Тема 1. Психологія впливу: предмет, завдання, історія досліджень

План лекції

1.1. Місце, предмет і історія психології впливу

1.2. Структура акту впливу та сфери застосування

1.3. Методи вивчення впливу та вимоги до психолога

Література: [1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12]

1.1. Місце, предмет і історія психології впливу

Психологія впливу – прикладна галузь соціальної психології, що вивчає закономірності, механізми, чинники й наслідки цілеспрямованої та нецілеспрямованої зміни психічних станів, установок, переконань і поведінки індивіда чи групи під дією іншого суб'єкта, групи, інформації або обставин. Дисципліна міжпредметна: вона інтегрує соціальну, когнітивну, комунікативну, клінічну й політичну психологію, психолінгвістику, теорію масових комунікацій і етику. Її методологічною основою є експериментальні дані про соціальну взаємодію, соціальне пізнання та групову динаміку [1; 4].

Об'єкт дисципліни – взаємодія суб'єктів, у якій одна сторона змінює психічні змісти іншої; предмет – психологічні механізми та закономірності цієї зміни, умови її ефективності, індивідуальні й групові чинники сприйнятливості, а також засоби протидії небажаному впливу. Завдання дисципліни розрізняють на теоретичному (опис і пояснення механізмів), діагностичному (оцінка сприйнятливості, методів і результатів впливу), прикладному (розроблення технологій позитивного впливу, програм профілактики маніпуляції) та етичному рівнях (визначення меж допустимого).

Знання про вплив має безпосереднє практичне значення для професійної діяльності психолога. Психолог застосовує вплив у консультуванні, психоосвіті й кризовій підтримці; фахівець щодня стикається з інформаційно-

психологічними кампаніями, що спрямовані на підрив стійкості людей і спільнот. Тому дисципліна формує компетентності в розпізнаванні, застосуванні й нейтралізації впливу [3].

Історія досліджень охоплює кілька етапів. Перший етап – зародження ідей про навіювання та поведінку натовпу наприкінці XIX століття: Г. Лебон описав зниження критичності й афективне зараження в масі, Г. Тард – наслідування як соціальний механізм, а французька школа гіпнозу (Ж. Шарко, І. Бернгейм) – механізми сугестії. Другий етап – експериментальні дослідження соціальних норм і конформності у 1930–1950-х роках: М. Шериф показав формування групових норм в умовах невизначеності, С. Аш довів, що значна частка людей змінює правильну оцінку під тиском одностайної більшості.

Третій етап пов’язаний із програмою Єльського університету під керівництвом К. Ховланда: вивчалися чинники ефективності переконання – джерело, повідомлення, аудиторія, канал – у контексті масової пропаганди. Л. Фестінгер сформулював теорію когнітивного дисонансу, що пояснила зміну установок прагненням узгодити когніції та поведінку. С. Мілґрем у дослідженнях послуху авторитету показав, що значна частина учасників виконує інструкції експериментатора всупереч власним моральним сумнівам. К. Хейні, Ф. Зімбардо та співавтори описали вплив соціальних ролей і ситуації на поведінку в моделюванні в’язничної взаємодії, хоча методологічна критика цього дослідження вказує на межі його інтерпретації.

Четвертий етап – когнітивний поворот 1970–1980-х років: А. Тверскі й Д. Канеман описали евристики та когнітивні упередження, Р. Петті й Дж. Качоппо – два шляхи опрацювання переконливих повідомлень, С. Московічі – вплив активної меншості, Р. Чалдіні – принципи соціального впливу як спрощені правила рішень. П’ятий етап – сучасний, зосереджений на цифровому середовищі, дезінформації, психологічному щепленні, поведінковій економіці й етиці технологій [10; 11; 12]. В українській науковій традиції проблеми впливу розробляють у працях із соціальної психології, інформаційно-психологічної

безпеки, а також у методичних посібниках фахівців, що працюють із постраждалими [4; 7].

Взаємозв'язок психології впливу з суміжними галузями знання. Психологія впливу використовує понятійний апарат і методи соціальної психології (установки, конформність, групова динаміка), когнітивної психології (сприймання, пам'ять, мислення, ухвалення рішень), психології особистості (потреби, мотиви, риси, самооцінка), клінічної психології (навіюваність, залежності, наслідки психологічного насильства), психології управління й лідерства (влада, мотивація, комунікація). Із комунікативістики запозичено моделі повідомлення, каналу та шуму, із соціології – уявлення про соціальні інститути, норми й масові процеси, з педагогіки – принципи навчання й виховання, з політології – опис пропаганди та політичної комунікації.

