

Інститут психології імені Г.С.Костюка АПН України

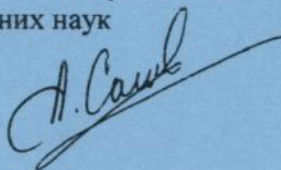
САМБОРСЬКА ОЛЕНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 159.9:316.37

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ
ПЕРЕКОНУЮЧОГО ВПЛИВУ**

19.00.05 — соціальна психологія

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата психологічних наук



Київ - 1997



00751343 (N)

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Національному У

Науковий керівник: доктор психологічних наук, професор КАЗМІРЕНКО В.П.,
Національний Університет ім.Тараса Шевченка, кафедра
соціальної психології.

Офіційні опоненти: доктор психологічних наук ТИТАРЕНКО Т.М., старший
науковий співробітник Інституту соціальної та політичної
психології, завідувача лабораторією соціальної психології
особистості, м.Київ;

кандидат психологічних наук ПАНОК В.Г., старший
науковий співробітник, заступник директора Інституту
психології ім.Г.С.Костюка АПН України, м.Київ.

Провідна установа: Академія міністерства внутрішніх справ України, кафедра
юридичної психології, м.Київ

Захист дисертації відбудеться "10" грудня 1997 року о _____ годині
на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 01.48.01 в Інституті психології
ім.Г.С.Костюка АПН України за адресою: 252033, м.Київ-33, вул.Паньківська, 2.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Інституту психології
ім.Г.С.Костюка АПН України.

Автореферат розісланий " ____ " _____ 1997 року.

Вчений секретар спеціалізованої вченої ради,
кандидат психологічних наук

Алексеева М.І.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. На сучасному етапі розвитку української державності переформування всіх сфер суспільного життя має своїм наслідком підвищення значимості досліджень з соціальної психології. Науково обґрунтовані рекомендації потрібні для оптимізації методів та процесів соціально-психологічного регулювання як засобів соціальної гармонізації відносин на рівні суспільства, особистості як суб'єкта цих відносин.

Соціальні відносини в суспільстві проявляються в різноманітних формах взаємодії, взаємовпливу людей в процесі їх спільної діяльності. Будь-який вплив (як і самовплив) передбачає своїм наслідком регуляцію діяльності, поведінки чи окремих дій. В соціальному плані однією з форм прояву такого впливу є управління чи керівництво людьми у спеціально організованій спільній діяльності при досягненні будь-якої мети. Мається на увазі вплив спеціалістів, об'єднаних в персоніфіковану систему "людина - людина".

Вдосконалення професійного спілкування спеціалістів системи "людина - людина" - насамперед, формування вміння спонукати партнера до певних конкретних дій чи змінити його будь-які попередні погляди чи позиції. На практиці для цього застосовуються різні види психологічного впливу: маніпулятивний, навіювальний, переконуючий і т.д. Разом з іншими способами психологічного впливу, переконання включається в процеси виховання, управління, реклами, мистецтва та інші сфери життєдіяльності людей. Залежно від переслідуваних цілей та кінцевих результатів переконання набуває різних функціональних форм: педагогічного переконання, управлінського переконання, психотерапевтичного переконання, правового переконання і т.н.

Психологічний аналіз керованих впливів створює передумови для підвищення ефективності управління, навчання і виховання, тим самим сприяючи вирішенню завдань переформування різних сфер життєдіяльності людей. Разом з тим, процес

переконуючого впливу завжди вимагає постійної наукової уваги, особливо з боку вивчення психологічних аспектів цього явища.

Потрібно зазначити, що різні аспекти проблематики переконуючого впливу давно досліджуються в рамках психології спілкування (О.О.Леонт'єв, Б.Ф.Ломов, Т.М.Дрідзе), навчання мовної діяльності (І.А.Зимня), психолінгвістики (А.А.Брудний, О.О.Леонт'єв, Т.М.Дрідзе), соціальної психології (Ю.А.Шерковін, А.І.Хараш, А.П.Назаретян та ін.), педагогічній психології (М.А.Менчинська, Г.С.Залеський та ін.). В деякій мірі близько до цієї проблематики підходять дослідження з проблеми конформізму (А.В.Петровський, В.С.Чудновський, А.П.Сопіков, В.Ф.Савін, Б.А.Шульгіна та ін.), роботи з вивчення смислового бар'єру у вихованні (Л.С.Славіна, Л.І.Божович), дослідження, присвячені проблемам внутрішніх бар'єрів формування самосвідомості (В.В.Столін, Ю.Г.Пеліпейченко та ін.). Значний вклад в обґрунтування та розвиток основних положень процесу психологічного впливу зроблений В.М.Куліковим, який розробив його теоретичні положення та деталізував основні напрямки стосовно конкретних характеристик спільної діяльності.

Об'єкт дослідження — переконуючий вплив як психологічний механізм регуляції соціальної поведінки особистості.

Предметом дослідження виступили феноменологічні якості переконуючого впливу як складного комунікативного процесу та особистісні механізми формування способів переконання.

Мета дослідження. Комплексне вивчення переконуючого впливу як психологічного феномену, його структури, функцій, динаміки, факторів, закономірностей, механізмів прояву. На цій основі була сформульована ще одна мета розробки

програми підготовки з формування умінь на навичок переконуючого впливу як засобу регуляції комунікативної діяльності.

