

---

---

**К 40-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА ПСИХОЛОГИИ РАН  
И 85-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ Б.Ф. ЛОМОВА**

---

---

**КОММУНИКАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ:  
ПРИНЦИПЫ, ЗАКОНОМЕРНОСТИ, ЭФФЕКТЫ**

© 2012 г. В. В. Латынов

*Кандидат психологических наук, старший научный сотрудник,  
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки  
Институт психологии РАН, Москва;  
e-mail: vladlat5@lenta.ru*

Обсуждаются современные тенденции исследований в области психологии воздействия. Выделены основные принципы исследования коммуникативного воздействия – иерархичность, активность, полимотивированность, эмоциональность. Описываются три уровня анализа коммуникативного воздействия, исходным основанием для выделения которых послужили представления Б.Ф. Ломова о трех уровнях анализа процесса общения. Приводятся результаты эмпирических исследований коммуникативного воздействия на примере изучения стратегий межкультурного реагирования, влияния семейной и внесемейной коммуникации на психологическое благополучие человека, а также воздействия массовой коммуникации.

*Ключевые слова:* коммуникативное воздействие, межличностная коммуникация, массовая коммуникация, интегральные эффекты коммуникативного воздействия, психологическое благополучие.

Усиление роли коммуникации в современном мире, осознание высокого потенциала ее влияния на многие стороны жизни общества активизируют изучение коммуникативного воздействия. В процессе коммуникации люди постоянно обмениваются разнообразной информацией – мнениями, оценками, эмоциями. Поскольку любая поступающая к человеку информация оказывает то или иное влияние на его поведение, суждения, установки, чувства, коммуникация всегда предполагает воздействие. С появлением новых информационных технологий и ростом медиатизации общества проблема коммуникативного воздействия встает как никогда остро.

*Задачи* данной статьи – охарактеризовать основные тенденции исследований в области психологии воздействия, выделить основные принципы изучения данного феномена, изложить результаты эмпирических исследований коммуникативного воздействия, выполненных автором в последние годы.

Традиционная парадигма исследования воздействия, которая до настоящего времени во многом определяет основные подходы к его изучению, сформировалась в 1940–1950-е годы. Эта парадигма “помещает” проблему коммуникативного

воздействия в рамки изучения феномена убеждения (*persuasion*) посредством лабораторных экспериментов. В широком смысле под убеждением понимаются любые попытки воздействия (как правило, речевого), цель которых – изменение установок, мнений и представлений человека. Чаще всего в качестве цели убеждения рассматривается изменение установок (аттитюдов) – глобальных оценок того или иного объекта: приятно–неприятно, полезно–вредно, хорошо–плохо и пр. Установка не является исключительно когнитивным образованием, включая в себя аффективные и поведенческие проявления, вызванные соответствующим объектом [3].

#### **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА ИЗУЧЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

При сохранении ведущей позиции традиционной парадигмы произошло усложнение концептуальных оснований исследования психологического воздействия. Появились теории, рассматривающие психологическое воздействие в качестве сложно детерминированной многоуровневой системы [46, 54]. Особое внимание стало

уделяться изучению когнитивных механизмов, опосредующих воздействие убеждающих сообщений на установки и представления людей.

Хотя традиционная парадигма исследования сохраняет свои позиции в психологии воздействия, в последние десятилетия она все более активно подвергается критике, связанной с недооценкой роли получателя сообщения, невниманием к поведенческим последствиям воздействия, ориентацией на лабораторные методы исследования в ущерб анализу коммуникации в реальной жизни [24]. Для современного этапа исследований характерен методологический и методический плюрализм. Помимо обычной в психологии позитивистской методологии широкое распространение получают различные варианты конструкционизма. Усилился интерес к анализу воздействия при помощи иных, нежели лабораторный эксперимент, методов, что вызвало расширение методического инструментария исследований. В связи с этим показательное обращение ряда социальных психологов к дискурс-анализу, а также появление работ по изучению психологического воздействия в рамках междисциплинарной дискурсивной парадигмы [15, 18].

Наряду с усложнением концептуальных представлений о механизмах коммуникативного воздействия, для современного этапа исследований характерно расширение круга изучаемых феноменов. В работах, выполненных в 1940–1970-е годы, воздействие изучалось в ограниченном спектре социальных ситуаций, которые, как правило, отличались относительно непродолжительным контактом ранее не знакомых людей. В реальной жизни подобные ситуации не слишком распространены. Это обусловило обращение исследователей к анализу коммуникативного воздействия в естественных жизненных ситуациях и контекстах (семейном, организационном и др.). В качестве примера можно назвать исследования тактик достижения согласия в близких отношениях [20], анализ психологического воздействия в организациях [13, 37].

Кроме того, усилилось внимание к анализу интегральных эффектов психологического воздействия коммуникации, ее влияния на психологическое развитие и психосоциальную адаптацию человека. Примером могут служить исследования феномена социальной поддержки, показавшие, что коммуникативные контакты людей с теми, кто их любит и уважает, окружает заботой и ценит, ослабляют негативные последствия стрессогенных событий, редуцируют серьезность заболеваний, позволяют быстрее восстанавливаться после болезней [50].

Существенно возрос в наши дни интерес к изучению конкретных приемов коммуникативного воздействия, а также факторов, определяющих их выбор и использование. Если в предшествующий период внимание преимущественно уделялось стратегии убеждения, то на современном этапе спектр изучаемых стратегий и тактик существенно расширился.

Активно исследуются такие средства оказания воздействия, как угрозы и приемы, основанные на сокрытии и искажении информации: ложь, обман, манипулирование [2, 9]. Изучаются детерминанты и эффективность их использования, а также возможности и механизмы обнаружения лжи [23, 44]. Осуществляется проверка эффективности различных тактик и приемов воздействия, в частности, таких, как “нога в дверь” [26] и “подача низкого мяча” [17]. Проводится активная исследовательская работа по выявлению социально-психологических и индивидуально-личностных факторов, влияющих на реализацию стратегий и тактик воздействия [48].