Для практики ці зв'язки мають конкретне значення. З одного боку, знання соціальної психології дає змогу аналізувати згуртованість групи, вплив неформальних лідерів, конформність і ризики групового мислення. З другого боку, когнітивна психологія пояснює, як стрес, недосипання та інформаційне перевантаження змінюють сприймання й рішення. З третього боку, клінічна психологія описує наслідки тривалого тиску, залякування та насильства. Ці знання інтегруються в підготовку керівників, програми психологічної підтримки та протидії маніпулятивному інформаційному впливу.

Практичне значення дисципліни полягає у формуванні професійних компетентностей: аналізувати акт впливу за його структурними елементами, розпізнавати прийоми, оцінювати сприйнятливість адресатів, добирати відповідні методи комунікації, оцінювати ефективність і етичність. Компетентний психолог відрізняє легітимний вплив від маніпуляції, здатний пояснити свої рішення колегам і клієнтам, використовує доказові підходи та зберігає межі професійної ролі. Ці компетентності розвиваються під час навчання, практики, супервізії й особистого осмислення.

1.2. Структура акту впливу та сфери застосування

Акт впливу структурують як сукупність елементів: суб’єкт (джерело впливу), об’єкт (адресат), мета, засоби (вербальні, невербальні, інформаційні, організаційні), канал, контекст (ситуація, група, культура), процес опрацювання повідомлення адресатом і результат. Класична комунікативна схема Г. Ласвелла (хто – що – яким каналом – кому – з яким ефектом) слугує основою аналізу й у психології впливу; її доповнюють інформацією про шум, зворотний зв’язок і контекст [3].

Мета впливу може бути інформаційною (змінити знання), мотиваційною (змінити потреби й цілі), емоційною (змінити стан), установковою (змінити ставлення) і поведінковою (спонукати до дії чи відмови). Результати оцінюють на трьох рівнях: когнітивному (знання, оцінки), афективному (емоції, ставлення), поведінковому (дії). Важливо розрізняти короткочасну поведінкову поступливість та стійку зміну установок: перша може не супроводжуватися другою.

Тип соціального впливу за Г. Келманом охоплює три процеси: поступливість (вплив досягає поведінки за очікування винагороди або уникнення покарання, без зміни установки), ідентифікація (прийняття позиції джерела, що приваблює або має авторитет) та інтерналізація (прийняття змісту, що узгоджується з власними цінностями). Інтерналізація є найстійкішою; поступливість – найменш стійкою і потребує тривалого контролю. Це розрізнення визначає вибір методів в організаціях: примус забезпечує виконання вимоги, але формування внутрішньої мотивації потребує ідентифікації з керівником і спільними цілями.

Основи влади за Дж. Френчем і Б. Рейвеном (законна, винагороджувальна, примусова, референтна, експертна, інформаційна) пояснюють, на які ресурси спирається суб’єкт впливу. Законна й примусова влада гарантують дотримання формальних вимог; референтна й експертна – формують добровільну прихильність. В організаціях поєднання законної влади керівника з експертною

(професіоналізм) і референтною (особистий приклад) створює умови стійкого впливу.

Сфери застосування психології впливу: освіта й виховання (мотивування, оцінювання, формування цінностей); консультування й психотерапія (альянс, мотивація до змін, подолання опору); організації й бізнес (комунікація, переговори, управління змінами); політика й публічна комунікація (кампанії, пропаганда, протидія дезінформації); медіа й соціальні мережі (формування порядку денного, вірусне поширення, алгоритмічна персоналізація); інформаційна безпека (протидія пропаганді, медіаграмотність, психологічна підготовка); кризові й надзвичайні ситуації (заспокоєння, інструктування, робота з чутками) [1; 3].

Критерії науковості, відтворюваність і прикладна цінність знання про вплив. Знання про вплив має науковий статус за умови, що твердження формулюються як перевірювані гіпотези, підтверджуються емпіричними даними, відтворюються в незалежних дослідженнях та інтерпретуються з урахуванням обмежень. Криза відтворюваності в соціальній психології показала, що частина класичних ефектів має меншу величину або залежить від контексту, тому сучасна практика вимагає попередньої реєстрації гіпотез, відкритих даних, великих вибірок, метааналізів і звітності про розміри ефектів.

