

DOI: 10.17689/psy-2013.1.7

УДК 159.9:324

Психологические аспекты подверженности избирателей вербальному влиянию

© 2013 Богатова Елена Борисовна

аспирант кафедры практической психологии Балашовского института Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского, г. Балашов, exoxlova83@gmail.com

Аннотация. В данной статье приведен теоретический анализ проблемы изучения социально-психологических предпосылок подверженности личности вербальному влиянию. Сегодня, когда личность все чаще сталкивается с натиском беспорядочной информационной лавины, возникает актуальная необходимость эмпирического изучения социально-психологических факторов и механизмов формирования устойчивости к различным видам вербального влияния.

Ключевые слова: вербальное влияние, социально-психологические предпосылки подверженности психологическому влиянию, фрустрация, потребности.

Psychological aspects of voters being subject to verbal influence.

© 2013 Bogatova Elena Borisovna,

post-graduate student at the experimental psychology department of Saratov State University named after N.G.Chernyshevskij (Balashov), exoxlova83@gmail.com

Annotation: This article provides theoretical analysis of a problem of studying of social-psychological prerequisites of a person being subject to a verbal influence. Today when an individual faces a press of incoherent information torrent more often, here is an actual need of empirical study of social-psychological factors and mechanisms, which form steadiness to different kinds of verbal influence.

Keywords: verbal influence, social-psychological prerequisites of a person being subject to a psychological influence, frustration, needs.

Результаты социологических, психологических, политологических исследований указывают на неудовлетворенную потребность россиян в

надежной и достоверной информации по важным аспектам их жизнедеятельности. Возникающий в индивидуальном и общественном сознании вакуум заполняется недостоверными сообщениями, как спонтанно возникшими на уровне межличностного общения, так и сознательно внушенными через СМИ политическими, финансовыми, экономическими и другими кругами. В связи с этим особую актуальность приобретает проблема изучения социально-психологических предпосылок подверженности личности вербальному влиянию. Среди них следует отметить 2 основных условия высокой восприимчивости информации:

1. Интерес к теме, особая актуальность информации, ее тесная связь с жизненными потребностями людей.

2. Дефицит надежной информации.

Многие исследователи отмечают ряд основных потребностей, удовлетворяемых посредством принятия и распространения недостоверных сообщений: утилитарные потребности, потребности в престиже, в познании, эмотивные потребности. Утилитарные потребности связаны с достижением людьми (социальными группами) определенных целей (овладение объектом информации, укрепление позиций в группе, ослабление или вывод из борьбы конкурента, формирование у людей определенных мнений, настроений, побуждение их к конкретному выбору, поведению и т. д.).

Потребность в престиже удовлетворяется в том случае, когда владение информацией (раньше других либо информацией эксклюзивного характера) повышает престиж человека. В основе стремления к престижу, как считается Э. Боринг, лежит эксгибиционизм, т. е. потребность обратить на себя внимание. Эмотивные потребности удовлетворяются за счет того, что передача актуальной, но мало проверенной информации, как правило,

порождает сильные эмоции позитивной или негативной модальности, может способствовать разрядке сильных негативных переживаний людей. Познавательные потребности и интересы удовлетворяются, когда информация об интересующих человека событиях отсутствует или некачественна.

Грачев В.Г. в поисках психологических предпосылок усиления подверженности личности манипулятивному воздействию анализирует классификацию потребностей А. Маслоу и, в частности, потребность в безопасности как базовую. Грачев отмечает, что как правило, в относительно стабильных социальных условиях, потребность в безопасности достаточно благополучно устроенного человека, по крайней мере, в минимальной степени удовлетворена или субъективно воспринимается как удовлетворенная. В таких ситуациях в качестве активного фактора детерминации мотивационной сферы человека, она практически не фиксируется. Но есть периоды и ситуации, в которых именно потребность в безопасности выходит на первое место и становится ведущей, начинает определять мотивацию социального поведения человека, трансформируя психические особенности и характеристики личности [Грачев, 2003].

Таким образом, отсутствие достаточных возможностей для социальной ориентировки человека в окружающей ситуации и направлениях ее развития, невозможность получения социально значимых данных в обрушившемся информационном потоке в значительной мере определяется использованием информации для манипулирования людьми, их поведением. Получение в достаточном объеме данных для ориентации в

жизненных ситуациях является одним из необходимых условий для социально-психологической адаптации личности, приспособления к происходящим общественным изменениям. Приспособления к современным

условиям, появление чувства уверенности в жизненных перспективах в свою очередь может способствовать снижению степени психического напряжения у человека, социальной напряженности в обществе и уменьшению подверженности личности информационно–психологическому воздействию манипулятивного характера.