Основна гіпотеза. Найбільш загальними механізмами переконуючого впливу є психологічна взаємодія та психологічний взаємовплив. Перетворення цінностей особистості значною мірою відбувається в процесі переконуючої взаємодії. Ефективність процесу перетворення цінностей особистості залежить від сукупності умов та факторів, які зумовлюють досягнення мети переконання.

Завдання дослідження. Виходячи з цілей, об'єкта, предмета та основної гіпотези дослідження були поставлені наступні завдання:

1. Провести теоретичний аналіз стану розробленості проблеми переконуючого впливу, що представлена в соціально-психологічній літературі.
2. Розробити структурно-динамічну модель переконуючого впливу, яка включає систему ієрархічно пов'язаних елементів, розкрити роль та специфіку кожного, відповідно до виконуваних функцій.
3. Систематизувати макро- та мікрорівні навичок та умінь, спрямованих на формування компетентності в переконуючому впливі.
4. Розробити програму цільового формування навичок соціально-психологічної регуляції поведінки особистості в переговорному процесі.

Теоретико-методологічна основа дослідження. Аналіз феномену “переконуючий вплив”, його структури, динаміки, механізмів і т.п. будувався на основі використання положень теорії мовної комунікації (Є.А.Тарасов, О.О.Леонтьєв), теорії мовного впливу у навчанні (І.А.Зимня), теорії психології впливу (Г.А.Ковальов, В.Н.Куліков), теорії комунікативного впливу (А.А.Брудний), теорії масових інформаційних процесів (Ю.А.Шерковін), а також теоретичних побудов типу балансної теорії свідомості (F.Heider, T.Newcomb), асиміляційно-контрастної теорії (M.Sherif, C.Hovland, Д.А.Чарквіані), біхевіористичної екстраполяційної моделі (Vaiss P.), моделі “ідентифікації” (Bark K.), моделі античної риторики (Bekker A., Yng R., Paik K.) та ін. теорій та концепцій переконуючого мовлення.

Методи дослідження:

Дослідницькі психодіагностичні процедури, що мали комплексну спрямованість у відповідності з виділеними особистісними особливостями, навичками та вміннями компетентності у переконуючому впливі (Р.Кеттел, Т.Лірі, С.Спілбергер, Ч.Осгуд та ін.).

Психокорекційні та психотренінгові процедури та вправи, спрямовані на формування якостей переконуючої компетентності, відповідно до індивідуально-психологічних особливостей особистості (Т.С.Яценко, Л.А.Петровська, Ю.М.Смельянов, Г.А.Ковальов та ін.).

Наукова новизна полягає у реалізації системно орієнтованого дослідження, що відображає природу переконуючого впливу, як складного соціально-психологічного механізму регуляції соціальної поведінки особистості в рамках суб'єкт-суб'єктної парадигми. Виявлено та систематизовано теоретичні та прикладні знання, моделі, процеси та явища, що сприяють спрямуванню та удосконаленню різних видів соціальної діяльності (навчання, управління, переговорний процес і т.д.).

Розроблене концептуальне визначення поняття “переконуючого впливу” як специфічного виду психологічної дії, що:

а) характеризується ситуацією початкового протиріччя між комунікантами, похідні інтереси зумовлюють необхідність зміни позиції партнера по спілкуванню, зміни його дій, тобто регуляцію його поведінки при обов'язковому досягненню консенсуса з обговорюваного питання;

б) відрізняється від інших видів впливу за параметрами усвідомленості засобів, критичності у сприйнятті спрямованої інформації, моральності відносно партнерів по взаємодії та соціальної незалежності суб'єктивних результатів у прийнятті кінцевого рішення. Подібне розуміння даного феномену визначає стратегію його аналізу в контексті можливого удосконалення механізмів регуляції соціальної поведінки.

Теоретичне значення дисертаційного дослідження полягає:

а) у виявленні складної багаторівневої природи переконуючого впливу як психологічного феномену, що має структурну організацію, функції елементів якої визначаються їх місцем та спеціалізацією;

б) в розробці структурно-динамічної моделі переконуючого впливу, що являє собою реалізацію методологічного принципу активного та рівноправного партнерства комунікаторів, спрямування взаємного впливу партнерів один на одного, і відображає діалоговий характер даного виду соціальної комунікативної дії;

в) в обґрунтуванні потреби цілеспрямованого управління засобами процесу переконуючого впливу в професійній діяльності спеціалістів системи “людина - людина”;

г) в систематизації макро- та мікрорівней навичок та умінь, спрямованих на формування компетентності в переконуючому впливі;

д) в розробці програми цільового формування навичок соціально-психологічної регуляції поведінки особистості в переговорному процесі. Метою (кінцевим результатом) програми є досягнення розвитку компетентності в переконуючому впливі. Компетентність в переконуючому впливі розглядається нами як такий рівень навченості взаємодії з соціальними партнерами, що потрібен індивіду, щоб в рамках свого соціального статусу та максимального використання здібностей успішно функціонувати в даній соціальній спільноті.

Практична цінність дослідження полягає у тому, що рекомендації та результати можуть безпосередньо використовуватись спеціалістами системи “людина-людина” для організації процесу переконуючого впливу.