Важной особенностью современных исследований выступает интерес к кросскультурной специфике коммуникативного воздействия, изучению особенностей выбора и использования приемов воздействия представителями различных культур. Так, между представителями индивидуалистских и коллективистских культур, как правило, обнаруживаются ощутимые различия в отношении характера используемых тактик воздействия и их эффективности [27, 45].

В целом анализ современного состояния рассматриваемой научной области свидетельствует об изменении подхода к изучению коммуникативного воздействия, которое все чаще концептуализируется как взаимодействие двух равноправных сторон, стремящихся достичь собственных целей посредством изменения когнитивных, эмоций и поведения другого человека. Формирующийся новый подход к изучению коммуникативного воздействия призван охватить широкий спектр коммуникативных ситуаций и социально-психологических контекстов.

## ПРИНЦИПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Один из вариантов нового подхода к изучению коммуникативного воздействия реализуется в лаборатории психологии речи и психолингвистики Института психологии РАН. Основной постулат развиваемого нами подхода к исследованию

коммуникативного воздействия – целостность и системность понимания этого феномена, которые реализуются в предложенных принципах его изучения. С учетом результатов проведенных теоретических и эмпирических исследований мы полагаем, что современная научная концепция коммуникативного воздействия должна учитывать несколько важных моментов, касающихся изучаемого феномена. Поскольку эти моменты касаются общих представлений о воздействии и затрагивают понимание психологической сущности человека, выступающего в роли его субъекта или объекта, они могут быть обозначены как принципы или основания психологического исследования воздействия. К важнейшим из этих принципов относятся: иерархичность; активность; полимотивированность; эмоциональность. Раскрывая особенности развиваемого подхода, остановимся последовательно на каждом из этих принципов.

**Иерархичность.** Как уже отмечалось, коммуникативное воздействие охватывает большой круг сильно различающихся психологических феноменов: это не только воздействие выступающего на аудиторию, но и процессы межличностного воздействия в организациях, трансляция представлений о действительности средствами массовой информации, влияние социальной поддержки на адаптацию человека и др. В целях систематизации указанных феноменов, различающихся длительностью осуществления воздействия и генерализованностью его эффектов, нами было выделено три уровня анализа коммуникативного воздействия. Исходным основанием для выделения указанных уровней послужили представления Б.Ф. Ломова о трех уровнях анализа процесса общения [14].

На *макроуровне* коммуникативные обмены человека выступают как сложная, развивающаяся в течение жизни сеть взаимосвязей индивида с другими людьми и социальными общностями. В преломлении на проблему воздействия это соответствует долгосрочным влияниям на развитие и функционирование индивида, его включенность в различные коммуникативные контексты: межличностный, организационный, масс-медийный. Речь, в частности, идет о таких интегративных эффектах коммуникативного воздействия, как формирование картины мира или устойчивого поведенческого паттерна.

Коммуникация на *мезоуровне* является неотъемлемым элементом ситуаций взаимодействия, в которых оказывается человек в конкретный период своей жизни. В этих ситуациях люди

обмениваются вербальными и невербальными коммуникативными действиями, цели которых многообразны: сообщение фактов, изменение мнений и установок, коррекция поведения и др. В результате подобного обмена имеют место различные эффекты коммуникативного воздействия: когнитивные, эмоциональные, мотивационные, поведенческие. Однако, в отличие от интегральных эффектов макроуровня, они не столь глобальны, а затрагивают отдельные психологические структуры: коррекция представлений о проблеме, изменение отношения к конкретному объекту, принятие определенного решения и т.д.

Изучение коммуникативного воздействия на данном уровне предполагает анализ операционального, динамического и результативного аспектов ситуации. Предусматривается также выявление применяемых людьми стратегий и тактик воздействия, поиск их личностных и ситуативных детерминант, оценка эффективности воздействия.

При изучении коммуникативного воздействия на *микроуровне* акцент делается на анализе структуры речевого обмена, динамике позиций, занятых собеседниками, а также отношений, складывающихся между ними. Выявляются закономерности сочетания элементарных коммуникативных актов (“вопрос–ответ”, “побуждение к действию – осуществление действия” и др.), а также конкретные речевые приемы, при помощи которых осуществляется воздействие.

Следует подчеркнуть, что указанный подход позволяет не только структурировать различные феномены коммуникативного воздействия, но и уточнить, какие проблемы и при помощи каких методов могут исследоваться на каждом из выделяемых уровней.

**Активность.** Человек, оказавшийся в ситуации воздействия, активен во многих отношениях. Естественно, он активен, выступая в роли субъекта воздействия (выбор средств воздействия, момента и продолжительности их использования и др.). Однако, оказавшись и в роли объекта воздействия, человек не превращается в марионетку или пассивный приемник информации, а остается активным участником ситуации воздействия. Эта активность проявляется в выборе общей стратегии реагирования на попытку воздействия и отдельных приемов внутри этой стратегии, в глубине и типе (систематическом либо эвристическом) когнитивной обработки поступающей от субъекта воздействия информации.

По сути человек, номинально являющийся объектом воздействия (например, при просмотре рекламного ролика или получении просьбы совершить какое-либо действие), занимая активную позицию в отношении своих реакций, становится равноправным участником ситуации воздействия, т.е. ее субъектом. Неслучайно, именно когнитивная активность (ее выраженность и направление) является смысловым центром большинства современных теорий психологического воздействия. Так, Р. Петти и П. Бринол подчеркивают, что одна и та же переменная коммуникативной ситуации (например, привлекательность источника воздействия или характер аргументации) в зависимости от когнитивной установки человека – объекта воздействия – оказывает различное, порой диаметрально противоположное влияние на эффективность воздействия [46].

