Я-ставлення до себе, але жінка підкріплює нав'язане маніпулювання докорами, що чоловік у неї – слабкий. Так у нього виникають амбівалентні почуття до власного образу, формується занижена самооцінка. Все це підтверджує один фундаментальний факт: коли ми захищаємося від когось, то спочатку доцільно проаналізувати, чи потрібно взагалі реагувати на ситуацію, подію, а вже потім – чи варто застосовувати активні форми захисту (агресія, підкорення), котрі інколи сприяють руйнації внутрішнього світу людини.

Є.Л. Доценко пропонує загальні принципи побудови *контрприйомів від маніпуляції*. Серед останніх найбільш універсальним є *непередбачуваність*, гасло якої таке: “Коли ти не передбачуваний, то й невразливий”. Другий специфічний принцип захисту – *затримка автоматичних реакцій, або блокування* – може виявитися в тому, що адресат буде діяти обережніше, ніж завжди, чи витратити більше часу на прийняття рішення.

Кожен час від часу ставить перед собою запитання: “Як виявити маніпуляцію у процесі взаємодії з іншими?” Вчений пропонує ознайомитися із сутнісними ознаками, котрі характеризують це явище цілісно: 1. *Дисбаланс* у розподілі відповідальності за здійснені дії і прийняті рішення (мовиться про випадки, коли помічаємо, що щось “повинні” зробити комусь, не знаючи, звідки взявся цей борг). 2. *Деформації* у спів-

відношенні “виграш – плата” виявляються у тому, що отриманий результат не відповідає прикладеним зусиллям. 3. *Нааявність* силового тиску. 4. *Порушення* збалансованості елементів ситуації під час взаємодії: а) незвичність мішені впливу (наприклад, здійснення послуг, що виходять за межі звичного, чи надмірна увага до незнайомої людини); б) нетрадиційність у пред’явленні інформації (партнер присідає біля вікна і чомусь кожного разу так, коли сонце неприємно осліплює очі). 5. *Неконгруентність* поведінки (якщо зіставити зміст слів із рухами рук чи міміки, то легко виявити, що співрозмовник не дивиться в очі, а ввєрх чи вниз; інколи немовби впевнені слова супроводжує суетою рук – крутить гудзик, перекладає щось на столі та ін.). 6. *Бажання* суб’єкта впливу надати поведінці адресата стереотипності; сюди ж можна віднести і регресію інфантильних реакцій – плач, агресію, сум, відчуття самотності тощо, а також ті психодуховні стани, котрі спричинюються відповідними ситуаціями чи подіями.

Однак навчити людину лише захищатися від маніпуляції недостатньо і, як підкреслює автор, “не має сенсу, адже це все одно, що саме навчання їзди на велосипеді звести до засвоєння правильного тримання керма. Найбільш ефективним захист стає в тому разі, коли установка на боротьбу змінюється атитюдом на співробітництво”. Замість девізу “кращий спосіб захисту – напад” треба взяти на озброєння інший: “кращий спосіб захисту – ненапад”. Це пов’язано з квітальною дією принципу бумеранга: не копай іншому яму – сам у неї потрапиш [19, с. 265, 276].

Установка на співробітництво, – пише далі Є.Л. Доценко, – дає змогу запропонувати кожній людині орієнтуватися на такі *принципи захисту*:

– не атакувати першим, тобто не бути ініціатором боротьби, а запропонувати іншій стороні розкрити наміри; енергію нападу використати для руйнування цього ж нападу;

– зруйнувати сценарій боротьби, але й не створювати зайвих незручностей та витрат людині; у такий спосіб самим допомогти їй перебороти бажання воювати; це означає, що треба зробити так, щоб агресору стало зрозуміло одне: він не досягне своїх цілей, боротьба не вигідна для нього самого;

– вірити, що партнер відмовиться від міжособистісних непорозумінь;

– не допускати руйнування маніпулятором внутрішніх мішеней адресата, щонайперше потреб, нахилів, схильностей, ідеалів, регуляторів активності (сміслових, цільових, нормативних), когнітивних структур (способу мислення, стилю поведінки, навичок, умінь, кваліфікувань тощо);

– затримати автоматичні реакції на виході, у тому числі не виявляти назовні очікувану престижизитатором поведінку, а, навпаки, зосередити енергію на аналізі ситуації;

– виробити ефективні стратегії знищення внутрішньоособистісних суперечностей.

Загалом маніпуляція викликає інтерес не лише у народного загалу, а й цілком природно – в науковців, філософів, управлінців. Відтак проблема полягає не в тому, маніпулювати нам іншими чи ні, оскільки кожен вдається до цього регулярно, а в тому, щоб навчитися вміло керувати, не порушуючи механізмів ідентифікації, емпатії, себто взаєморозуміння під час співдіяльності з оточуючими. У цьому контексті природно, що представники академічної і прикладної гілок психології переважно обстоюють *маніпулятивну методологію*, наочним прикладом чого є бажання розподіляти людей на різні типи темпераменту, характеру, види здібностей тощо. Так, скажімо Д. Карнегі [27] запропонував замінити примус на нові прийоми спілкування, способи прихильності у взаєминах з людьми та ін., що з успіхом можна використати у повсякденних міжлюдських стосунках; Ф. Зімбардо і М. Ляйппе [22] зосередили механізм впливу на зміні установок

особистості, а Р. Чалдіні [70] обґрунтував принципи діяння, що дають змогу виявляти виникнення негативних чи позитивних емоцій, фіксувати момент прийняття рішень. Усі ці концепції можна теж назвати маніпулятивними, тому що адресат іде на поступки, виконує задумані бажання чи потреби престижизитатора. Зазначений підхід узагальнює Е. Шостром: кожна людина – маніпулятор, оскільки використовує власні переваги (самодисципліна, наполегливість, привабливість, щирість) задля досягнення міжособистісних чи міжіндивідуальнісних задоволень. Тому треба більш творчо впливати на внутрішній світ людини, адже актуалізована поведінка – це теж маніпуляція [74, с. 20]. Загалом ідею Е. Шостром можна висловити таким гаслом: “Маніпулятори усіх країн – актуалізуйтеся!” [19, с. 286].

Маніпуляція, – пише Є.Л. Доценко, – може бути використана в управлінській діяльності на рівні міжособистісних контактів, а саме для: а) створення ореола керівника організації, б) пом’якшення форми примусу, в) утвердження єдиної спрямованості бажань підлеглих, г) мотиваційного забезпечення навчального процесу. На нашу погляд, цей феномен дає змогу зберігати ще й оргкультуру у відносинах між людьми, знижувати можливі конфлікти, утворювати сприятливий організаційний клімат взаємостосунків. Але маніпуляція неприйнятна тоді, коли застосовується особою задля задоволення власних потреб, або є моментом насильства над іншими. “Є надія, що престижизитатори, котрі керуються принципами маніпуляції, зроблять її екологічно чистішою” [19, с. 314].

Макиавеллізм і маніпуляція. В категорійному апараті російської психології поряд із поняттям “маніпуляція” з’явилося ще одне – “макиавеллізм”. Це спричинило потребу обґрунтувати питання подібності та відмінності між вказаними психологічними феноменами. “В західній науковій літературі зафіксований цікавий

факт: слово “макіавеллізм” фактично безсистемно ототожнювалося із поняттям “маніпуляція” [23, с. 46]. Зазначене непорозуміння зняли дослідження В.В. Знакова [23] та О.О. Жданової [20]. Зокрема, відомо, що буквально термін “маніпуляція” позначає різноманітні види дій, які виконуються руками; тому це такий психовплив на іншу людину, котрий не завжди нею усвідомлюється, але примушує діяти відповідно до мети маніпулятора. Із психологічного погляду вона поділяється на *усвідомлену* і *неусвідомлену*. Перша може бути соціально бажаною чи неприйнятною. Приклади добродійної маніпуляції легко знайти у віковій психології, скажімо під час описання відомої кризи підліткового віку, а взірцем корисливого маніпулювання можна вважати вчинок Тома Сойєра, який, не бажаючи фарбувати паркан, розбудив своїх друзів і примусив їх виконати цю роботу замість нього. Останнє інколи застосовується у психотерапевтичній практиці, міжособистісному спілкуванні, коли один із співбесідників навмисне говорить неправду іншому для його ж користі [23].