Надійність та вірогідність отриманих результатів забезпечувалась послідовною діяльністю з реалізації теоретичних положень при вирішенні завдань дослідження, кількісним та якісним аналізом отриманих матеріалів, а також науково-практичним обґрунтуванням використаних діагностичних методик та інших методичних засобів (тренінги, ігри та ін.). Крім того, матеріали оброблені за допомогою засобів багатовимірної статистики, з використанням кореляційного та

факторного аналізу, що дало можливість представити результати в комплексній структурній формі.

На захист вносяться такі положення:

1. В контексті психологічних понять “переконуючий вплив” визначається як специфічний вид психологічного впливу, що відрізняється від інших видів за параметрами усвідомованості, критичності, моральності, комунікативної незалежності реципієнта в прийнятті рішення.

2. Переконуючий вплив як психологічний феномен, має структуру ієрархічно пов'язаних елементів, роль кожного з яких визначається їх місцем та спеціалізованою функцією.

3. Переконуючий вплив як комунікативний процес, передбачає собою активну взаємодію комунікаторів, асиметричних в плані мети та соціального статусу, та рівних відносно комунікативної незалежності.

4. Функціонування системи переконуючого впливу забезпечується рядом психологічних механізмів: основним - механізмом прийняття; механізмом аттракції, який забезпечує прийняття ідеї повідомлення через прийняття інформації повідомлення; механізмом апріорного прийняття.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження доповідались та обговорювались на Міжнародній науково-практичній конференції “Вища освіта в Україні: реалії, тенденції, перспективи розвитку” (м.Київ, 1996р.), Всеукраїнській науково-методичній конференції “Виховання студентів у технічному вузі: методологічні засади, практика, перспективи” (м.Київ, 1996р.), Науково-практичній конференції “Національна школа України: закономірності становлення та розвитку” (м.Тернопіль, 1996р.), засіданнях кафедри соціальної психології Національного Університету ім.Тараса Шевченка та кафедри соціальної та прикладної педагогіки Тернопільської академії народного господарства, в наукових статтях у журналі “Персонал” (м.Київ, 1996-1997р.р.) та у Віснику Київського університету (1997р.).

Впровадження результатів дослідження в практику. Матеріали дослідження використовувались в ході формуючого експерименту, при запровадженні рекомендацій при створенні навчального курсу “Соціальна психологія управління” в Тернопільській академії народного господарства, при викладанні лекцій курсу “Психологія” в Комендатурі військових сполучень залізничної ділянки і ст.Тернопіль. Результати дослідження впроваджувались при підготовці словника-довідника “Соціальна психологія управління” (м.Тернопіль, 1996р.).

Зміст та результати роботи відображено в восьми публікаціях.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, шести додатків. Дисертація містить 14 таблиць, 24 рисунки. Список літератури нараховує 209 найменувань. Загальний обсяг дисертації 243 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність проблеми, виділено об’єкт і предмет дослідження, визначено його мету, сформульовано гіпотезу та завдання, розкрито методологічну основу і методи дослідження, висвітлено наукову новизну, теоретичне і практичне значення, подані положення, що виносяться на захист, наведені дані про апробацію роботи, впровадження її результатів у практику.

У першому розділі “Проблема психологічного впливу та напрямки її дослідження в психології” розкриваються основні теоретичні підходи в дослідженні психологічного впливу.

Аналіз соціально-психологічної літератури показав, що термін “психологічний вплив” в психологічній теорії та практиці набув необґрунтовано універсального значення і застосовується в різних аспектах. Очевидно, це відбулось в результаті відсутності достатньої кількості відповідних досліджень, що стосуються теорії психологічного впливу та некритичного застосування даного терміну в оцінці психологічних явищ. В психологічній науці проводяться дослідження деяких способів психологічного впливу та психологічної взаємодії: пояснення,

переконання, навіяння, конформізму та ін. З'ясовані їхні механізми, описані різновиди, вивчені деякі умови ефективного використання в різних видах діяльності (А.А.Брудний, Т.М.Дрідзе, Г.Е.Залеський, В.П.Казміренко, А.Г.Ковальов, В.М.Куліков, О.О.Леонтєв, Б.Ф.Ломов, М.О.Менчинська, А.П.Назаретян, В.Г.Панок, А.В.Петровський, В.А.Просецький, В.Ф.Савін, А.П.Сопіков, Т.М.Титаренко, А.І.Хараш, В.Е.Чудновський, Ю.А.Шерковін, Б.А.Шульгіна та ін.).

Однією з причин, що стримують дослідницькі роботи в даному напрямку, є недостатньо чітке розрізнення понять “психологічний вплив” та “психологічна взаємодія”. Але розділяючи дані категорії, неможна їх протиставляти. Навпаки, між ними існують взаємовпливи та зв'язки. Психологічний вплив, та взаємодія функціонують в усіх сферах суспільної практики людей, в тому числі і в їхній діяльності, та зумовлюють використання суб'єктами діяльності своїх потенційних сил та можливостей. В свою чергу, діяльність, її мета і зміст опосередковують цілі і зміст психологічного впливу та взаємодії учасників цієї діяльності. Таким чином, психологічний вплив та взаємодія розглядається не тільки з точки зору їх цілей, змісту, завдань, але й умов існування.