**Полимотивированность.** Традиционно в качестве ведущего у человека – объекта воздействия постулировалось наличие устойчивого мотива иметь ясное и определенное представление об окружающей действительности. Так, Р. Петти и Д. Вегенер именно мотив познания реальности считали основным регулятором активности человека в ситуации воздействия [47]. Подобное представление, к сожалению, скорее идеализирует человека, нежели отражает реальную ситуацию. Ведь уже исследования С. Эша (*Asch S.E.*) по психологии конформности, проведенные в 1950-е годы, показали, что 30% людей предпочитают соглашаться с мнением других людей, нежели стремиться к адекватным представлениям о реальности [19].

Важным достижением в плане концептуального осмысления проблемы коммуникативного воздействия стало положение о тройственном характере мотивации объекта воздействия [54]. Согласно этому положению, человек, оценивая возможности интеграции в собственную систему установок поступающей к нему информации или же рассматривая допустимость изменения своего поведения в соответствии с требованиями другого, учитывает (естественно, не всегда осознанно) три основных обстоятельства. Во-первых, он стремится составить ясное и адекватное представление об окружающей действительности. Во-вторых, он склонен поддерживать непротиворечивую, соответствующую его личным ценностям и потребностям систему установок и представлений. В-третьих, человек стремится к позитивной групповой идентичности, склонен поддерживать хорошие отношения с членами ре-

ферентных групп и придерживаться принятых в них норм и правил.

Три указанные ориентации (на реальность, на собственное Я и на других людей) выступают своеобразными “линзами”, через которые происходит восприятие и оценка любой информации, поступающей к человеку из окружающего мира. Принимая в расчет данные положения, исследователи все чаще обращаются к анализу групповой идентичности и групповой динамики как значимых факторов эффективности коммуникативного воздействия [21, 43]. Эти исследования хорошо дополняют работы, выполненные в рамках традиционной парадигмы изучения воздействия, поскольку затрагивают малоизученные в ней вопросы. В данном отношении следует отметить работы по изучению закономерностей психологического воздействия большинства/меньшинства в условиях группы [30].

**Эмоциональность.** Традиционно в психологии коммуникативного воздействия исследовательский акцент смещен на когнитивные (при объяснении механизмов воздействия и описании его эффектов) и поведенческие (характеристика средств, процесса и эффектов воздействия) аспекты психики. Эмоциональная сфера человека до последнего времени не привлекала особого внимания. Подобное умаление значимости эмоциональной компоненты воздействия совершенно не оправдано, поскольку данные различных областей психологии свидетельствуют о важной роли эмоций в функционировании человеческой психики [41, 53].

С нашей точки зрения, применительно к коммуникативному воздействию роль эмоций важна по крайней мере в следующих отношениях. Во-первых, характер эмоций влияет на восприятие ситуации воздействия и во многом определяет выбор и реализацию средств воздействия. Так, установлено, что люди, находящиеся в подавленном, депрессивном состоянии, для оказания воздействия используют более аргументированные и обоснованные сообщения [33].

Во-вторых, индуцирование определенного эмоционального состояния человека в целях изменения его психики традиционно рассматривается как достаточно эффективный прием психологического воздействия [25]. В данном отношении наиболее известен прием апелляции к страху, который привлекал особое внимание еще в самом начале экспериментальных исследований психологического воздействия [36]. В наши дни, несмотря на более чем пятидесятилетнюю историю изучения,

этот прием продолжает активно исследоваться, причем основное внимание уделяется факторам и механизмам, определяющим результативность его реализации [38].

В-третьих, эмоциональный компонент, наряду с когнитивным и поведенческим, выступает составной частью аттитюдов [3]. В некоторых аттитюдах он может быть сильно выражен, что оказывает влияние на их стабильность и устойчивость к воздействию [32]. Важно учитывать также амбивалентность установочных систем человека. Принятие того или иного объекта на сознательном уровне нередко сочетается с его отторжением на уровне бессознательном, т.е. автоматические, имплицитные аттитюды могут отличаться от сознательно контролируемых, эксплицитных [28]. Имплицитные аттитюды соотносятся с эмоциональной сферой человека, в то время как эксплицитные представляют собой сочетание непосредственного эмоционального отношения и последующего когнитивного осмысления этого изначального отношения. Исследования показывают, что эксплицитные аттитюды изменяются относительно легко, имплицитные – более стабильны и устойчивы к воздействию [29]. Кроме того, сам факт наличия у человека амбивалентных аттитюдов снижает его устойчивость к психологическому воздействию. В частности, повышается его восприимчивость к информации, поступающей из ближайшего социального окружения.

Наконец, неоспорима роль эмоционального состояния объекта воздействия как фактора, опосредующего воздействие поступающей информации [35]. Значимым является не только то, позитивное или негативное состояние переживается, но и степень выраженности переживаемой эмоции. Во многих случаях эмоции влияют на эффективность воздействия опосредованно, через модулирование объема систематической обработки поступающей информации. Установлено, что переживание негативных эмоций (грусть, печаль), как правило, стимулирует проведение систематического анализа, что делает человека более подверженным воздействию при предъявлении ему сильных (т.е. веских, доказательных) аргументов в поддержку предлагаемого тезиса [22]. Вклад эмоций в эффективность воздействия определяется также тем, что человек, находящийся в определенном эмоциональном состоянии, переоценивает вероятность эмоционально-конгруэнтных событий и недооценивает вероятность эмоционально-неконгруэнтных [31].

## РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Очерченный подход составил основу проведенных нами эмпирических исследований. В работах последних лет основное внимание было уделено интегральным эффектам коммуникативного воздействия, анализу той роли, которую играет межличностная и массовая коммуникация на жизненном пути личности. Применительно к массовой коммуникации нас интересовало воздействие на картину мира человека и его поведение; в отношении межличностной коммуникации – характер воздействия на психологическое развитие и психосоциальную адаптацию человека.