Прикладна цінність оцінюється за можливістю перенесення результатів у практику: чи відповідає вибірка цільовій групі, чи збережеться ефект за реальних умов, чи не створює втручання шкоди. Перенесення лабораторних даних у реальні умови вимагає обережності: стрес, ієрархія, соціальні норми та ризик змінюють поведінку. Тому цінність мають польові й квазіекспериментальні дослідження, а також оцінка програм у реальних умовах діяльності організацій.

Етичне регулювання досліджень вимагає схвалення комітетом, інформованої згоди, мінімізації ризиків, дебрифінгу після обману в експерименті, захисту даних. Класичні дослідження послуху та конформності

мали важливі наслідки, але сьогодні не були б допустимі в тій формі; їх відтворення здійснюється в модифікованому вигляді. Етика науки також означає чесне звітування, відсутність маніпуляцій даними та повагу до учасників.

1.3. Методи вивчення впливу та вимоги до психолога

Методи вивчення впливу охоплюють лабораторний експеримент (контроль змінних, причинно-наслідкові висновки, але обмежена екологічна валідність), польовий експеримент (реальні умови, менший контроль), квазіексперимент, опитування й психометричні шкали, спостереження, контент-аналіз текстів, кейс-аналіз, лонгітюдні дослідження, моделювання. У сучасних дослідженнях дезінформації застосовують онлайн-експерименти на великих вибірках, у тому числі з повторними вимірами через тижні для оцінки стійкості ефекту [10; 12].

Психодіагностичний інструментарій дисципліни включає методики, що вимірюють сприйнятливість до впливу та пов’язані характеристики: шкали навіюваності (зокрема шкала навіюваності Гудьонссона, що оцінює вразливість до навідних запитань і тиску), шкали потреби в когнітивній діяльності (схильність до аналітичного опрацювання інформації), тест когнітивної рефлексії (здатність гальмувати інтуїтивну відповідь), опитувальники макіавеллізму й «темної тріади» (схильність до маніпулювання), шкалу асертивності Ретуса, опитувальник локусу контролю Роттера, шкали реактивності, стилів поведінки в конфлікті (за К. Томасом і Р. Кілманном), шкали соціальної бажаності для контролю викривлень. Вибір методик визначається питанням дослідження, а їхні психометричні характеристики (надійність, валідність, культурна адаптація) підлягають перевірці [8; 9].

Для дослідження поведінкових результатів застосовують парадигми експериментів: оцінка згоди на прохання (мале й велике прохання, послідовність пропозицій), ситуації групового тиску (оцінка стимулів у присутності одностайної більшості), спостереження послуху в рольових

сценаріях, моделювання виборів і переговорів, оцінка достовірності повідомлень (судження про правдивість до й після впливу). Для медіадосліджень – аналіз охоплення, залученості, поширення чуток, мережевих структур [10; 11].

Методологічні проблеми включають кризу відтворюваності в соціальній психології (низька відтворюваність окремих ефектів, потреба в попередній реєстрації досліджень, більших вибірок, відкритих даних), залежність результатів від культури (переважання вибірок із західних, освічених, індустріальних, багатих і демократичних суспільств), ефекти вимог експерименту, соціальну бажаність, обмежену екологічну валідність і етичні обмеження. Тому висновки з класичних експериментів інтерпретують з урахуванням уточнювальних досліджень.

Етика дослідження включає інформовану згоду, мінімізацію шкоди, право на відмову від участі, роз’яснення після участі (дебрифінг), конфіденційність, незалежну етичну експертизу. Приклади експериментів про послух і рольову поведінку, що завдали стресу учасникам, стали підставою для сучасних вимог захисту учасників. Особливої уваги потребують дослідження за участі вразливих груп (постраждалі, діти, особи в кризовому стані).

Вимоги до психолога, що вивчає чи застосовує вплив: наукова компетентність (знання механізмів і методів), діагностична компетентність (оцінка стану, сприйнятливості, ризиків), етична відповідальність (повага до автономії, непричинення шкоди, недопущення маніпуляції), комунікативна майстерність, рефлексія власних упереджень і впливу, регулярна супервізія. Психолог розпізнає власну владу (експертну, інформаційну) й не використовує її всупереч інтересам клієнта; в організаційному контексті він розмежовує консультативну роль і адміністративну ієрархію [6; 7].