У зв'язку з цим, під психологічним впливом потрібно розуміти вплив одного індивіда (чи групи), що має певний мотив, який полягає у закріпленні поглядів, ставлень, установок та інших психологічних явищ, а психологічна взаємодія розглядається як об'єднання двох споріднених дій впливу.

В даному розділі розкриваються тенденції створення теорій психологічного впливу, переконання, зокрема. Відображаючи світоглядні орієнтації дослідників, їхні наукові інтереси, теорії переконуючого впливу формуються на основі розуміння переконання як комунікативного процесу, результат якого - досягнення консенсуса: модель “ідентифікації” К.Берка; теорії традиційної античної риторики А.Берка, К.Пайка, Р.Янга; біхевіористична екстраполяційна модель Р.Вейсса; балансна теорія свідомості Ф.Хайдера; асиміляційно-контрастна теорія комунікації К.Ховланда, М.Шерифа; теорія комунікативних актів Т.Н'юкомба; балансна теорія переконуючого мовлення Ч.Осгуда. Однак, як показав аналіз, у сформульованих зарубіжними вченими теоріях переконуючого мовлення не розкривається

внутрішній взаємозв'язок явищ, ставиться наголос то на одному, то на іншому аспекті переконання, виходячи із пріоритету наукових інтересів вченого.

Спроби вивчення переконання як комунікативного процесу, хоч і мають досить велику історію, але все ж не призвели до єдиного погляду щодо обґрунтування критеріїв визначення, чи є переконуючий вплив видом психологічного впливу, комунікативним процесом чи складним соціально-психологічним механізмом регуляції соціальної поведінки особистості. Ні одне із досліджень не гарантує об'єктивної оцінки процесу переконання. Потрібно зазначити, що автори досліджень переконуючого впливу не враховують таких його аспектів, як суспільна значущість, соціальна спрямованість, усвідомлюваність засобів, критичність у сприйнятті спрямованої інформації, моральності та соціальної незалежності суб'єктивних результатів у прийнятті рішення. У соціально-психологічній літературі, присвяченій цим проблемам, надається значно більше уваги. В даному випадку ми розвиваємо ідеї, що відображені в працях А.А.Брудного, І.А.Зимньої, Г.Е.Залеського, В.П.Казміренка, Г.О.Ковальова, В.М.Кулікова, Ю.О.Шерковіна.

В другому розділі "Місце переконуючого впливу в структурі психологічного впливу" розглядаються та аналізуються організація процесу переконуючого впливу, соціально-психологічні механізми переконуючого впливу, засоби запуску механізмів переконуючого впливу, класифікація видів переконуючого впливу, структурно-динамічна модель переконуючого впливу.

Якщо розглядати місце переконуючого впливу в структурі психологічного впливу, то потрібно виходити з того, що переконання як специфічний вид психологічного впливу, відрізняється від інших видів за параметрами усвідомлюваності, критичності, моральності, комунікативної незалежності реципієнтів у прийнятті кінцевого рішення, крім того, є складним соціально-психологічним механізмом регуляції соціальної поведінки особистості.

Для організації процесу переконуючого впливу потрібно виділити засоби описання даного процесу. Перший потрібний засіб - виділення вектора впливу, який визначається характером підзадач, що вирішуються комунікатором переконуючого впливу. Підзадачі впливу різноманітні, однак 2 вектори переконання можуть бути виділені завжди: один виявляється релевантним меті впливу, інший - покликаний

забезпечити піддатливість реципієнта переконанню. Для переконання наявність другого вектора проявляється в організації двохрівневого впливу, однак не обмежується ним. Для описання даного аспекта використовуються поняття “сила” та “слабкість”. “Сила” визначається як перевага одного партнера над іншим за будь-яким параметром впливу (кваліфікація, посада, володіння інформацією і т. ін.), наявність тієї чи іншої переваги одного партнера над іншим часто розкривається лише в самому процесі впливу - вже як застосування сили, що не заперечує її присутності в потенційному вигляді (в екстремальних ситуаціях).

Зважаючи на загальну мотиваційну значущість відображуваних явищ, кінцеву мотивуючу спрямованість переконуючого впливу, нами представлені різноманітні засоби запуску механізмів психологічного впливу як різноманітні модифікації способів управління мотиваційними відносинами суб'єкта:

- пряма актуалізація мотиву шляхом введення релевантних подразників;
- зумовлення - перенесення спонукальної сили будь-якого мотиву на дію, до якої цей мотив не спонукає;
- мотиваційне опосередкування - аналогічне зумовленню емоційне переключення на основі уявних подій.

Виходячи з концептуального визначення феномену “переконуючий вплив”, кінцевим ефектом переконання повинна бути зміна поведінки реципієнта, яка зовні проявляється в ситуації професійного спілкування або зміні позицій, поглядів, точки зору. Відповідно, основною функцією переконуючого впливу є регуляція поведінки та побудована на ній саморегуляція, які - з точки зору відстроченої мети - можуть слугувати базою для наступного самовизначення особистості.

Структурно-динамічна модель переконуючого впливу.

В літературі відомо декілька моделей, що описують перетворення повідомлення в результат психологічного впливу (М.С.Афонін, Л.В.Маркін, М.Г.Марченко, В.П.Чихачов, Ю.О.Шерковін). Називаючи різну кількість етапів, вказуючи на різні психічні процеси в ролі елементів структури впливу, практично всі автори першою ланкою вважають “сприйняття”, вкладаючи при цьому різний зміст в це поняття.