Макіавеллізм, – зазначає С. Шелдон, – являє собою психологічний синдром, що ґрунтується на поєднанні взаємопов’язаних когнітивних, мотиваційних і поведінкових характеристик [72]. Зазначений феномен також “розглядають як стійку рису особистості, котра виявляє систему відносин людини до інших осіб, соціальної дійсності. Основними психологічними складовими макіавеллізму як особистісної риси є: 1) *переконання* суб’єкта в тому, що під час спілкування з кожним можна і треба маніпулювати; 2) *володіння навичками*, конкретними уміннями маніпуляції” [23, с. 50]. Іншими словами, макіавелліст – це людина-престижиджатар (маніпулянт), котра дотримується тих життєвих правил, що виправдовують її маніпулятивні дії. Таке кредо та принципи буття у соціумі, на думку суб’єктів-маніпулянтів, природні, і тому вони вважають їх нормою.

Важливо підкреслити, – як зауважує В.В. Знаков, – що макіавелліст маніпулює завжди *усвідомлено*, виключно заради власної вигоди, ніколи не відчуває почуття провини за ті способи, котрими керується, і ставиться до них із схваленням. Така людина вважає, що маніпуляція – нормальний, ефективний метод взаємодії з іншими. “Впевненість макіавелліста у власній правоті вчинків здійснює *навіювальний* вплив на людей, з якими той спілкується, робить його привабливим у їхніх очах. Маніпулюючи, такі особи не порушують контакт з оточуючими, оскільки поводять себе безпосередньо, розкуто. Адже відповідно до установок престижиджатора, маніпуляція – допустимий елемент міжособистісного спілкування. Отож у цьому випадку можна говорити лише про одностороннє розуміння партнера – з боку макіавелліста” [23, с. 50].

У соціумі переважна більшість людей прагне орієнтуватися на суспільні знання, норми, цінності. В країнах із високим індексом людського розвитку, де кожен обстоює демократичну свободу і справедливість, одним з основних моментів у взаємостосунках є права кожного громадянина. Тому очевидно, що маніпуляція і макіавеллізм як риса особистості зокрема утверджують взаємини з іншими не як із повноцінними суб’єктами, а як з об’єктами, що, безперечно, суперечить кращим суспільно-ціннісним нормам. Крім того, маніпулятивний вплив у процесі спілкування розглядається як порушення взаєморозуміння між співбесідниками, тому що він знищує емпатію. Інколи маніпулятивна взаємодія, особливо у стосунках батьків з дітьми, вчителів (викладачів) з учнями (студентами), може збагатити досвід травматичного спілкування наступників із значущими особами. Тоді такий негативний досвід взаємин з авторитетними людьми спроможний змінити Я-образ чи Я-ставлення дитини (підлітка) із позитивного на негативний. І лише повноцінні діалогічні стосунки можуть у перспективі гармонізу-

вати внутрішню ситуацію розвитку особистості.

Аналіз психологічного впливу і його педагогічне значення. У процесі вивчення психологічних впливів, – пишуть Г.О. Балл та М.С. Бургін, – треба домогтися більшої чіткості і наукової вимогливості. Для цього вчені пропонують авторський підхід, математично точно визначаючи точку відліку свого теоретичного аналізу: “Будемо виходити із загального визначення, згідно з яким вплив предмета В на А – це подія, суть якої полягає в тому, що предмет В (можливо, спільно із С, Д та ін.) викликає деяку зміну предмета А чи запобігає їй”. І далі: “**Психологічним прийнято вважати такий вплив** індивідуального чи групового суб’єкта В, котрий зумовлює динаміку психологічних характеристик і проявів індивіда-реципієнта А, в тому числі тих, що належать до його діяльності (і поведінки в цілому), свідомості (і несвідомої сфери психіки), особистості. Під час звернення до соціально-психологічної проблематики можливий узагальнений підхід, коли роль не лише суб’єкта діяння, а й реципієнта виконує група. У цьому випадку мовиться про запобігання змін у її функціонуванні, установках, цінностях, згуртованості, стійкості тощо” [4, с. 57].

Психологічні впливи, – далі зазначають дослідники, – можна аналізувати в кількох аспектах:

1. Іntenціoнальний, що визначається тим, на які саме зміни реципієнта зорієнтований вплив; останні можуть стосуватися: а) базового рівня особистості, що охоплює темперамент, характер, емоційну сферу, здібності, у т. ч. інтелектуальні; б) досвіду, знань, навичок, звичок, умінь; в) спрямованості, світогляду, морально-етичної та естетичної сфер; г) установок, диспозицій, ставлень до світу, інших, до себе; д) діяльності, спілкування.

2. Операціoнальний – торкається того, яким чином (чи за переважання яких стратегій), за допомогою яких засобів-операцій здійснюється діяння; аргументовано доводиться, що найефектив-

нішою стратегією впливу є *розвивальна*, котра ґрунтується на діалозі між співрозмовниками. Цей підхід припускає визнання за партнером усієї повноти суб’єктних властивостей і принципову готовність вносити корекцію у свої цілі під дією стороннього впливу. Для гармонійного розгортання системи діалогічних взаємостосунків необхідно, щоб відповідного погляду дотримувалися два співбесідники, і тоді можна говорити про їхню *діалогову взаємодію* [4, с. 61]. При цьому духовне розкриття себе перед іншим, засвоєння цінностей, задіяння переконань до свого внутрішнього світу поєднується із усвідомленням власної унікальності, відмінності від партнера, набуттям цілісності та незалежності [6; 28a]. Діалогічна взаємодія педагога і вихованця стимулює внутрішні діалоги у свідомості останнього, сприяє його психічному та особистісному розвитку [4, с. 62].

3. Результативний – характеризується результатом впливу.

4. Статусно-рольовий – визначається тим, чи рівні між собою суб’єкт і реципієнт за соціально-психологічним статусом.

Водночас, – пишуть далі науковці, – важлива функція педагога – залучити юне покоління до *нормативних* знань, способів дій, ціннісних орієнтацій. Тут, навпаки, першочергове значення має гуманістичний компонент, втілення якого пов’язане із створенням сприятливих умов для гармонійного розвитку кожного, оптимальною реалізацією його людського потенціалу. Відтак виникає проблема поєднати ці дві, фактично суперечливі вимоги, адже нормативна позиція завжди керується монологічною стратегією впливу, а гуманістична – діалогічною. Щоб досягнути повного успіху, на переконання К. Роджерса, педагог повинен бути впевнений у значущості свободи, стати не “учителем”, а “фасилітатором”, тобто “полегшувачем” розвитку. Загалом термін “учитель” відомий учений інколи пов’язує із монологічними впливами. Але вчителем називають і духовного нас-

тавника, котрий чутливий до індивідуальних відмінностей учнів. Окреслена неоднозначність аналізованого терміна відображає реальну багатоаспектність педагогічної діяльності [4, с. 62, 63].

У зв'язку з цим педагогічна практика, – на думку Г.О. Балла, М.С. Бургіна, – не може обійтися без монологічних впливів, які корисні у навчанні “премудростей”, під час формування знань, навичок та інших нормативних компонентів культурного досвіду. З іншого боку, в діалогічних впливах, котрі спрямовані на регулювання процесу становлення мотиваційних якостей вихованців, необхідне і певне нормативне діяння, котре залучає реципієнтів до системи цінностей – етичних, естетичних, громадянських. Тому в освітньому процесі бажано дотримуватися відповідності у використанні стратегій педагогічного впливу, що є передумовою свідомого самовизначення соціальної людини. Зазначена взаємозалежність справді відіграє важливу роль у функціонуванні навчально-виховного циклу. Адже без нормативного (монологічного) та діалогічного впливів неможливий ефективний психосоціальний розвиток особистості учня. Останній покликаний не лише діалогічно взаємодіяти із педагогом (виявляти емоції та висловлювати власні погляди, думки, концепції), а й створювати в оргтехнологічному форматі навчання різні алгоритми, схеми, проекти, плани тощо, тобто бути максимально причетним до самопродукування і самореалізування.