Вместе с тем дальнейшее развитие получила линия исследований, характерная для предшествующих лет, которая связана с изучением субъекта воздействия: используемых им приемов воздействия и факторов, определяющих их выбор [7, 8, 10]. Представляя полученные эмпирические результаты, остановимся сначала на исследовании **стратегий межкультурного реагирования**, в котором изучение субъекта коммуникации было продолжено на материале межкультурной коммуникации [11]. Анализировались особенности общения крымских татар с представителями других этнических групп Крыма. В литературе неоднократно отмечалось, что многие крымские татары являются объектом негативного отношения и дискриминации в современном Крыму [4]. Какие коммуникативные стратегии реализуют крымские татары, сталкиваясь с негативным отношением к их этнической группе? Как соотносятся коммуникативные реакции с личностными особенностями коммуникантов? Поиску ответов на указанные вопросы и была посвящена наша работа. Анализ ответов респондентов, собранных в ходе проведения интервью, позволил выделить несколько типичных коммуникативных стратегий, используемых в ситуациях негативного межэтнического общения: избегающую, объясняющую, конфликтную.

*Избегающая* стратегия коммуникации в межкультурном взаимодействии оказалась присуща 27.5% респондентов. Реализуя данную стратегию, люди старались не обращать внимания на нападки и критику, хотя переживали различные негативные эмоции (чаще всего упоминались обида, гнев, жалость, презрение). Выбравшие данную стратегию обладали специфическим набором психологических характеристик: они демонстрировали уверенность в себе, обладали позитивной

этнической идентичностью. Автостереотипы респондентов с избегающей стратегией также были весьма позитивны и примерно соответствовали общегрупповому уровню. Сходный характер с общегрупповыми данными имели и их гетеростереотипы: наиболее низко оценивались русские, украинцы занимали промежуточное положение между русскими и крымскими татарами.

*Объясняющая* стратегия коммуникативного реагирования, свойственная 57.5% респондентов, предусматривала противодействие точке зрения собеседника с использованием логики и фактов. В разговоре с собеседником, проходившем в спокойной, уважительной манере, осуществлялся обмен аргументами, без нападков на личность собеседника. Представители объясняющей стратегии были достаточно уверены в себе и по сравнению с другими обладали наиболее позитивной этнической идентичностью. Выделялась их высокая религиозная и культурная включенность: участие в деятельности крымскотатарских культурных организаций, посещение мечети. Для представителей объясняющей стратегии было характерно позитивное восприятие как собственной, так и других этнических групп (русских, украинцев).

Среди респондентов выявились и такие, кто, сталкиваясь с критикой или оскорблениями в адрес крымских татар, отвечал собеседнику аналогичным образом (15% респондентов). Такая *конфликтная* стратегия характеризовалась выражением негативных эмоций, критикой и нападками на личность оппонента. Весьма своеобразным был психологический облик представителей конфликтной стратегии. Уровень их самоуважения и степень позитивности этнической идентичности оказались наиболее низкими. Невысокой была и их культурная и религиозная включенность. При этом лица с конфликтной стратегией оценивали русских и украинцев существенно ниже, чем респонденты, реализующие избегающую и объясняющую стратегии. К собственной этнической группе “конфликтные” также были более критичны.

По-видимому, типичный представитель конфликтной стратегии межкультурной коммуникации имеет общие черты с описанным Т. Стефаненко носителем маргинальной этнической идентичности: для него характерна слабая, четко не выраженная этническая идентификация как со своей, так и с чужой этническими группами [16]. В этом случае человек колеблется между двумя культурами, не овладевая в должной мере нормами и ценностями ни одной из них. Подобные маргиналы часто испытывают внутриличностные

конфликты. Возможно, именно поэтому на поведенческом уровне они обнаруживают агрессивность и неприятие других этнических групп.

В целом проведенное исследование показало, что люди, сталкиваясь с негативным отношением к собственной этнической группе, избирают различные варианты коммуникативного реагирования. Выявляются, по крайней мере, три стратегии, реализуемые в межкультурной коммуникации: избегающая, объясняющая и конфликтная. Данные стратегии различаются не только феноменологически: лица, реализующие эти стратегии, обладают различными психологическими характеристиками. В данном случае, как и в нашем более раннем исследовании [10] была обнаружена взаимосвязь личностных, стабильных особенностей человека с используемым им коммуникативным репертуаром.

Перейдем теперь к изложению цикла исследований, направленных на изучение интегральных эффектов коммуникативного воздействия. При изучении интегральных эффектов воздействия межличностной коммуникации нас интересовали три основных вопроса: как коммуникация влияет на психологическую адаптацию и развитие личности? Насколько выражено воздействие межличностной коммуникации на психологическое благополучие личности в сравнении с действием других факторов? Какова специфика коммуникативного воздействия в зависимости от характеристик объекта воздействия и психологической ситуации, в которой находится человек? Поскольку воздействие межличностной коммуникации на развитие и функционирование личности в масштабах ее жизненного пути реализуется в двух основных контекстах – семейном и внесемейном, соответственно исследовались два вида коммуникации: семейная (общение с членами семьи) и внесемейная (контакты с лицами, в семью не входящими).

Говоря о **влиянии внесемейной коммуникации на психологическое благополучие человека**, можно предположить два основных эффекта. С одной стороны, установление, поддержание и развитие внесемейных социальных контактов требуют от людей затрат времени и энергии, которых у них после выполнения профессиональных и семейных обязанностей может оставаться не так уж много [49]. С другой стороны, внесемейная коммуникация может рассматриваться как источник помощи и поддержки человека, способствовать его психологическому благополучию [40]. В проведенном исследовании мы постара-

лись выяснить, какой из этих подходов больше соответствует российским реалиям [5].

Согласно полученным результатам, обнаруживаются три основных направления влияния внесемейной коммуникации на психологическое благополучие человека. Во-первых, отмечается прямое и непосредственное влияние коммуникации на самочувствие: наличие психологической поддержки со стороны знакомых приносит пользу как мужчинам, так и женщинам, повышая удовлетворенность жизнью и улучшая психологическое самочувствие.

Во-вторых, имеет место не прямое, опосредованное влияние социальных контактов на психологическое самочувствие личности, достигаемое посредством снижения уровня переживаемого человеком стресса. Активная включенность во внесемейную коммуникацию помогает избегать, а в случае появления – успешно преодолевать стрессовые ситуации на работе и дома. Позитивная роль социальных контактов особенно выражена в отношении женщин, уровень стресса которых на работе и дома сильно зависит от наличия социальной поддержки.