Якщо місце та роль “сприйняття” в ролі первинного елементу структури переконуючого впливу не підпадають під сумнів, то інакше визначається оцінка ролі наступного елементу структури - “оцінення”.

Виявляючи зв'язки та відношення елементів повідомлення, реципієнт таким чином дійсно розуміє зміст та значення сказаного. Виявити значення вислову комунікатора - означає отримати певні відомості про об'єкт обговорення. Співставляючи знання, як результат оцінення, з кінцевим результатом переконання, автори вказують: саме знання є основою результату переконання (Г.М.Штракс, М.Г.Штракс); переконання людини не відрізняються від знань (В.І.Махонько).

Таким чином, із теоретичного аналізу другого елементу структури переконуючого впливу витікає практичний висновок: процес оцінення, його продукти (зовнішні цінності) - один із проміжних елементів структури переконуючого впливу. Отже, між зовнішніми цінностями та результатом переконання (установкою) повинен бути ще один елемент, що зв'язує їх між собою. Але оскільки процес оцінення потрібний елемент структури переконання, а його психологічний механізм розкритий в літературі з нашої точки зору недостатньо, ми зробили спробу проаналізувати його і дати наступне визначення: оцінення повідомлення є результатом функціонування механізму співставлення з інформаційним фондом реципієнта, де зберігається не тільки тезаурус, але й інформація про значення, зміст тих чи інших зв'язків: причинно-наслідкових, частини-цілого і т. ін.

Спроби пошуку ланки між “оціненням” та “установкою” можна знайти в зарубіжних дослідженнях, де стверджується, що такою ланкою є процес “акцепції”, який розглядається рядом авторів (F.Heider, C.Hovland, T.Newcomb, Ch.Osgood, M.Sherif) як головна проблема переконуючого мовлення.

Якщо розглядати акцепцію (прийняття) як процес включення цінностей повідомлення в структуру особистості реципієнта, то цей процес повинен привести до зміни системи цінностей особистості, оскільки переконуючий вплив характеризується початковим протиріччям між цінностями інформації та особистісними цінностями реципієнта. Конверсія системи цінностей веде до виникнення нових ціннісних орієнтацій, оскільки особистісні цінності виконують

саме цю функцію - орієнтувати суб'єкта залежно від знаку: "до" чи "від" об'єкта. Поява в структурі особистості нових ціннісних орієнтацій веде до зміни поведінки реципієнта відносно комунікатора, оскільки ціннісна орієнтація зовнішньо проявляється і реалізується в поведінці. Таким чином, процес акцепції через вищевказаний механізм призводить до зміни поведінки, що й відповідає кінцевій межі переконання.

В результаті структура феномену "переконуючий вплив" являє собою ланцюг ієрархічно пов'язаних елементів (рис.1): процес сприйняття, як співвіднесення модальних характеристик елементів повідомлення з тими, що зберігаються в уявленнях реципієнта, з утворенням первинного образу; процес оцінювання, як співвіднесення елементів та зв'язків інформації з власним інформаційним фондом, з утворенням нових знань, що виступають відносно реципієнта у формі зовнішніх для нього цінностей; процес прийняття, як співвіднесення цінностей інформації (зовнішніх цінностей) з власною системою цінностей, з утворенням суб'єктивних цінностей, що зумовлюють нову орієнтацію реципієнта, тобто нову установку.



Рисунок 1. Структурно-динамічна модель переконуючого впливу.

Оскільки сприйняття і оцінювання є обов'язковими елементами структури та інших видів психологічного впливу, а акцепція - тільки переконуючого впливу, то

можна зробити висновок: центральним, системоутворюючим фактором структури саме переконуючого впливу є феномен “акцепція”.

В третьому розділі “Технологія переговорів та її зв’язок з механізмами переконуючого впливу” розглянуті психологічна структура комунікативних сфер переговорів, соціально-психологічні механізми переконуючого впливу, їх місце і функції в структурі технології переговорів. Ведення та врегулювання конфлікту являються процесами навчання, де сторони навчаються новим моделям поведінки та здобувають нові переконання, що допомагають їм пристосуватись до динаміки переговорного процесу.

Перше враження про партнера, про його бачення проблеми мають велике значення і впливають на подальшу взаємодію. При сприйнятті партнерами один одного виникають певні установки, стереотипи, діють внутріособистісні захисні механізми.

Також має місце так звана захисна комунікація, тобто комунікація, спрямована не на розуміння точки зору партнера, а на захист власних позицій. Аналогічно внутрішнім захисним механізмам, що допомагають особистості долати внутрішні конфлікти, захисна комунікація часто неусвідомлено реалізується особистістю для того, щоб полегшити собі складну ситуацію ведення переговорів.

Базуючись на вивченні специфіки діяльності суб’єктів, що проводять переговори, можна визначити три групи психологічних механізмів, які впливають на ефективність переговорного процесу:

- 1) міжособистісне сприйняття (соціально-психологічна рефлексія, ідентифікація, емпатія);
- 2) прийняття рішень самостійно і в групі, використовуючи найбільш ефективні стратегії і тактики ведення переговорів (механізм інформаційного обміну);
- 3) механізм саморегуляції (зняття психоемоційної напруги в стресовій ситуації, зняття напруги в процесі спілкування на переговорах та ін.).