Ритмо-потоки впливів організованого соціуму на психокультурний розвиток людини. В теорії освітньої діяльності та методології модульно-розвивального навчання А.В. Фурмана [65–67] запропонована модель проектування соціально-культурно-психологічного простору (зміст, досвід) інноваційної освітньої системи, в якій важливе значення відводиться такому соціально-психологічному концепту як *ритмо-модуль*. Це – довершений цикл синхронізованих ко-

ливань технологічно організованих психосоціальних потоків (впливів шкільного оточення) – **навчального, виховного, освітнього і самореалізаційного**, які поетапно розгортаються у цілісному модульно-розвивальному процесі під час безперервної розвивальної взаємодії вчителя і учнів (викладача і студентів), характеризуються періодичністю переважання особистісних знань і вмінь, соціальних норм, етнонаціональних цінностей і самоактуалізаційних психоформ творення себе (віра, істина, свобода, любов тощо) за логікою розгортання основних періодів освітнього метациклу і забезпечують паритетність учбової співдіяльності, психічне здоров'я і прискорене культурне зростання кожного учасника організованого культуротворення.

Отже, ритмо-модуль описує багато-процесуальність взаємопроникнення таких надскладних відкритих систем, як особа і соціум, де *навчальний* впливо-ритм активізує пізнавально-інформаційний потенціал наступників як суб'єктів добування теоретичних знань і прискорює їхній когнітивний розвиток, *виховний* – визначає їх нормативно-регуляційну активність як повноцінних особистостей і забезпечує належний соціальний розвиток, *освітній* – мобілізує збагачення ціннісно-естетичної сфери кожного як індивідуальності під час вартісно-світглядного поширення здобутого культурного досвіду і спричинює його інтенсивний психосмисловий розвиток, *самореалізаційний* – максимально актуалізує духовно-креативні можливості вихованців як універсумів, котрі приречені до самотворення власного Я у контексті вічності, самопізнання і саморозвитку Я-духовного шляхом внутрішнього прийняття однієї з надперсональних психоформ – віри, честі, краси, істини, добра та ін. [13; 15]. При цьому оптимальні соціально-психологічні умови взаємозалежного перебігу всіх цих процесів як відмінних психокультурних ритмів розвивальної міжособової взаємодії, з од-

НАВЧАЛЬНИЙ

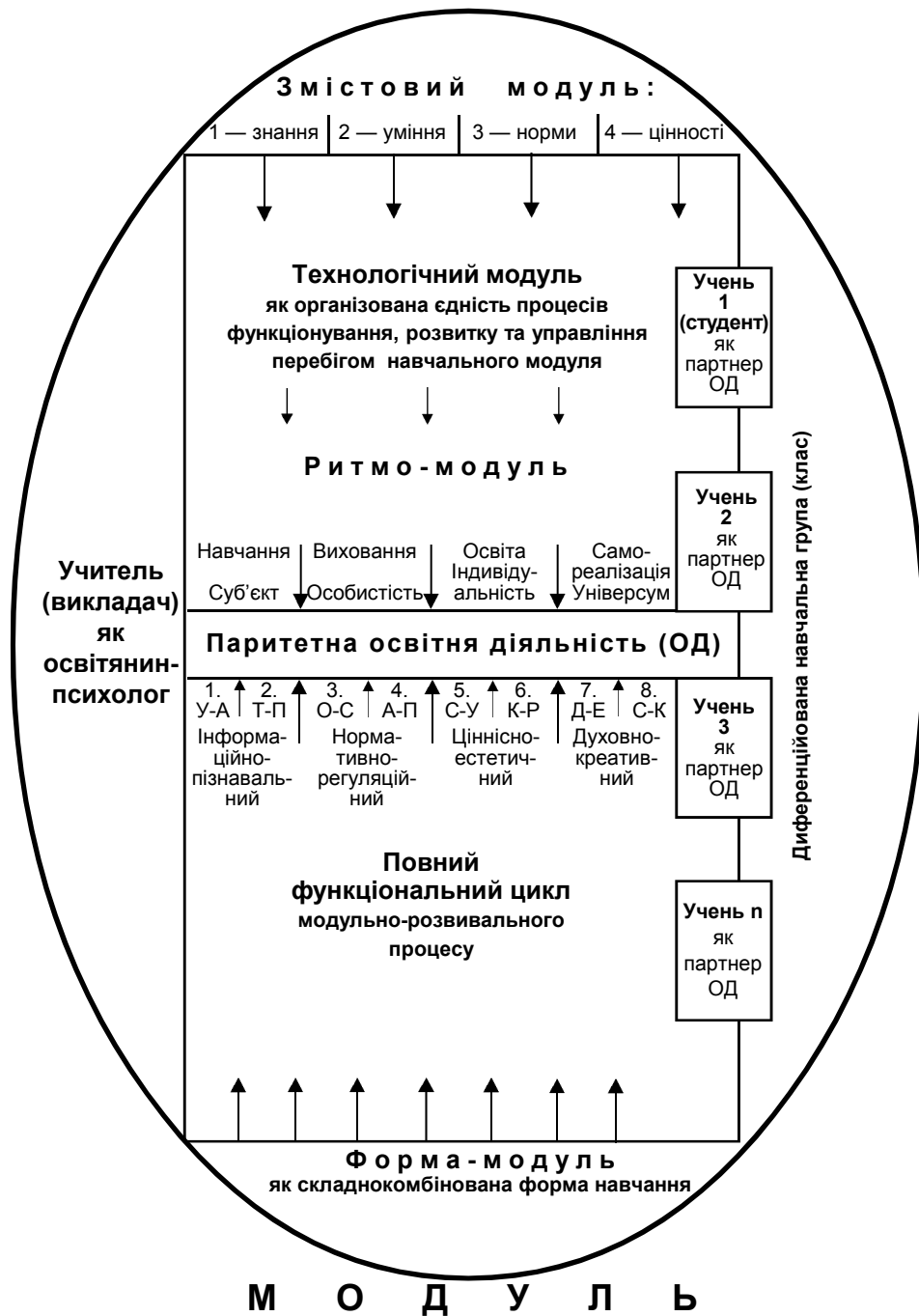


Рис. 7.

Ритмо-потоки впливів в організації паритетної освітньої діяльності у сфері розвиткового функціонування навчального модуля (за А.В. Фурманом)

ного боку, описує теоретична модель повного функціонального циклу освітнього метапроцесу [65, с. 122], з іншого – модель центральної ланки навчального модуля, що синхронно та діалектично від-

ображає зв'язок паритетної освітньої діяльності із змістовим, формальним, технологічним і ритмічними модулями (рис. 7). У такий спосіб – через наступність проблемної, регуляційної, світоглядної

та спонтанно-креативної ситуацій – здійснюється груповий *освітній вчинок* як відносно завершений етап культуротворення довкілля, взаємин і власного індивідуального Я.