Методики. Шкала потреби в когнітивній діяльності (Дж. Качоппо та Р. Петті) вимірює стійку схильність отримувати задоволення від зусиль мислення. Складається з 34 тверджень (скорочена версія – 18) з оцінкою за п’ятибальною

шкалою; вищий сумарний бал відповідає переважанню центрального шляху опрацювання повідомлень, нижчий – периферійного. Обмеження: самозвітний формат, залежність від освіти, потреба в адаптації до конкретної вибірки [9].

Тест когнітивної рефлексії складається з коротких завдань, де інтуїтивна відповідь швидко спадає на думку, але є хибною, а правильна потребує гальмування й перевірки (класичний приклад – завдання про ціну двох предметів із заданою різницею). Показник – кількість правильних відповідей; він пов’язаний зі схильністю до аналітичного мислення, стійкістю до евристик і до дезінформації. Обмеження: завдання широко відомі, тому використовують альтернативні форми й додаткові завдання [12].

Шкала навіюваності Гудьонссона застосовується в судовій і клінічній психології. Піддослідному зачитують коротке оповідання, просять відтворити його одразу й після затримки, потім ставлять 20 запитань, частина яких є навідними (показник «поступливість»); після негативного зворотного зв’язку запитання повторюють, а зміни відповідей під тиском утворюють показник «зсув». Підсумкова навіюваність є сумою цих показників. Шкала особливо цінна для оцінювання достовірності свідчень і вразливості до тиску під час допиту [9].

Шкала асертивності Ретуса містить 30 тверджень, які оцінюють за шестибальною шкалою від «зовсім не характерно» до «дуже характерно»; частина пунктів зворотні. Сума балів відображає здатність відкрито висловлювати потреби, відмовляти й критикувати. Для опитувальника стилів поведінки в конфлікті К. Томаса та Р. Кілманна кожен із тридцяти пунктів є вибором із пари тверджень; підрахунок за п’ятьма стилями (конкуренція, співпраця, компроміс, уникання, пристосування) показує переважний профіль. Результати інтерпретують із урахуванням ситуації й ролі, а не як риси особистості [7].

Загальні вимоги до застосування методик: перевірка надійності (внутрішня узгодженість, повторне тестування), валідності (змістової, конструктної,

критеріальної), наявність норм для вибірки, інформована згода, конфіденційність результатів, відмова від використання одного інструмента для ухвалення рішень щодо кар'єри чи працевлаштування. Результати вважають орієнтиром для підтримки, а не підставою для дискримінації [7; 9].

Рекомендований мінімум методичного супроводу дослідження впливу. Планування дослідження починають зі сформульованого питання й гіпотез, потім визначають вибірку (обсяг, критерії відбору, репрезентативність), методи вимірювання, процедуру, способи аналізу й етичні процедури. Для експериментів в організаціях додатково узгоджують дозвіл адміністрації, забезпечують добровільність участі (без тиску ієрархії), конфіденційність і право вийти з дослідження без наслідків. Результати подають у вигляді показників ефекту й довірчих інтервалів, а не лише значущості, чітко описують обмеження й плани перевірки відтворюваності. Таке оформлення полегшує повторення дослідження й практичне застосування висновків.

Теоретичні засади та понятєвий апарат дисципліни. Психологічний вплив – процес і результат цілеспрямованої або непередбачуваної зміни психічних станів, установок, мотивів і поведінки особи чи групи під дією іншого суб'єкта, групи, інформації або обставин. Поняття включає соціальний вплив (спілкування й присутність інших), переконання (зміна поглядів через аргументи), навіювання (сприймання без критичного опрацювання), зараження (передавання емоційного стану) та наслідування (відтворення поведінки). Розмежування цих форм дає змогу аналізувати механізми й обирати адекватні методи вивчення та протидії.

Вплив розглядають на трьох рівнях: міжособистісному (діада), груповому (малі групи, колективи) та масовому (великі спільноти, інформаційне середовище). Для кожного рівня діють специфічні закономірності й методи оцінювання, але механізми (потреба в приналежності, прагнення до послідовності, оцінка авторитету, емоційне зараження) мають спільну основу.

Відмінність між легітимним впливом і маніпуляцією залежить від відкритості мети, добровільності, поваги до інтересів адресата.