В четвертому розділі “Формування особистісних соціально-психологічних якостей переконуючого впливу в переговорному процесі” відповідно до критеріїв,

механізмів переконуючого впливу пропонується розроблена програма цільового формування навичок соціально-психологічної регуляції поведінки особистості в переговорному процесі.

Навчання за даною програмою дозволяє вийти за межі формально-логічного оперування та наблизитись до чуттєвого пізнання міжособистісних явищ, що стоять за цими поняттями. Навчання за програмою забезпечує досягнення компетентності в переконуючому впливі. Компетентність в переконуючому впливі розглядається нами як досягнення такого рівня навченості взаємодії з партнерами, що потрібен індивіду, щоб в межах свого соціального статусу успішно вести переговори, зберігаючи позиції соціального партнерства та досягнення взаємовигідної мети.

В основі програми лежить структура навичок та умінь, спрямованих на формування компетентності в переконуючому впливі. Дана структура ділиться на два рівня: мікро-та макрорівень (рисунок 2). Вони взаємозв'язані, але суттєво відрізняються: макрорівень - рівень внутрішній, глибинний, стосується особистісно-сміслових утворень: мікрорівень - зовнішній, поведінковий, операціонально-технічний.

Компетентність в переконуючому впливі включає в себе спілкування по суб'єкт-суб'єктній схемі і розповсюджується як на зовнішній поведінковий рівень, так і на глибинний особистісний рівень. Потрібно зазначити, що розвиток компетентності передбачає двосдиний процес: з одного боку, це засвоєння будь-яких нових знань та умінь, досвіду, з іншого боку, це - корекція, зміна вже існуючих форм.

В процесі дослідження вирішувались наступні завдання:

- 1) визначити ефективність дії програми цільового формування навичок соціально-психологічної регуляції поведінки особистості в переговорному процесі;
- 2) визначити зміну профіля окремих рис особистості під впливом фактора активного навчання;
- 3) розробити процедуру критеріальної оцінки ефективності компетентності в переконуючому впливі.

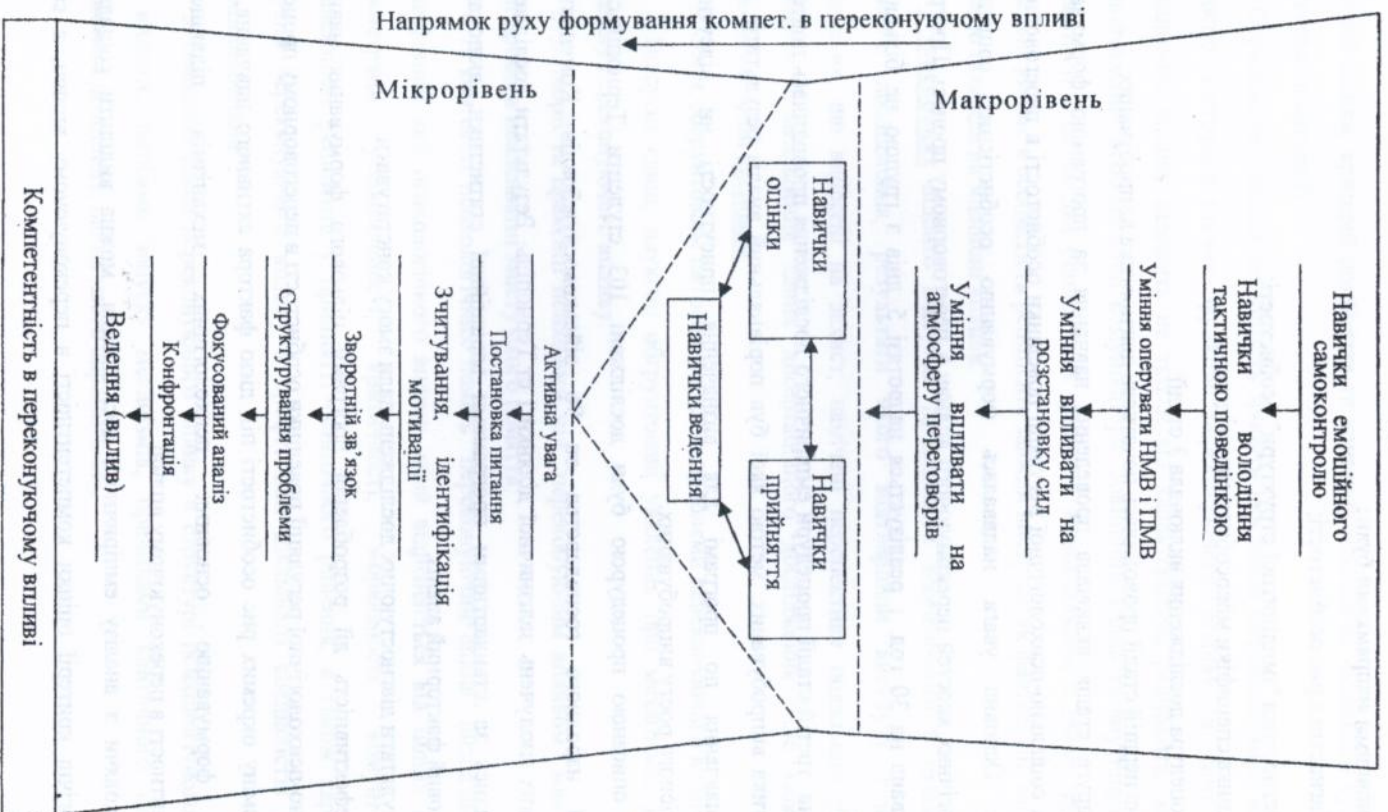


Рисунок 2. Структура макро- та мікрорівней навичок та умінь, спрямованих на формування компетентності в переконуючому впливі в процесі ведення переговорів.