Концептуально окреслена розвивока дія синхронізовано налаштованих ритмопотоків впливів одержала емпіричне підтвердження у фундаментальному соціально-психологічному експерименті з модульно-розвивального навчання, що більше десяти років проводиться А.В. Фурманом у школах України. Підготовлені педагогічні колективи щонайперше проєктують, а пізніше створюють такий повноцінний *інноваційний простір* навчально-виховних закладів, який чітко організовує ритмо-потоків в одному напрямку – психокультурного зростання наступників, причому за рівнями, групами, модулями. Тоді система експериментальних умов розвою модульно-розвивального процесу дає змогу домогтися оптимального взаємодоповнення *психомистецьких впливів*, котрі надходять від ментально насиченого шкільного оточення, головно шляхом налагодження (технологічного, методичного, засобового і психологічного) пропорційно дозованих дієвих потоків локалізованого соціуму на зовнішньо і внутрішньо вмотивовану особистість, яка, крім того, виявляє різнопланову пошукову активність та ініціативу (пізнавальну, соціальну, вартісну, духовну) в утвердженні паритетної освітньої діяльності. На переконання вченого, саме в ситуації *гармонійного поєднання* навчальних, виховних, освітніх і самореалізаційних ритмів-впливів на людину можна одержати таку *самоорганізацію суб'єктивних потоків* її психосоціального розвитку, котра, хоч і не буде дзеркальним відображенням соціумних ритмів, проте визначатиме магістральний шлях культурного становлення учня, оптимізуватиме в такий спосіб зростання його кращих людських потенцій [66, с. 74–75; 67, с. 88–89].

Водночас в аналізованій концепції впливу новаторським є результативний аспект паритетного освітнього діяння, що вказує на різне упредметнення розвивокових ритмо-потоків. Так, *навчальний ритм* об'єктивується у функціонуванні і розвитку *наукових знань*, що перевіряються на істинність досвідним, або експериментальним способом, *виховний ритм* – в утворенні та утвердженні *соціальних норм*, достовірність яких визначається можливістю реалізації в суспільній практиці, *освітній ритм* – у відборі та збагаченні *ідеалів, цінностей, ставлень, оцінок, переконань*, які осмислюються, обстоюються, поширюються, а *самореалізаційний ритм* – у повному вияві універсального потенціалу особи через життєствердний пріоритет суб'єктивного над об'єктивним, а також у рефлексії культуротворчої події та результатів освітнього вчинку. Щодо *внутрішніх процесів учіння*, то вони виявляються насамперед в *уміннях* (дії, операції, вчинок, поведінка, діяльність), якими користуються діти і дорослі як культурним “інструментом сприймання, добування, збагачення, поширення і творення соціально-культурного досвіду” [див. 66, с. 49–52, 72–77].

Сутність психологічного впливу. *Психологічний вплив* за В.Г. Криськом, – це соціально-психологічна активність одних людей, яка спрямована на інших (особа, група, колектив) і здійснюється з допомогою різних форм і засобів та забезпечує зміну психологічних характеристик особистості (погляди, думки, взаємини, ціннісні орієнтації, мотиви, установки і стереотипи поведінки), групових норм, суспільної думки чи переживань людей, котрі більшою чи меншою мірою опосередковують їхню діяльність та поведінку. При цьому сутність психологічного впливу вчений подає у вигляді окремої методологічної моделі (*рис. 8*) [33, с. 176].

Під *інформаційно-психологічним* діянням дослідник розуміє вплив словом, інформацією. Його головна мета – фор-

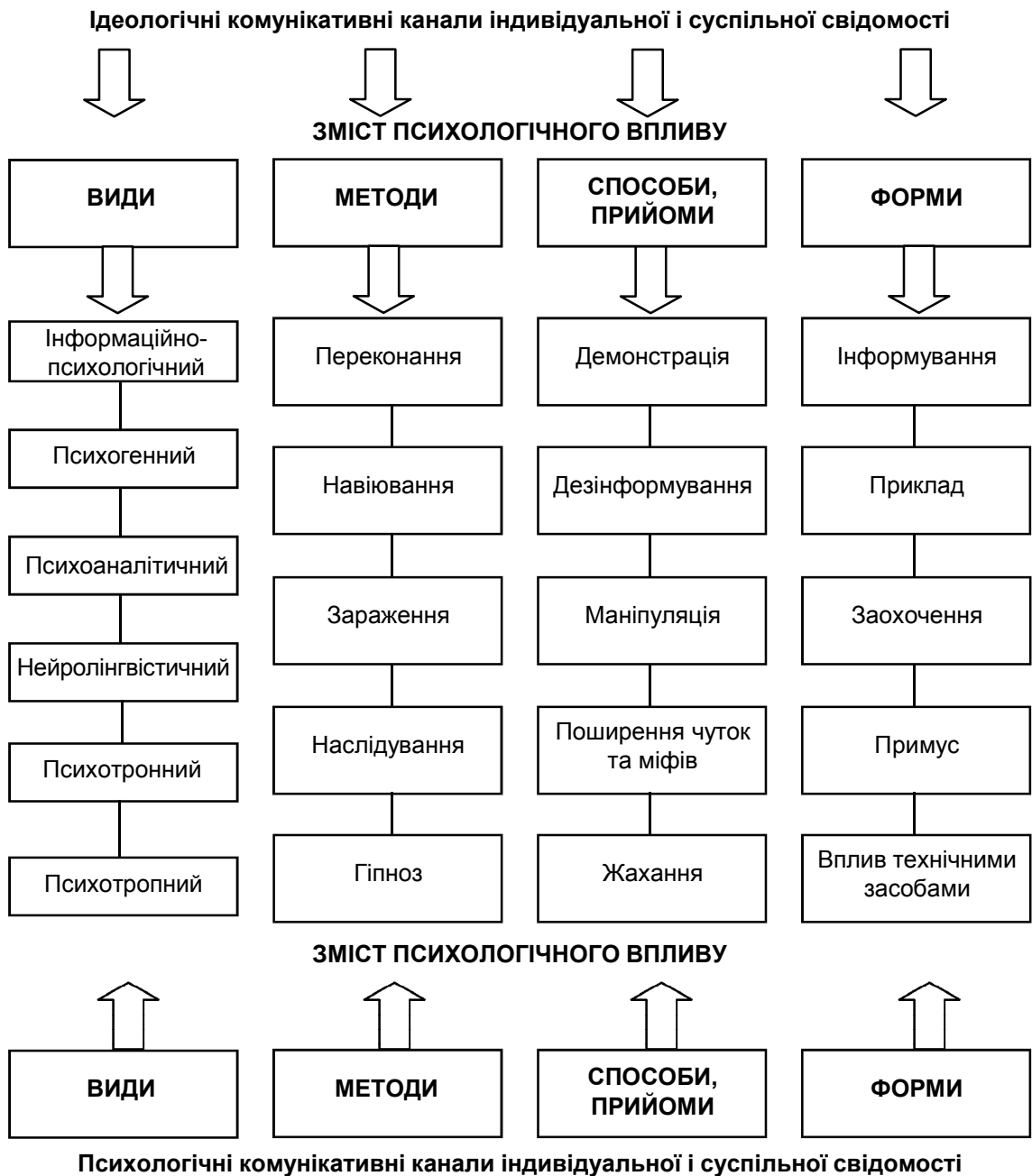


Рис. 8.

Сутність психологічного впливу (за В.Г. Криськом)

мування у людей відповідних ідеологічних (соціальних) ідей, поглядів, переконань, котрі спричинюють у них позитивні чи негативні емоції, почуття і навіть бурхливі масові реакції. *Психогенне* діяння – це завжди наслідок: а) фізичного впливу на мозок індивіда, в результаті

якого спостерігається порушення нормальної нервово-психічної діяльності (наприклад, людина отримує травму головного мозку, а тому втрачає можливість раціонально мислити, у неї пропадає пам'ять тощо); б) шокowego впливу навколишніх умов чи будь-яких подій

(скажімо, картини масового руйнування чи багаточисленних жертв) на свідомість особи, коли вона не в змозі раціонально діяти, відчуває депресію, впадає у паніку і т. ін. Чим менше підготовлена людина до психотравмуючих впливів довкілля, тим більш беззахисною вона постає перед психічними травмами, котрі тлумачаться як психогенні втрати. *Психоаналітичне* (психокорекційне) діяння – вплив на підсвідомість суб'єкта терапевтичними засобами, особливо у стані гіпнозу чи глибокого сну; *нейролінгвістичне* – це те, яке змінює мотивацію людей шляхом внесення у їхню свідомість спеціальних лінгвістичних програм. *Психотронне* (парапсихологічне, екстрасенсорне) діяння – це такий тиск на інших, який здійснюється шляхом передачі інформації через позачуттєве (неусвідомлене) сприйняття. *Психотронний* вплив – спрямована дія на психіку людей з допомогою медичних препаратів, хімічних чи біологічних речовин. Крім того, В.Г. Крисько виділяє ще й такі види впливу [33, с. 178] *індивідуально-специфічний, функціонально-рольовий, спрямований (прямий, опосередкований), неспрямований*. Однак вони не вписані в методологічну модель впливу, а подаються окремою схемою. При цьому “коментуються лише види психовпливу, а методи, способи, прийоми, форми розкриваються під час аналізу інших схем” [33, с. 177].