Дисципліна розвивається на межі соціальної, когнітивної, клінічної та організаційної психології. Її прикладне значення для психолога полягає в умінні розпізнавати вплив на групи, формувати згуртованість, підтримувати довіру, запобігати паніці й дезінформації, працювати з опором та мотивацією.

Історичні етапи та провідні теоретичні напрями. Перший етап дослідження впливу пов'язаний із вивченням натовпу, навіювання й гіпнозу наприкінці дев'ятнадцятого століття: описано емоційне зараження, зниження критичності, роль авторитетного джерела. Другий етап – експериментальна соціальна психологія двадцятого століття: дослідження конформності, послуху авторитету, групових норм, соціальної фасилітації. Третій – вивчення переконання (Йєльська програма), чинників джерела, повідомлення й аудиторії. Четвертий – когнітивна революція: теорії когнітивного дисонансу, атрибуції, евристик, двошляхових моделей опрацювання. П'ятий – сучасні дослідження маніпуляції, дезінформації, цифрового впливу та стійкості до нього.

Теоретичні напрями: біхевіоральний (підкріплення й научіння), когнітивний (опрацювання інформації), психодинамічний (несвідомі мотиви, ідентифікація), соціально-психологічний (групи, норми, ролі), еволюційний (адаптивні механізми довіри й кооперації), нейрокогнітивний (мозкові основи впливу й ухвалення рішень). Жоден із напрямів не пояснює явище повністю, тому сучасна дисципліна має інтегративний характер.

Методологічна специфіка включає складність виокремлення причин, вплив очікувань дослідника, обмеження лабораторних моделей, етичні обмеження експериментів. У відповідь розробляються польові дослідження, квазіекспериментальні плани, метааналізи та відкриті практики відтворюваності. Особливо цінні дані з реальних груп і колективів із дотриманням безпеки й конфіденційності.

Предмет, об'єкт і завдання психології впливу: розгорнута характеристика. Об'єктом психології впливу є взаємодія суб'єктів, у якій відбувається зміна психічних станів, установок, мотивів та поведінки. Предметом – закономірності, механізми, чинники й наслідки такої взаємодії, а також психологічні умови її ефективності та безпеки. До завдань належать опис і класифікація видів впливу, вивчення механізмів, діагностика сприйнятливості, розроблення методів позитивного впливу й захисту від деструктивного, формування етичних стандартів.

Функції дисципліни: теоретико-пояснювальна (побудова моделей), діагностична (оцінка впливу та сприйнятливості), прогностична (передбачення наслідків), прикладна (технології комунікації, навчання, управління), профілактична (запобігання маніпуляціям і деструктивним групам), етична (визначення меж допустимого).

Міждисциплінарні зв'язки: з соціальною, когнітивною, організаційною, клінічною, юридичною психологією, а також з комунікативістикою, соціологією, політологією, педагогікою. Для психолога дисципліна є основою для роботи з керівниками (стиль і мова комунікації), з групами (мотивація, стійкість), з населенням (комунікація в кризі), з маніпулятивним інформаційним впливом.

Понятійний апарат розмежовує споріднені терміни: вплив (будь-який вплив на іншу особу), переконання (через аргументи), навіювання (без критики), зараження (через емоційний стан), наслідування (через зразок), примус (через загрозу), маніпуляція (прихований вплив на шкоду адресатові). Розуміння відмінностей запобігає змішуванню різних явищ та неправомірним висновкам.

Ключові поняття теми: *психологія впливу; акт впливу; суб'єкт і об'єкт впливу; поступливість, ідентифікація, інтерналізація; основи влади; соціальний вплив; інформаційно-психологічний вплив; навіюваність; потреба в когнітивній діяльності; криза відтворюваності; інформована згода й дебрифінг.*

Питання для самоперевірки

1. Що є об'єктом і предметом психології впливу та які її завдання?
2. Які етапи пройшла історія досліджень впливу й які ключові відкриття належать кожному з них?
3. З яких елементів складається акт впливу та як оцінюють його результат?
4. Чим відрізняються поступливість, ідентифікація та інтерналізація за Г. Келманом?
5. Які основи влади виокремлюють і яке значення вони мають в управлінні групою?
6. Які методи й методики застосовують для вивчення сприйнятливості до впливу?
7. Які методологічні проблеми й етичні вимоги пов'язані з дослідженням впливу?
8. Які вимоги висувають до психолога, що працює з впливом?