Основними напрямками були:

- діагностика рис особистості;
- діагностика “імпліцитної структури” особистості;
- оцінка специфіки міжособистісних відносин.

Процедура дослідження включала 3 стадії:

- а) на першій стадії проводилась початкова діагностика випробуваних;
- б) друга стадія включала проведення навчання за програмою формування навичок соціально-психологічної регуляції поведінки особистості в переговорному процесі. Основна увага надавалась формуванню особистісних соціально-психологічних якостей переконуючого впливу в переговорному процесі. Програма розрахована на 30 год. і реалізується на протязі 5 днів з групою не більше 15 чоловік;

в) на третій стадії процедури емпіричного дослідження проводилась повторна діагностика випробуваних, метою якої був порівняльний аналіз результатів до і після навчання по програмі для визначення присутності чи відсутності особистісного росту випробуваних.

За описаною процедурою були досліджені 103 студенти Тернопільської академії народного господарства та 96 військовослужбовців Комендатури військових сполучень залізничної ділянки і ст.Тернопіль. Результати дослідження оброблялись за стандартними програмами варіаційної статистики, включаючи підсумковий факторний аналіз.

Результати діагностуючих досліджень дали змогу констатувати:

- 1) ефективність дії розробленої програми цільового формування навичок соціально-психологічної регуляції поведінки особистості в переговорному процесі;
- 2) зміну окремих рис особистості під дією фактора активного навчання, що сприяє формуванню основних психологічних механізмів підвищення компетентності в переконуючому впливі.

Виходячи з аналізу емпіричного дослідження, можна виділити соціально-психологічні критерії оцінки компетентності в переконуючому впливі, а саме:

критерій оцінки, критерій прийняття та критерій ведення як активного супроводу (партнера чи ситуації).

Отримані результати дозволяють зробити важливий методологічний висновок відносно інструментальних функцій переконуючого впливу, а саме: ефект зовнішнього впливу залежить не тільки від характеристик реципієнта, але і від індивідуальних особливостей комунікатора. Зовнішній вплив та внутрішні якості особистості - це не два рівноцінних фактори. Визначальним в цьому процесі є соціальні умови, а особистість реципієнта завжди виступає як фактор, що модифікує реакцію індивіда на зовнішні впливи.

У висновках відбито підсумки проведеного теоретичного й експериментального дослідження, результати якого підтвердили висунуту гіпотезу і положення, що винесені на захист, намічені перспективи подальшої розробки проблеми. Узагальнення даних дисертаційного дослідження дало можливість зробити наступні висновки.

1. Існує обґрунтована потреба вивчення проблеми переконуючого впливу.
2. Відсутні єдині, науково обґрунтовані уявлення про механізми, критерії, динаміку переконуючого впливу.
3. В теорії та практиці психології під "переконуючим впливом" маються на увазі процеси неадекватні змісту цього поняття.
4. В контексті психологічних понять "переконуючий вплив" визначається як специфічний вид психологічного впливу, який відрізняється від інших видів за параметрами усвідомленості, критичності, моральності, комунікативної незалежності реципієнта у прийнятті остаточного рішення, а також характером ситуації переконуючого впливу в професійній діяльності спеціалістів системи "людина-людина".
5. Показано місце переконуючого впливу в структурі психологічного впливу за: видами, засобами запуску механізмів, причинами критичного ставлення реципієнта до впливу, що на нього спрямований.

6. Визначений загальний принцип функціонування системи переконуючого впливу, детермінований системотворчим елементом структури-акцепцію (прийняттям): механізм акцепції реципієнтом системи цінностей повідомлення зумовлює зміну системи цінностей його особистості, що веде до зміни ціннісних орієнтацій, зміни диспозиції - готовності реципієнта до певних дій, що феноменологічно проявляються у вигляді нової установки. Остання, являючись остаточним продуктом-результатом функціонування системи, виконує регуляторну роль в зміні поведінки.

7. Показано, що переконуючий вплив як психологічний феномен, має структуру ієрархічно пов'язаних елементів, роль кожного з них визначається спеціалізованою функцією.

8. З'ясовано, що переконуючий вплив, як комунікативний процес, являє собою активну взаємодію комунікаторів, асиметричних в плані мети і соціального статусу, ділових переваг, конвенційних переваг, позиційних переваг та рівних в плані комунікативної незалежності - свободи участі, впливу один на одного на різних етапах спілкування та діяльності, що відповідає суб'єкт-суб'єктній парадигмі.

9. Розроблена технологія переговорів та описані психологічні механізми, що забезпечують функціонування системи переконуючого впливу в переговорному процесі: механізм прийняття цінностей інформації та механізм впливу аттракції на прийняття ідеї інформації.