Далі цитований автор обґрунтовує *принципи* психологічного впливу (рис. 9) [33, с. 180]

- *індивідуальний і диференційований підходи* припускають глибоке і всебічне знання та врахування індивідуально-психологічних особливостей суб'єктів-спільників, визначення конкретних завдань діяння відповідно до їхніх особистісних характеристик, проведення постійного аналізу результатів психологічного впливу, своєчасне внесення корективів у методику його здійснення з урахуванням особливостей кожного конкретного об'єкта дії;

- *вплив у групі і через колектив* вимагає пріоритетно діяти на неформаль-



Рис. 9.
Принципи психологічного впливу
(за В.Г. Криськом)

них лідерів і керівників, визначати перспективи розвитку групи чи організації, уміло використовувати переваги групової думки в інтересах підвищення ефективності впливу, примушувати усіх членів колективу підкорятися особисті інтереси спільним, забезпечувати єдність та згуртованість активу;

- *вплив у процесі діяльності* припускає, що в цьому разі тиск на людей здійснюється менш помітно, змістовніше і продуктивніше;

- *поєднання високої інтенсивності впливу із урахуванням специфічних характеристик його об'єкта* обґрунтовує здійснення безперервного досягнення цілей психологічного впливу, а *опертя на позитивне чи негативне в особистості*

і групі вимагає вивчати і зважати на те, що може сприяти чи перешкоджати діянню;

– *єдність, узгодження, наступність* характеризують спільність поглядів усіх суб'єктів впливу під час вирішення виробничих завдань, досягнення єдності в усіх елементах і змісті діяння, використання досягнень сучасної науки задля підвищення ефективності впливу на різних осіб та групу в цілому, узагальнення досвіду на предмет досягнення узгодження у психовпливах за різних соціальних умов.

Зауважимо, що В.Г. Крисько окреслює ще й *механізми* психологічного впливу – *переконання, нав'ювання, зараження, наслідування, гіпнозу*, що збігаються, виходячи із попередньої моделі (див. рис. 8), з методами. Під механізмами він розуміє закономірності здійснення впливу за різних обставин. Обмежимося характеристикою такої форми психодіяння як *приклад* [див. 33, с. 186] (рис. 10). Це – цілеспрямований вплив на свідомість і поведінку людей за допомогою системи позитивних зразків для наслідування, що є основою у формуванні ідеалу комунікативної поведінки, стимулом і засобом соціального саморозвитку. Загалом дієвість будь-якого прикладу визначається його суспільною цінністю, оскільки саме в ньому закріплюється соціальний досвід, результати діяльності та поведінки інших. Кожний приклад має відповідний зміст, значущість. *Позитивний приклад* – це такі взірцеві дії, вчинки осіб (або все життя людей), прийоми і способи досягнення цілей діяльності, котрі відповідають ідеалу. Ось чому високо цінуються ті приклади, що багаті ідейним змістом, високою мірою розвитку якостей особистості і гідні для наслідування. У результаті оволодіння людиною моральним та естетичним ідеалами приклад здебільшого переходить у *самовплив*.

При цьому за типом впливу на свідомість індивіда приклади можна поділити на дві великі групи: а) приклади

безпосередні і б) опосередковані. До першої належить особистий приклад суб'єкта діяння, товаришів, до другої – приклади із життя і діяльності видатних людей, із історії, літератури та мистецтва [33, с. 187].

Отже, охарактеризована В.Г. Крисько сутність психологічного впливу у вигляді методологічної моделі в контексті комунікативних каналів має неперехідне значення для розвитку цієї проблематики, оскільки групує види, методи, форми, способи та прийоми діяння. Також відзначимо важливу роль окремих схем, що стосуються принципів, механізмів та передумов сторонньої дії на інших, а також їх дефініцій та визначень. Але хотілося б, щоб усі ці напрацювання одержали метасистемне втілення у формі узагальненої теоретичної чи методологічної моделі (див. рис. 8), адже тоді зрозумілішою стала б сутність психологічного впливу. Крім того, на нашу думку, базову мислесхему автора варто доповнити такими параметрами, як суб'єкт, об'єкт, стратегія, класи впливів, що дало б змогу окреслити повнофункціональну структуру діяння.

Психологічний вплив як принцип організації наукового дослідження. Принцип *побудови формувальних та розвивальних психологічних впливів* у процесі взаємодії психолога з предметом свого дослідження, – як пише І.П. Маноха, – визначає необхідний та очікуваний ефект, результат цієї взаємодії. Психологічний зміст “впливу” як механізму здійснення пізнавальної діяльності психолога полягає в активації реальних, дійсних станів предмета та наданні йому інтенції зміни, розвитку, перетворення, оформлення. Сутнісно “вплив” означає систему дій, які внаслідок “змістового співналаштування” з об'єктом впливу, викликають його значуще постання-існування. Тому психологічне дослідження “має організовуватись як таке, що за своїм змістом і структурою ініціює “вплив”. Тоді отриманий розвивальний