Взаимосвязь между потребностями человека, владением необходимой информацией и переживаемыми эмоциями хорошо просматривается с помощью информационной теории эмоций Симонова П. В., он доказывает, что для удовлетворения актуальной в каждый момент времени потребности человек должен совершать вполне определенные действия, поэтому ему важна информация о предметах и условиях, удовлетворяющих эту потребность. Чем острее проявляется потребность, тем больше нуждается человек в соответствующей информации.

В зависимости от наличия и качества информации, необходимой для организации действия по удовлетворению потребности, у человека возникают те или иные эмоции.

Для отражения характера этой зависимости автор предлагает своеобразную формулу: $\text{Э} = \text{П} (\text{Н} - \text{С})$, где Э – эмоции, П – потребности, н – необходимая для деятельности информация, С – сообщенная (полученная) информация.

Эмоции слабо выражены, если информация, необходимая для организации действий по удовлетворению потребности, равна той, которая имеется в распоряжении специалистов. когда же информация, прогностически необходимая для осуществления деятельности и удовлетворения потребности, отсутствует, отрицательные эмоции проявляются максимально.

Эта ситуация особенно благоприятна для возникновения и распространения недостоверной информации тревожного содержания. Острая необходимость действовать для удовлетворения потребности, с одной стороны, и отсутствие информации – с другой, делают человека неразборчивым в оценке ее источников.

Хараш А. У. отмечает, что устойчивость личности к вербальному влиянию оказывается прерогативой принципиально дискутабельных содержаний, тогда как принципиально недискутабельные мнения и убеждения, за которыми стоит безапелляционный авторитет культурной традиции или непогрешимость эксперта обнаруживает шаткость, неустойчивость [Грачев, Мельник, 2003].

Среди психологических предпосылок той или иной поведенческой реакции человека на внешнее воздействие Айзенк, Орпен, Хейвен, Римани и др. выделяют установки. их экспериментальные исследования показали, что социальные установки и социальное поведение связаны с личностными характеристиками.

Таким образом, последние через определенные социальные установки влияют на процесс восприятия информации.

Д. Майерс, в свою очередь, отмечает, что связь между выраженными установками и поведением зависит от обстоятельств и может варьироваться в широких пределах – от полного ее отсутствия до очень сильной выраженности. наши установки прогнозируют наше поведение, если:

- другие влияния минимальны;
- установка специфична для данного поведения;

- установка усилена, т. е. если что-то напомнило нам о ней или если она была приобретена таким образом, который гарантирует ее силу.

Вывод: наиболее значимыми социально-психологическими условиями подверженности личности психологическому влиянию являются: тревожная обстановка в обществе; уверенность в достоверности информации; высокая внушаемость. Кроме того, большое влияние на восприимчивость к информационному воздействию оказывает состояние фрустрации ряда потребностей (в безопасности, престиже, признании и т. д.), а также определенные социальные установки личности.

Литература:

1. *Богатова Е.Б., Константинов В.В.* Информационно-психологическое воздействие как стратегия современной предвыборной компании // Современные исследования социальных проблем. 2013. № 2 (14). С. 197-209.
2. *Грачев Г., Мельник И.* Манипулирование личностью. М., 2003. 223 с.
3. *Майерс Д.* Социальная психология. 2002.
4. *Хараш А. У.* Межличностный контакт как исходное понятие психологии // Вопросы психологии. 1977, № 4. С. 22

Reference:

1. *Bogatova E.B., Konstantinov V.V.* Informationsionno-psihologicheskoe vozdejstvie kak strategiya sovremennoj predvybornoj kompanii // Sovremennye issledovaniya sotsialnyh problem. 2013. № 2 (14). S. 197-209.
2. *Grachev G., Melnik I.* Manipulirovanie lichnostju. M., 2003. 223 s.

3. *Majers D.* Sotsialnaya psihologiya. 2002.

4. *Harash A. U.* Mezhlichnostnyj kontakt kak ishodnoe ponyatie psihologii // Voprosy psihologii. 1977, № 4. S. 22