10. Виявлені та описані позитивний модуль впливу (ПМВ) та негативний модуль впливу (НМВ), що забезпечують ефективність функціонування системи переконуючого впливу в переговорному процесі. Модулі впливу являються змістовними характеристиками векторів впливу і базуються на дії механізмів зворотнього зв'язку.

11. З метою практичного забезпечення спеціалістів теорією та технологією переконуючого впливу розроблена і апробована програма цільового формування навичок соціально-психологічної регуляції поведінки особистості в переговорному

процесі. Емпірично обгрунтована структура, ефективність дії програми. Виділені соціально-психологічні критерії оцінки компетентності в переконуючому впливі.

12. Колом питань, що розглядались в нашій роботі, не вичерпується вивчення проблеми переконуючого впливу. Ми плануємо продовжити роботу в цьому напрямку з метою поглиблення теоретичних знань та розробки методів та засобів оптимізації процесу переконуючого впливу, стратегії і тактики переконуючого впливу. Вирішення цих та інших питань становить перспективи нашої подальшої роботи у вивченні даної проблеми.

Основний зміст дисертації відображено в публікаціях автора:

1. Психологический анализ рекламы. Научно-методическая разработка. Киевский ун-т им. Т.Шевченко. 1993.- 30 с.
2. Словник-довідник з соціальної психології управління. / За ред. С.Б.Комінко.- Тернопіль: Підручники і посібники, 1996.- 96 с.
3. Умение задавать вопросы как практическая основа убеждающего воздействия.// Персонал,- № 2, 1996.- С.126-131.
4. Динамика убеждающего воздействия в управленческом общении.// Персонал,- № 1,1997.- С.69-75.
5. Структурно-динамічна модель переконуючого впливу. // Вісник Київського університету ім. Тараса Шевченка. Випуск 3. Соціологія. Психологія. Педагогіка. - Київ,1997- С.43-48. (в співавтор.).
6. Дія психологічного впливу в навчально-виховному процесі вузу. // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Вища освіта в Україні: реалії, тенденції, перспективи розвитку” (17-18 квітня 1996 р., Київ).- С.57-58.
7. Педагогічний вплив: соціально-психологічний аспект.// Тези доповідей Всеукраїнської науково-методичної конференції “Виховання студентів у технічному вузі: методологічні засади, практика, перспективи” (16- 18 жовтня, Київ. УДУХТ).- С.48-49.

8. Соціально-психологічні аспекти педагогічного впливу. // Вісник Тернопільського експериментального інституту педагогічної освіти: Матеріали науково-практичної конференції "Національна школа України: закономірності становлення і розвитку" (6 грудня 1996 р.)- Тернопіль. 1996.- № 3.- С.67-68.

Самборська О.В. Соціально-психологічні механізми переконуючого впливу.- Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.05 - соціальна психологія, психологія особистості.- Інститут психології ім. Г.С.Костюка АПН України, Київ, 1997.

Дисертація містить теоретичне й експериментальне дослідження проблеми переконуючого впливу. З'ясовано, що переконуючий вплив виступає як психологічний механізм регуляції соціальної поведінки особистості. Практична реалізація результатів дослідження міститься у визначенні дії основних соціально-психологічних механізмів переконуючого впливу в організації переговорного процесу, спрямованого на актуалізацію та розвиток компетентності в переконуючому впливі.

Ключові слова: психологічний вплив, переконуючий вплив, соціально-психологічні механізми, переговори, активні методи навчання.

Самборская Е.В. Социально-психологические механизмы убеждающего воздействия.- Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.05.- социальная психология, психология личности.- Институт психологии им. Г.С.Костюка АПН Украины, Киев, 1997.

Диссертация содержит теоретическое и экспериментальное исследование проблемы убеждающего воздействия. Установлено, что убеждающее воздействие является психологическим механизмом регуляции социального поведения

личности. Практическая реализация результатов исследования содержится в определении действия основных социально-психологических механизмов убеждающего воздействия в организации переговорного процесса, направленного на актуализацию и развитие компетентности в убеждающем воздействии.

Ключевые слова: психологическое воздействие, убеждающее воздействие, социально-психологические механизмы, переговоры, активные методы обучения.

Samborskaya A.V. Social- psychological mechanisms of persyasion influence.- Manuscript.

Dissertation for candidate degree in Psychological Sciance. Speciality 19.00.05 - social psychology. — The Institute of Psychology named after G.S.Kostjuk, Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kiev, 1997.

The Synopsis contains theoretical and experimental research of the problem of persuasion influence. It was determined that persuasion influence is a psychological mechanism regulation social behavior of personality. Practical realization of the results of this research is revealed in the determination of the basic social- psychological mechanisms of persuasion influence in organization of negotiations, that direct to actualization and development of competence in persuasion influence.

Key words: psychological influence, persuasion influence, social-psychological mechanisms, negotiations, active methods of training.

Підписано до друку 23.10.97р. Формат 60х90/16.
Ум. друк. арк.1.0, Обл.-вид. арк. 0,8.
Наклад 100. Зам. 295.

Відділ оперативної поліграфії
Центру Міжнародної освіти
227-12-75, 227-37-86

435221

AB 38953