Наконец, можно говорить о “перекрестном” влиянии внесемейной коммуникации: позитивный характер внесемейных контактов мужа способствует хорошему психологическому самочувствию жены. В данном случае наличие широкого круга знакомых у мужа приводило к тому, что не только он сам испытывает большую удовлетворенность жизнью, но и жизнь его жены оказывается психологически более благополучной. Важно отметить, что взаимосвязь между удовлетворенностью внесемейными контактами и психологическим самочувствием была характерна только для мужчин, но не для женщин.

Рассмотрев воздействие внесемейной коммуникации на психологическое благополучие личности, мы обратились к **изучению интегральных эффектов семейной коммуникации**. В серии проведенных исследований в качестве потенциальных предикторов психологического самочувствия наряду с коммуникативными переменными анализировались психологические и социально-демографические, что позволило оценить вклад коммуникативных факторов в сравнении с другими переменными.

Первое из проведенных исследований показало, что наиболее выраженное влияние на психологическое самочувствие респондентов оказывают следующие факторы: уровень материального благополучия семьи (уровень дохода

семьи, самооценка ее финансового положения, наличие финансовых затруднений) и характеристики внутрисемейной коммуникации (уровень семейного стресса, коммуникативная открытость супругов, сходство их взглядов, наличие в семье ориентации на помощь и поддержку, низкий уровень внутрисемейной конфликтности) [6].

При этом в действии данных факторов обнаружены выраженные гендерные различия. Для женщин наиболее существенной причиной, вызывающей ухудшение психологического состояния, оказался уровень финансового благосостояния семьи. Значимость же психологических факторов (в частности, характера внутрисемейной коммуникации) была существенно ниже. У мужчин, напротив, основным вклад в детерминацию психологического благополучия внесли не материальные, а именно психологические факторы: наличие друзей, в кругу которых можно расслабиться и которые принимают мужчину таким, какой он есть, а также позитивный психологический климат в семье (доверие и открытость в отношениях с супругой, сходство взглядов, отсутствие семейных конфликтов).

Полученные результаты несколько неожиданны. Они противоречат общепризнанным положениям, согласно которым для женщины сфера межличностных отношений (как семейных, так и внесемейных) является высоко значимой, а нарушения в данной сфере оказывают выраженное влияние на ее психологическое состояние. Однако, по нашему мнению, существует вполне рациональное объяснение подобного расхождения результатов. Именно на женщину ложатся основные обязанности по поддержанию нормального функционирования семьи (уход за детьми, приготовление пищи и т.п.). В ситуации ограниченности финансовых ресурсов, характерной для большинства семей, выполнение указанных обязанностей является непростой задачей, что и приводит к ухудшению психологического состояния женщины. Для мужчин же, в гораздо меньшей степени включенных в выполнение семейных обязанностей, уровень финансового благополучия семьи не столь значим. Наличие друзей, благоприятный коммуникативный климат в семье – вот основания его позитивного психологического самочувствия.

Выявив закономерности коммуникативного воздействия в обычных, не связанных с выраженным стрессом условиях, мы обратились к изучению эффектов коммуникативного воздействия, возникающих в том случае, когда *личность оказывается в тяжелой психологической ситуации*.

Одной из таких ситуаций является серьезная болезнь ребенка, при которой все стороны семейной жизни претерпевают ощутимые трансформации. После обнаружения факта заболевания происходит перераспределение семейных обязанностей и изменение внутрисемейной коммуникации. Возникают задачи по уходу и лечению ребенка, поддержанию позитивных семейных отношений, стабилизации финансового положения семьи.

В этих условиях, как свидетельствуют полученные данные, важным фактором, влияющим на психологическое состояние родителей, оказывается характер внутрисемейной коммуникации. Благоприятный коммуникативный климат в семье (доверие, открытость, поддержка и взаимопонимание супругов, низкий уровень внутрисемейной конфликтности) оказался важным источником позитивного психологического настроя родителей детей-инвалидов. Помимо коммуникативного фактора выраженное влияние на психологическое самочувствие родителей оказал финансовый фактор, т.е. уровень благосостояния семьи. Чем выше доход семьи и чем позитивнее оценка ее финансового положения, тем лучше было психологическое состояние родителей детей-инвалидов. Уровень психологического благополучия оказался взаимосвязан также с уровнем образования: чем выше было образование человека, тем более позитивно он себя чувствовал.

В действии указанных факторов, как и в предыдущем исследовании, обнаружилась гендерная специфика. На психологическое состояние отцов детей-инвалидов выраженное влияние оказывал относительно небольшой перечень факторов: уровень образования (чем образование выше, тем лучше было психологическое состояние мужчины), уровень дохода семьи (чем выше доход, тем лучше себя чувствовал мужчина), возраст больного ребенка и длительность его болезни (чем больше длительность болезни и старше ребенок, тем негативнее отец оценивал текущую жизненную ситуацию).

В отличие от отцов больных детей, психологическое состояние их матерей находилось в зависимости от более широкого спектра факторов. Значимой детерминантой психологического состояния матери оказался уровень семейных доходов, в частности, субъективная оценка финансового положения семьи и масштабы финансовых затруднений, с которыми она сталкивается. Наряду с финансовым фактором выраженное влияние на состояние матери оказывал фактор коммуникативный. Ее хорошему психологическому самочувствию способствовал позитивный характер внут-

рисемейной коммуникации: взаимопонимание и взаимопомощь супругов, сходство их взглядов, низкая семейная конфликтность и низкий уровень семейного стресса, легкость супружеского общения. Оказывали влияние на психологическое самочувствие матери и внесемейные контакты. Ее психологическое состояние было связано с объемом и удовлетворенностью получаемой внесемейной поддержкой. Позитивное влияние на оценку текущей жизненной ситуации оказывало регулярное посещение церкви. Кроме того, как и у мужчин, хорошему психологическому самочувствию способствовал высокий уровень образования женщины. По мере увеличения длительности болезни ребенка и его возраста отмечается более благоприятное эмоциональное состояние матерей, в отличие от отцов.