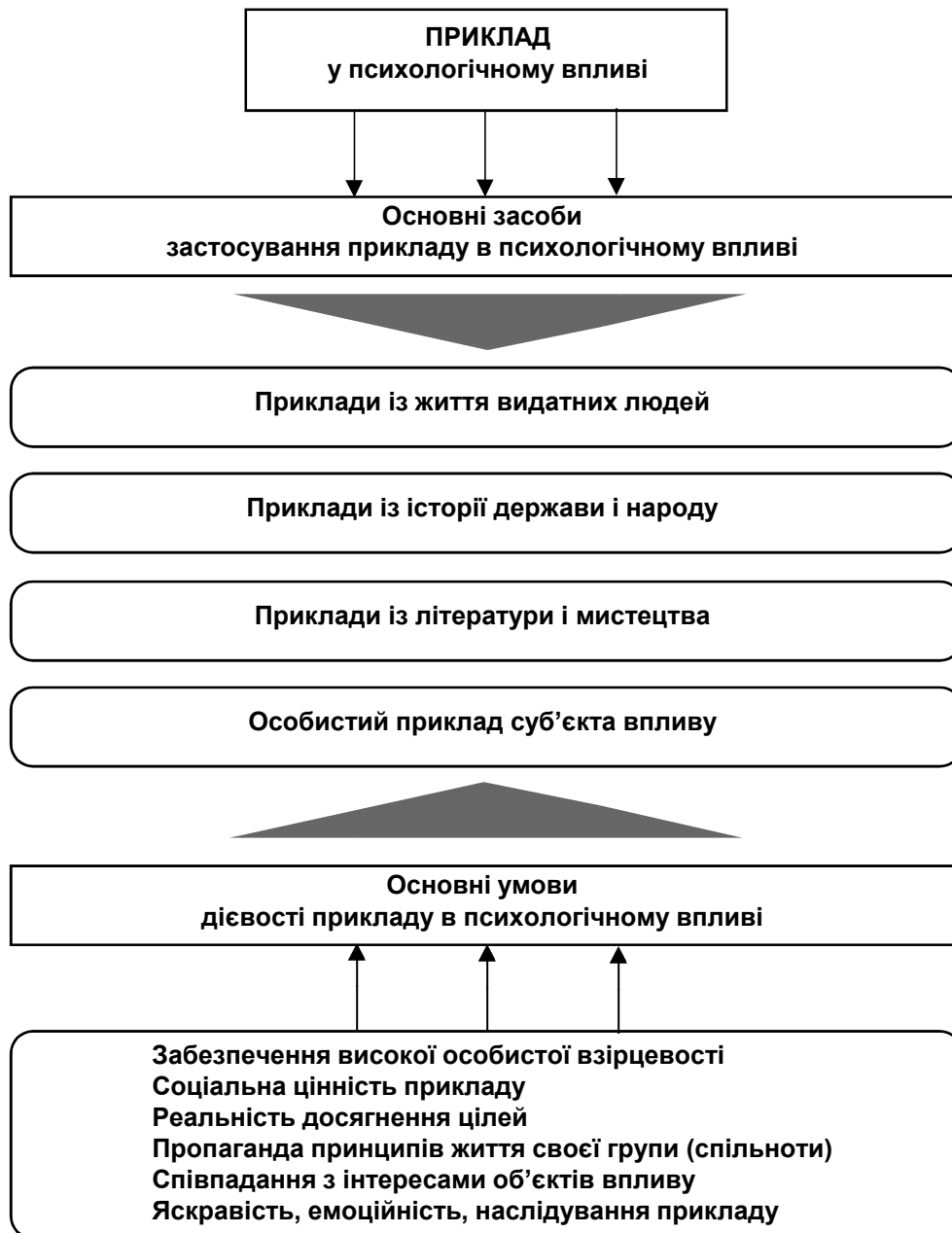


Рис. 10.
Характеристика прикладу в психологічному впливі
(за В.Г. Криськом)

ефект є свідченням здійсненого впливу, методика ж його досягнення в кожному окремому випадку буде специфічною та своєрідною, що зумовлено: 1) сутністю предмета дослідження; 2) своєрідністю пізнавального досвіду психолога; 3) змістовим наповненням методів та прийомів дослідження” [43, с. 58].

Психологічну **структуру впливу**, – зазначає далі дослідниця, – слід розглядати на кількох рівнях залежно від того, яка система становить предмет цього впливу-діяння (*див. рис. 11*). Ці рівні – обов’язкові складові наукової стратегії будь-якого психологічного дослідження, в якому зазначені види діяння

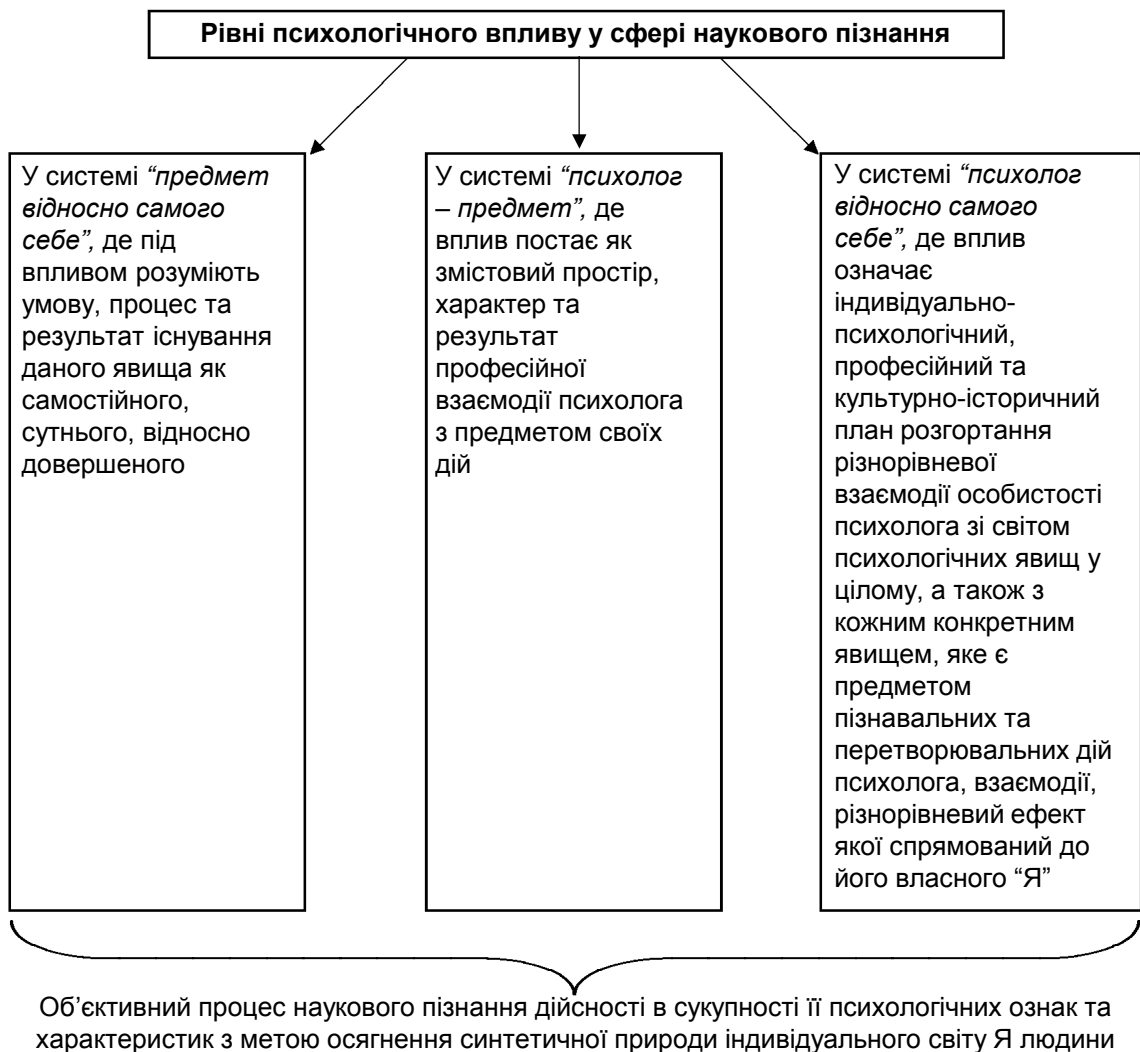


Рис. 11.

Психологічна структура впливу за рівнями здійснення наукового пошуку (за І.П. Манохою)

становлять змістовий ефект у пізнанні конкретного предмета пошукування (здебільшого психологічні ознаки та характеристики суб'єктивної реальності) в контексті осягнення індивідуального світу Я людини. Цілком природно, що так витлумачений психологічний вплив виконує методологічні функції, зорганізовуючи пізнавально-перетворювальну роботу науковця-психолога навколо від-рефлексованого предмета його об'єктивно обрмленої суб'єктивної творчості.

ВИСНОВКИ

1. Проблема психологічного впливу у зарубіжній психології (Р. Чалдіні, Ф. Зімбардо, М. Ляйпше, М. Дейч, Г. Джерард та ін.) професійно висвітлюється переважно в експериментальному, методичному (місток між теорією і практикою) та практичному аспектах щодо пізнання природи цього явища.

2. У вітчизняній психології (Г.О. Ковальов, Г.О. Балл, М.С. Бургін,

В.Г. Крисько, Т.С. Кабаченко, Г.М. Андреева, М.Н. Корнев, А.Б. Коваленко, Є.Л. Доценко, Є.В. Сидоренко, А.В. Фурман, І.П. Маноха та ін.) психологічний вплив аналізується здебільшого на теоретико-методологічному та прикладному рівнях наукового пізнання, що підтверджує обґрунтування у кожному концептуальному підході об'єкта і предмета, принципів і методів дослідження.

3. Соціально-психологічний організаційний вплив, що обґрунтований у системі модульно-розвивального навчання А.В. Фурмана [див. 13], також стосується переважно теоретико-методологічного аспекту наукової творчості. На нашу думку, треба до кожного класу оргвпливів, що керуються модульно-розвивальною стратегією та психокультурною парадигмою, оргкультурою, просторово-часовими категоріями (суб'єктно-пізнавальний вплив, особистісно-нормативний взаємовплив, індивідуально-ціннісний самовплив, універсумно-духовне самотворення), створити окрему *структуру*, яка б містила об'єкт, суб'єкт, принципи, методи, форми, засоби, механізми, способи діяння, а відтак давала змогу цілісно охарактеризувати її як психосоціальний феномен.

4. Зазначена проблема відкриває широкі горизонти не тільки для проведення результативних теоретичного і методологічного пошукувань, а й для здійснення проектно-конструкторської, експериментальної, методичної та психотерапевтичної різновидів роботи у царині сучасної психопрактики.

1. Андреева Г.М. Социальная психология. — М.: Аспект-Пресс, 1998. — 376 с.

2. Аристотель. Поэтика. Риторика. — СПб.: Азбука, 2000. — 285 с.

3. Асмолов А.Г. Основные принципы психологической теории деятельности // А.Н. Леонтьев и современная психология. — М., 1983. — С. 36–52.

4. Балл Г.А., Бургин М.С. Анализ психологических взаимодействий и его педагогическое значение // Вопросы психологии. — 1994. — №4. — С. 56–66.

5. Бех І. Особистісно-орієнтоване виховання: шляхи реалізації // Рідна школа. — 2000. — №1. — С. 10-13.

6. Библер В.С. Диалог и творчество. — М.: Политиздат, 1975. — 400 с.

7. Бодалев А.А. Личность и общение. — М.: Педагогика, 1983. — 271 с.

7а. Бригадир М.Б. Система механізмів, параметрів і критеріїв наукового проектування освітнього процесу як цілісної організації // Психологія і суспільство. — 2001. — №1. — С. 133–149.

8. Буш Г.Я. Диалогика и творчество. — Рига: АВОТС, 1985. — 318 с.

9. Выготский Л.С. Динамика и структура личности подростка // Собрание сочинений: В 6-ти т. — Т. 4. — М.: Педагогика, 1984. — С. 220–242.

10. Головаха Е.И., Кроник А.А. Психологическое время личности. — К.: Наукова думка, 1984. — 207 с.

11. Гуменюк О. Організаційний вплив як основа розвивальної взаємодії // Технологія інноваційного пошуку в системі вищої освіти : Зб. мат. до Другої регіональної наук.-метод. конф. — Тернопіль: Економічна думка, 2003. — С. 108–109.

12. Гуменюк О. Психологічний вплив як практична і наукова проблема // Технологія інноваційного пошуку в системі вищої освіти : Зб. мат. до Другої регіональної наук.-метод. конф. — Тернопіль: Економічна думка, 2003. — С. 20–26.

13. Гуменюк О. Психологічний оргвплив у структурі модульно-розвивальних взаємин // Психологія і суспільство. — 2002. — №3–4. — С. 59–82.

14. Гуменюк О.Є. Культурно-діалогічне обґрунтування стратегій психологічного впливу // Збірник наукових праць: філософія, соціологія, психологія. — Івано-Франківськ: Плай, 2002. — Вип. 7. — Ч.1. — С. 121–132.

15. Гуменюк О.Є. Психологія Я-концепції: Монографія. — Тернопіль: Економічна думка, 2002. — 186 с.

16. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество: Пер. с нем. — М.: Прогресс, 1969. — 480 с.

17. Давыдов В.В. Проблемы развивающего обучения. — М.: Педагогика, 1996. — 240 с.

18. Донченко О., Романенко Ю. Архетипи соціального життя і політика. — К.: Либідь, 2001. — 334 с.

19. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. —

М.: ЧеРо, МГУ, 2000. – 344 с.

20. *Жданова О.О.* Сравнительный анализ понятий “манипулирование” и “макиавеллизм” и их использование в психологической литературе // В.М. Бехтерев и современная психология, психотерапия: Сб. статей к конф. – Казань: Центр инновац. технологий, 2001. – С. 26–31.

21. *Журавлев А.Л., Таранов Е.В.* Социально-психологические основы опосредствованных методов руководства // Психологические механизмы регуляции социального поведения. – М., 1979. – С. 134–158.

22. *Зимбардо Ф., Ляйтне М.* Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.

23. *Знаков В.В.* Макиавеллизм, манипулятивное поведение и взаимопонимание в межличностном общении // Вопросы психологии. – 2002. – №6. – С. 45–54.

24. *Кабаченко Т.С.* Активизация человеческого фактора: методы психологического воздействия // Психологический журнал. – 1986. – №4. – С. 11–22.

25. *Кабаченко Т.С.* Методы психологического воздействия. – М.: Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.

26. *Казмиренко В.П.* Социальная психология организаций. – К.: МЗУУП, 1993. – 384 с.

27. *Карнеги Д.* Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ. – К.: Наук. думка, 1990. – 224 с.

28. *Карпенко З.С.* Аксиопсихологія особистості. – К.: ТОВ “Міжнар. фінансова агенція”, 1998. – 216 с.

28а. *Киричук О.В.* Проблеми психології педагогічної взаємодії // Психологія. – Вип. 37. – К.: Рад. школа, 1991. – С. 3–12.

29. *Ковалев Г.А.* О системе психологического воздействия // Психология воздействия (проблемы теории и практики). – М.: АПН СССР, 1989. – С. 4–43.

30. *Ковалев Г.А.* Три парадигмы в психологии – три стратегии психологического воздействия // Вопросы психологии. – 1987. – №3. – С. 41–49.

31. *Ковалев Г.А., Радзиховский Л.А.* Проблема периодизации в психологии // Вопросы психологии. – 1985. – №3. – С. 110–120.

32. *Корнев М.Н., Коваленко А.Б.* Социальная психология. – К.: КДУ, 1985. – 304 с.

33. *Крысько В.Г.* Социальная психология. – М.: Владос-Пресс, 2001. – 208 с.

34. *Леонтьев А.Н.* Проблемы развития психики. – М.: МГУ, 1981. – 584 с.

35. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 1999. – 487 с.

36. *Липатов С.А.* Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Организационная психология. – СПб.: Питер, 2000. – С. 432–443.

37. *Ломов Б.Ф.* Методологические и теоретические проблемы психологии. – М.: Наука, 1984. – 444 с.

38. *Максименко С.Д.* Розвиток психіки в онтогенезі: В 2 т. – Т. 1: Теоретико-методологічні проблеми генетичної психології. – К.: Форум, 2002. – 319 с.

39. *Матюшкин А.М.* Проблемные ситуации в мышлении и обучении. – М.: Педагогика, 1972. – 208 с.

40. *Моляко В.А.* Психология конструкторской деятельности. – М.: Машиностроение, 1983. – 134 с.

41. *М'ясоїд П.А.* Загальна психологія. – 2-е вид., допов. – К.: Вища школа, 2001. – 487 с.

42. *Орбан-Лембрик Л.Е.* Психологія управління. – Івано-Франківськ: Плай, 2001. – 695 с.

43. Основы психології / За ред. О.В. Киричука, В.А. Роменця. – 2-е вид. – К.: Либідь, 1996. – 632 с.

44. *Поршнев Б.Ф.* Социальная психология и история. – М.: Наука, 1998. – 392 с.

45. *Присняков В.* Общество и экономика 21 века. – Днепропетровск, 2002. – 53 с.

46. *Рибалка В.В.* Особистісний підхід у профільному навчанні старшокласників. – К.: Деміур, 1998. – 160 с.

47. *Рикёр П.* Конфликт интерпретаций: Очерки о герменевтике. – М.: Медиум, 1995. – 416 с.

48. *Роменець В.А., Маноха І.П.* Історія психології ХХ століття. – К.: Либідь, 1998. – 992 с.

49. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. – СПб.: Питер, 2000. – 712 с.

50. *Савчин М.В.* Соціальна психологія. – Дрогобич: Відродження, 2000. – 274 с.

51. *Салсо Р.Л.* Когнитивная психология: Пер. с англ. – М.: Тривола, 1996. – С. 11–31.

52. *Салтыков Г.Ф.* Социально-психологические факторы в политической жизни рабочего класса КНР 70-х годов. – М.: Политиздат, 1982. – 186 с.