В целом необходимо отметить, что хотя наиболее выраженное влияние на психологическое самочувствие родителей детей-инвалидов оказывал финансовый фактор, значимым фактором является и характер семейной и внесемейной коммуникации. Благоприятная коммуникативная обстановка в семье и доступность внесемейной социальной поддержки выступают надежными источниками позитивного психологического настроя родителей детей-инвалидов.

Представленные выше исследования были ориентированы на анализ интегральных эффектов коммуникативного воздействия у взрослых. Очевидно, однако, что нахождение в определенном коммуникативном контексте способно вызывать *изменение и детской психики*. Как известно, внутрисемейная коммуникация является одним из важнейших факторов развития ребенка. Неоднократно была продемонстрирована ее роль в формировании личности ребенка, причем не всегда позитивная. Установлено, что при определенной организации семейной коммуникации возникают разного рода аномалии личностного развития ребенка [1].

В специальном исследовании мы постарались выяснить, каким образом внутрисемейная коммуникация может провоцировать дисгармоничное развитие ребенка, в частности, способствовать овладению такой асоциальной формой поведения, как употребление наркотиков. Изучение такого рода интегральных эффектов коммуникативного воздействия следует признать весьма перспективным не только с научной, но и с практической точки зрения. Выяснение закономерностей влияния на психологическое развитие длительного пребывания в определенном коммуникативном контексте позволит лучше понять причины воз-

никновения разного рода личностных дисгармоний, повысит эффективность их профилактики и терапии.

Проводился сравнительный анализ характера межсупружеской и родительско-детской коммуникации в “здоровых” семьях и семьях, в которых ребенок употреблял наркотики. Было показано, что для семей наркопотребителей характерны проявления неудовлетворенности родителей браком и отношениями с супругом, повышенная конфликтность, низкий уровень заботы друг о друге и принятия друг друга. Полученные данные свидетельствуют о наличии в семьях с потребляющими наркотики подростками особого, отличающегося от распространенного в “здоровых” семьях, подхода к воспитанию. Родителям подростково-наркопотребителей были присущи стремление контролировать ребенка в сочетании с некоторой враждебностью и эмоциональным отвержением, а также выраженной непоследовательностью и непредсказуемостью поступков и реакций. Родители здоровых подростков, напротив, ориентированы на принятие ребенка, проявляют дружелюбие и не склонны навязывать ребенку свою волю, последовательны в своих требованиях.

Интересные результаты были получены в отношении взаимосвязи межсупружеской и родительско-детской коммуникации. Позитивный характер межсупружеского общения проявлялся в адекватных формах воспитательного дискурса. И наоборот, если контакты между супругами были дисгармоничны, то страдала и детско-родительская коммуникация. Непонимание и психологическая отчужденность супругов, их эмоциональная неудовлетворенность и конфликтность оказывали негативное воздействие на стиль родительско-детской коммуникации. Основным результатом такого воздействия – рост негативизма, подозрительности и эмоциональной холодности в адрес подростка. Помимо этого, собственно супружеская конфликтность порождала безразличие, равнодушие, нетребовательность по отношению к ребенку.

Основываясь на результатах данного исследования, можно сделать вывод *о важной роли дисгармоничной семейной коммуникации в развитии наркопотребления подростков*. Закономерен вопрос, сколько существует вариантов семейного коммуникативного климата, способствующих приобщению подростков к наркотикам? Другими словами, насколько различными с точки зрения характера межсупружеской коммуникации и стиля воспитания ребенка были семьи наркопотребителей? Было выделено пять психологических типов

семей, в которых росли подростки-наркопотребители. В четырех из пяти типов семей отмечались те или иные дисгармонии в супружеском и родительско-детском общении. В отношении таких семей можно говорить о провоцирующей роли коммуникации при развитии личностной дисгармонии. Существуют, однако, семьи наркопотребителей, в которых характер межсупружеской и родительско-детской коммуникации был такой же, как и в нормальных семьях (5 тип). По-видимому, решающую роль в приобщении детей к наркотикам в этом случае играли другие факторы. Среди наиболее вероятных – влияние ближайшего социального окружения. Как известно, в подростковом возрасте влияние друзей и товарищей на подростка существенно возрастает. Если в референтной для подростка группе наркотики одобряются, то его приобщение к ним становится вполне предсказуемым.

В заключение рассмотрим результаты еще одного проведенного нами исследования, обращенного к изучению **интегральных эффектов воздействия массовой коммуникации**. Как свидетельствуют современные исследования, значительное воздействие на детскую психику оказывает не только семейная, но и массовая коммуникация, которая стала значимым фактором развития детей, начиная с первых лет их жизни. При этом, за небольшим исключением, средства массовой информации ориентированы скорее на развлечение аудитории и рекламирование товаров, чем на обучение и воспитание подрастающего поколения. Указанные особенности порождают различные, порой неожиданные эффекты и последствия. В частности, появилась проблема влияния телевизионного насилия на агрессивное поведение детей. Многочисленные исследования, проведенные в разных странах (Австралия, Финляндия, Израиль, Польша, США и др.), показывают, что рост агрессивности реального поведения связан с демонстрацией насилия на экране [42].

Поскольку насилие широко представлено на российских кино- и телеэкранах, было проведено эмпирическое лонгитюдное исследование влияния повышенного интереса к телепередачам с агрессивным содержанием на агрессивность российских школьников [12]. Выбор лонгитюдного метода исследования обусловлен тем, что, по мнению большинства специалистов, именно он наиболее адекватен для изучения влияния теленасилия на реальную агрессивность.