53. *Семиченко В.А.* Психология социальных отношений. – К.: Магістр-S, 1999. – 168 с.

54. Сидоренко Е.В. Личностное влияние и противостояние чуждому влиянию // Психология влияния. – СПб.: Питер, 2000. – С. 11–31.
- 54а. Словарь современного русского литературного языка. – Т.1. – М.: АН СССР, 1959. – 767 с.
55. Социальная психология / А.Н. Сухов, А.А. Бодалев, В.Н. Казанцев и др. – 2-е изд. – М.: Академия, 2002. – 600 с.
56. Гард Г. Законы подражания. – СПб., 1982.
57. Татенко В.А. Психология в субъектном измерении. – К.: Просвита, 1996. – 404 с.
58. Титаренко Т.М. Такие разные дети. – К.: Рад. школа, 1989. – 144 с.
59. Третьяченко В.В. Коллективные субъекты управления: формування, розвиток та психологічна підготовка. – К.: СтилоС, 1997. – 585 с.
60. Уинфри А.Т. Время по биологическим часам. – М.: Мир, 1990. – 208 с.
61. Феномен нації: основы життєдіяльності / За ред. Б.В. Попова. – К.: Знання, 1998. – 264 с.
62. Флоренская Т.А. Я против “Я”. – М.: Знание, 1985. – 80 с.
63. Фресс П. Восприятие и оценка времени // П. Фресс, Ж. Пиаже. Экспериментальная психология. – М.: Прогресс, 1978. – Вып. 6. – С. 88–130.
64. Фромм Э. Душа человека. – М.: Республика, 1992. – 430 с.
65. Фурман А. Теорія освітньої діяльності як метасистема // Психологія і суспільство. – 2001. – №3. – С. 105–144; 2002. – №3–4. – С. 20–58.
66. Фурман А.В. Модульно-розвивальна система: принципи, умови, забезпечення. – К.: Правда Ярославичів, 1997. – 340 с.
67. Фурман А.В. Психокультура української ментальності. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 132 с.
68. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. – СПб.: Питер-Пресс, 1997. – 608 с.
69. Цуканов Б.И. Время в психике человека. – Одесса: Астропринт, 2000. – 220 с.
70. Чалдини Г. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2000. – 272 с.
71. Швалб Ю.М. Психологические модели целеполагания. – К.: СтилоС, 1997. – 238 с.
- 71а. Шейнов В.П. Психология влияния: скрытое управление, манипулирование и защита от них. – М.: Ось-89, 2002. – 720 с.
72. Шелдон С. Расколотые сны. – М.: АСТ, 2001.
73. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 1980.
74. Шостром Э. Человек – манипулятор: Пер. с англ. – Мн.: Полифакт, 1992. – 128 с.
75. Элькин Д.Г. Восприятие времени. – М.: АПН РСФСР, 1962. – 212 с.
76. Яценко Т.С. Психологічні основи групової психокорекції. – К.: Либідь, 1996. – 264 с.
77. Яценко Е. Види і методи психологічного впливу на особистість // Технологія інноваційного пошуку в системі вищої освіти: 36. мат. до Другої регіональної наук.-метод. конф. – Тернопіль: Економічна думка, 2003. – С. 47–50.
78. Castellow W.A., Wuensch K.L. & Moore C.H. Effects of physical attractiveness of the plaintiff and defendant in sexual harassment judgments // Journal of Social Behavior and Personality. – 1990. – №5. – P. 547-562.
79. Conway M. & Ross M. Getting what you want by revising what you had // Journal of Personality and Social Psychology. – 1984. – №47. – P. 738-748.
80. Cook D. Charles de Gaulle: A biography. – New York: Putnam, 1984.
81. Downs A.C. & Lyons P.M. Natural observations of the links between attractiveness and initial legal judgments // Personality and Social Psychology Bulletin. – 1990. – №17. – P. 541-547.
82. Eagly A.H., Ashmore R.D., Makhijani M.G. & Lingo L.C. What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype // Psychological Bulletin. – 1990. – №110. – P. 109-128.
83. Falbo T. & Peplau L.A. Power strategies in intimate relationships // Journal of Personality and Social Psychology. – 1980. – №38. – P. 618-628.
84. Fenigstein A., Sheier M.F. & Buss A.H. Public and private self-consciousness: Assessment and theory // Journal of Consulting and Clinical Psychology. – 1975. – №43. – P. 522-527.
85. Frenzen J.R. & Davis H.L. Purchasing behavior in embedded markets // Journal of Consumer Research. – 1990. – №17. – P. 1-12.

86. *Grice H.P.* Logic in conversation. In I.P. Cole and J.L. Morgan (Eds.). – Syntax and Semantics. – New York: Academic Press, 1986. – Vol. 3. – P. 41-58.
87. *Kilmann R., Saxton M.J. & Serpa R.* Issues in Understanding and Changing Culture // California Management Review, Winter, 1986. – P. 89.
88. *Knishinsky A.* The effects of scarcity of material and exclusivity of information on industrial buyer perceived risk in provoking a purchase decision. Doctoral dissertation. – Arizona State University, Tempe, 1982. – P. 37-39.
89. *LaFrance M.* Postural mirroring and intergroup relations // Personality and Social Psychology Bulletin. – 1985. – №11. – P. 207-217.
90. *Leakey R. & Lewin R.* People of the lake. – New York: Anchor Press / Doubleday, 1978. – P. 57-61.
91. *Locke K.S. & Horowitz L.M.* Satisfaction in international interactions as a function of similarity in level of dysphoria // Journal of Personality and Social Psychology / - 1990. – №58. – P. 823-831.
92. *Lynn M. & Shurgot B.A.* Responses to lonely hearts advertisements: Effects of reported physical attractiveness, physique, and coloration // Personality and Social Psychology Bulletin. - 1984. – №10. – P. 349-357.
93. *Regan R.T.* Effects of a favor and liking on compliance // Journal of Experimental Social Psychology. – 1971. – №7. – P. 627-639.
94. *Rogers C.A.* Client – centered, Personcentered approach to therapy. – In: Psychotherapists Cashbook: Theory & Fechnique in Practice // Kutash & A.Wolf (eds) SFr, 1985.
95. *Rule B.G. & Bisanz G.L.* Goals and strategies of persuasion: A cognitive schema for understanding social events. – In M.P. Zanna, J.M. Olson and C.P. Herman (Eds.). - Social influence: The Ontario symposium. – Hillsdale, NJ: Erlfaum, 1987. – Vol. 5. – P. 185-206.
96. *Shepperd J.A. & Strathman A.J.* Attractiveness and height // Personality and Social Psychology Bulletin. – 1989. – №15. – P. 617-627.
97. *Smircich L.* Concepts of culture and organizational analysis // Administrative Science Quarterly, Vol. 28, 1983. – P. 339–358.
98. *Stewart J.E., II.* Defendant's attractiveness as a factor in the outcome of trials // Journal of Applied Social Psychology. – 1980. – №10. – P. 348-361.
99. *Swann W.B., Jr. & Ely R.J.* A battle of wills: Self-verification versus behavioral confirmation // Journal of Personality and Social Psychology. – 1984. – №46. – P. 1287-1302.
100. *Swann W.B., Jr. Pelham B.W. & Chidester T.R.* Change through paradox: Using self-verification to after beliefs // Journal of Personality and Social Psychology. – 1988. – №54. – P. 268-273.
101. *Swann W.B., Jr.* Self- verification: Bringin social reality into harmony with the self. – In J. Suls and A.G. Greenwald (Eds.). – Social psychological perspectives on the self. – Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1983. – Vol. 2. – P. 33-66.
102. *Tajfel J.* Human groups and social categories. – London: Cambridge University Press, 1981.
103. *Tiger L. & Fox R.* The imperial animal. – New York: Holt, Rinehart & Winston? 1971.
104. *Yukl C. & Falbe C.M.* Influence tactics and objects in upward, downward, and lateral influence // Journal of Applied Psychology. – 1990. – №75. – P. 132-140.

Надійшла до редакції 17.01.2003.