Результаты данного исследования показали, что телевизионные предпочтения, сформировавшие-

ся в возрасте 9–10 лет, не оказывают воздействия на детскую агрессивность полтора года спустя. Оценивая эти результаты, необходимо отметить, что агрессивное поведение – сложный феномен, вызываемый и регулируемый многочисленными детерминантами. Хотя теленасилие идентифицировано как один из значимых факторов, провоцирующих агрессивное поведение в реальной жизни, такое поведение не вызывается только этим фактором.

Расхождение наших результатов с данными большинства исследований могут быть обусловлены следующим. Во-первых, использовались различные интервалы тестирования. Наше исследование охватывало 2-годовалый интервал в отличие от 10-летнего интервала у Левковица с соавт. [39], 5-летнего – у Сингера с соавт. [52] и 3-летнего – у Хьюсмана [34]. Кроме того, возможно, свою роль сыграли межкультурные различия. Основная масса исследований по данной тематике проводилась в развитых странах Запада (прежде всего в США). Однако американская и российская культура имеют много существенных различий, связанных как с особенностями детской социализации, так и с ролью и содержанием массовой коммуникации. В поддержку этого объяснения говорят данные исследований, проведенные в Австралии и Израиле. По-видимому, именно социокультурные особенности этих стран послужили причиной тому, что просмотр телевизионной агрессии слабо влиял на агрессивное поведение в реальных ситуациях [12].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Потенциал воздействия коммуникации велик. Во многих случаях коммуникация оказывает ощутимое влияние на психику людей. Вместе с тем эффективность ее воздействия опосредуется многочисленными промежуточными переменными, в числе которых пол, характер психологической ситуации, в которой находится объект воздействия, культурные особенности и др. Таким образом, имеет место высокая специфичность воздействия коммуникации на личность, поскольку в зависимости от контекста воздействия, особенностей его субъекта и объекта эффект воздействия меняется весьма существенно.

Понимание сложной организации коммуникативного воздействия позволяет более эффективно решать вопросы, связанные с планированием и проведением кампаний по профилактике здорового образа жизни и др. Реализованный нами подход к анализу воздействия дает возможность

повысить качественный уровень таких кампаний, прогнозируя последствия влияния различных факторов на их эффективность.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Вассерман Л.И., Горькавая И.А., Ромицына Е.Е.* Тест “Подростки о родителях”. М.: Фолиум, 1995.
2. *Доценко Е.Л.* Психология манипуляции. М.: ЧеРо, 1996.
3. *Зимбардо Ф., Ляйпне М.* Социальное влияние. СПб.: Питер, 2000.
4. *Коростелина К.В.* Особенности взаимодействия этнических групп (модели ситуаций) // Ученые записки СГУ. 1997. Вып. 11. С. 73–83.
5. *Латынов В.В.* Дискурс и психологическое самочувствие личности // Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н.Д. Павловой и И.А. Зачесовой. М.: Институт психологии РАН, 2011. С. 194–204.
6. *Латынов В.В.* Интегральные эффекты психологического воздействия дискурса // Познание в деятельности и общении / Под ред. В.А. Барабанщикова, В.Н. Носуленко, Е.С. Самойленко. М.: Институт психологии РАН, 2011. С. 425–430.
7. *Латынов В.В.* Интент-анализ речи в социальном контексте // Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. СПб.: Алетей, 2000. С. 263–294.
8. *Латынов В.В.* Речевое воздействие в условиях публичной дискуссии // Психол. журн. 1994. Т. 15. № 1. С. 73–82.
9. *Латынов В.В.* Роль дискурса в интерпретации неэтичного поведения // Проблемы психологии дискурса / Отв. ред. Н.Д. Павлова, И.А. Зачесова. М.: Институт психологии РАН, 2005. С. 110–112.
10. *Латынов В.В.* Стили речевого коммуникативного поведения: структура и детерминанты // Психол. журн. 1995. Т. 16. С. 90–100.
11. *Латынов В.В.* Типология и личностные корреляты дискурсивных стратегий межкультурного взаимодействия // Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н.Д. Павловой и И.А. Зачесовой. М.: Институт психологии РАН, 2011. С. 205–218.
12. *Латынов В.В., Латынова Т.Ю.* Показ насилия в средствах массовой информации и агрессивное поведение детей // Психологические исследования дискурса / Под ред. Н.Д. Павловой и И.А. Зачесовой. М.: Институт психологии РАН, 2002. С. 113–127.

13. Латынов В.В., Павлова Н.Д. Тактики социального влияния российских менеджеров // Прикладная психология. 1999. № 6. С. 1–8.
14. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.
15. Павлова Н.Д. Механизмы и средства оказания субъектом дискурсивного воздействия // Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А.Л. Журавлева, Н.Д. Павловой. М.: Институт психологии РАН, 2011. С. 52–72.
16. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М.: Аспект-Пресс, 2006.
17. Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер, 2010.
18. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса. М.: Флинта, 2006.
19. Asch S.E. Opinions and social pressure // Scientific American. 1955. V. 193. P. 31–35.
20. Bentley C.G., Renee M.S., Galliher V. Ferguson T.J. Associations among Aspects of Interpersonal Power and Relationship Functioning in Adolescent Romantic Couples // Sex Roles. 2007. V. 57 № 7–8. P. 483–495.
21. Bohner G., Dykema-Engblade A., Tindale R.S., Meisenhelder H. Framing of majority and minority source information in persuasion: When and how consensus implies correctness // Social Psychology. 2008. V. 39. P. 108–116.
22. Bohner G., Weinerth T. Negative affect can increase or decrease message scrutiny: The affect interpretation hypothesis // Personality and Social Psychology Bulletin. 2001. V. 27. P. 1417–1428.
23. Bond C.F.Jr., DePaulo B.M. Individual differences in detecting deception: Accuracy and bias // Psychological Bulletin. 2008. V. 134. P. 477–492.
24. Boster F.J. Commentary on compliance-gaining message behavior research // Communication and social influence processes / Eds. C.R. Berger, M. Burgoon. Michigan: Michigan State University Press, 1995. P. 91–114.
25. Boster F.J., Mongeau P. Fear-arousing persuasive messages // Communication Yearbook / Ed. R.N. Bostrom. Beverly Hills, CA: Sage, 1984. V. 8. P. 330–375.
26. Burger J.M. The foot-in-the-door compliance procedure: A multiple-process analysis and review // Personality and Social Psychology Review. 1999. V. 3. P. 303–325.
27. Cialdini R., Wosinska W., Barrett D. et al. Compliance with a request in two cultures // Personality and Social Psychology Bulletin. 1999. V. 25. P. 1242–1253.
28. Conner M., Sparks P. Ambivalence and attitudes // European Review of Social Psychology. 2002. V. 12. P. 37–70.
29. Crano W.D., Prislin R. Attitudes and persuasion // Annual Review of Psychology. 2006. V. 57. P. 345–374.
30. Crano W.D., Seyranian V. Majority and minority influence // Social and Personality Psychology Compass. 2007. V. 1. P. 572–589.
31. DeSteno D., Petty R.E., Rucker D.D. et al. Discrete emotions and persuasion: The role of emotion induced expectancies // Journ. of Personality and Social Psychology. 2004. V. 86. P. 43–56.
32. Edwards K. The interplay of affect and cognition in attitude formation and change // Journ. of Personality and Social Psychology. 1990. V. 59. P. 202–216.
33. Forgas J.P. On feeling good and getting your way: Mood effects on negotiator cognition and bargaining strategies // Journ. of Personality and Social Psychology. 1998. V. 74 (3). P. 565–577.
34. Huesmann L.R. Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer // Journ. of Social Issues. 1986. V. 42. P. 125–139.
35. Hullett C.R. The Impact of mood on persuasion // Communication Research. 2005. V. 32. V. 4. P. 423–442.
36. Janis I.L., Feshbach S. Effects of fear arousing communications // Journ. of Abnormal and Social Psychology. 1953. V. 48. P. 78–92.
37. Kobayashi E., Grasmick H. A Comparison of the Perceived Threats of Managerial Sanctions, Embarrassment and Shame in Japan and the United States // Journ. of Language, Culture and Communication. 2002. V. 4 (1). P. 1–12.
38. LaTour M.S., Rotfeld H.J. There are threats and (maybe) fear-caused arousal: theory and confusions of appeals to fear and fear arousal itself // Journ. of Advertising. 1997. V. 26. P. 45–59.
39. Lefkowitz M.L., Eron L.D., Walder L.O., Huesmann L.R. Growing up to be violent. N.Y.: Pergamon, 1977.
40. Leslie L.A. Stress in the dual-income couple: Do social relationships help or hinder? // Journ. of Social and Personal Relationships. 1989. V. 6. P. 451–461.
41. Levine L.J., Burges S.L. Beyond general arousal: Effects of specific emotions on memory // Social Cognition. 1997. V. 15. P. 157–181.
42. Media, children, and the family // Eds. D. Zillmann, J. Bryant, A.C. Huston. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1994.
43. Mucchi-Faina A., Pagliaro S. Minority influence: The role of ambivalence toward the source // European Journ. of Social Psychology. 2008. V. 38. P. 612–623.
44. O'Sullivan M. The Fundamental Attribution Error in Detecting Deception: The Boy-Who-Cried-Wolf Effect // Personality and Social Psychology Bulletin. 2003. V. 29 (10). P. 1316–1327.

45. *Petrova P.K., Cialdini R.B., Sills S.J.* Consistency-based compliance across cultures // *Journ. of Experimental Social Psychology*. 2007. V. 43. P. 104–111.
46. *Petty R.E., Briñol P.* Psychological processes underlying persuasion // *Diogenes*. 2008. V. 217. P. 52–67.
47. *Petty R.E., Wegener D.T.* Attitude change: Multiple roles for persuasion variables // *The handbook of social psychology* / Eds. D. Gilbert, S. Fiske, G. Lindzey. N.Y.: McGraw-Hill, 1998. 4<sup>th</sup>-ed. V. 1. P. 323–390.
48. *Raven B.H.* The Bases of Power and the Power/Interaction Model of Interpersonal Influence // *Analyses of Social Issues and Public Policy*. 2008. V. 8 (1). P. 1–22.
49. *Riley D., Eckenrode J.* Social Ties: Subgroup differences in costs and benefits // *Journ. of Personality and Social Psychology*. 1986. V. 51. P. 770–778.
50. *Schwarzer R., Knoll N.* Functional roles of social support within the stress and coping process: A theoretical and empirical overview // *International Journ. of Psychology*. 2007. V. 42 (4). P. 243–252.
51. *Seeman T.E.* Social ties and health: The Benefits of social integration // *Annals of epidemiology*. 1996. V. 6. P. 420–451.
52. *Singer J.L., Singer D.G., Rapaczynski W.S.* Family patterns and television viewing as predictors of children's beliefs and aggression // *Journ. of Communication*. 1984. V. 34. P. 73–89.
53. *Tiedens L.Z., Linton S.* Judgment under emotional certainty and uncertainty: the effects of specific emotions on information processing // *Journ. of Personality and Social Psychology*. 2001. V. 81. P. 973–988.
54. *Wood W.* Attitude change: persuasion and social influence // *Annual Review of Psychology*. 2000. V. 51. P. 539–570.

## COMMUNICATIVE INFLUENCE: PRINCIPLES, LAWS, EFFECTS

V. V. LATYNOV

*PhD, senior research officer, Federal State-Financed Institution,  
Institute of Psychology RAS, Moscow*

Modern tendencies in the sphere of psychology of influence studies are discussed. Main principles of communicative influence studies – its hierarchic character, activity, poly-motivation and emotionality are shown. Based on B.F. Lomov's ideas about three levels of communicative process's analysis, three levels of communicative influence analysis are described. The results of empirical research of communicative influence by the example of strategies of cross-cultural response study, influence of family and non-family, off-family communication on psychological person's well-being as well as mass media influence are presented.

*Key words:* communicative influence, interpersonal communication, mass communication, integrated effects of communicative influence, psychological well-being.