

**УДК 316**

ГУРІЄВСЬКА Валентина Миколаївна,  
канд. держ. упр., доц. каф. парламентаризму  
та політ. менеджменту НАДУ

## **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ**

Розглядається теоретичний матеріал вітчизняних та зарубіжних наукових досліджень поняття впливу. Зокрема, акцентується на аналізі соціально-психологічних механізмів політико-управлінського впливу. Визначаються особливості політичного впливу як однієї з найважливіших сторін політики і влади.

Ключові слова: вплив, політичний вплив, соціально-психологічні механізми політико-управлінського впливу, типологія впливів.

### ***Гуриевская В. Н. Социально-психологические механизмы реализации политического влияния***

Рассматривается теоретический материал отечественных и зарубежных научных исследований понятия влияния. В частности, акцентируется на анализе социально-психологических механизмов политико-управленческого влияния. Определяются особенности политического влияния как одного из самых важных сторон политики и власти.

Ключевые слова: влияние, политическое влияние, социально-психологические механизмы политико-управленческого влияния.

### ***Gurijevska V. M. Social and psychological mechanisms realization of political influence***

The article is an overview of theoretical research devoted to research the concept influence. Particular emphasis has been make on the analysis of social and psychological mechanisms of political and administrative influence.

Peculiarities of political influence as one of the most important factors of policy and power have been defined.

Key words: influence, political influence, social and psychological mechanisms of political and managerial (administrative) influence, types of impacts.

**Постановка проблеми.** Становлення наукового знання про політичний вплив помітно відстає від процесів, що стрімко розвиваються в суспільно-політичному житті. Теоретичний базис політичного впливу потребує детальної розробки, а теоретичні положення, що існують сьогодні – уважного аналізу, узагальнення з реаліями чергового етапу становлення сфери політичної комунікації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Політичний вплив як цілеспрямована діяльність розглянутий у широко відомих роботах А. Файоля, Л. Уайта, Д. Муні, Т. Вулсі, Ф. Тейлора, Г. Емерсона, Г. Форда. На розвиток теоретичних засад психології впливу та аналіз його психологічних чинників спрямовані дослідження М. Фоллет, А. Маслоу, Е. Мейо, У. Мерфі, Г. Саймон, Д. Смітцберг, Д. Істон розробляли поведінковий чи біхевіористський, підхід до політико-управлінського впливу. Автори прагнули подати досягнення сучасної соціальної психології та соціології як фундамент науки управління й пояснити залежність поведінки індивідів від групового впливу [4, с. 32]. Свій внесок у наукове вивчення політичного впливу зробили: Б. Сэм, Р. Чалдіні, Ф. Зімбардо, М. Ляйппе, А. Назаретян, В. Романескою, С. Кара-Мурза, Г. Ковальов, С. Рубінштейн, В. Роменець, Б. Поршнев, О. Донченко, П. Фролов, В. Татенко, Г. Почепцов, М. Головатий, М. Логунова.

**Мета статті.** Метою даного дослідження є аналіз особливостей політичного впливу. Відповідно до цього ми ставили такі завдання: здійснити теоретичний аналіз поняття впливу та розглянути типологію впливів; визначити особливості політичного впливу; проаналізувати соціально-психологічні механізми політико-управлінського впливу.

**Виклад основного матеріалу.** У житті кожної спільноти на зміну більш статичним періодам приходять більш динамічні, основною рисою яких є значне зростання кількості впливів на душу населення й суттєве розширення їх якісного

складу. Саме такий період переживає сьогодні Україна, у соціальному організмі якої відбуваються процеси самопородження і тиражування нових форм впливу, а також нових суб'єктів (різного роду державних і недержавних організацій, громадських і політичних об'єднань, формальних і неформальних груп, приватних підприємств, «лідерів думки», «лідерів дії» тощо), кожний з яких намагається утвердитись як суб'єкт впливу [5, с. 16]. Суб'єкти впливу (індивідуальні, групові, масові) вступають у соціальну взаємодію відповідно до умов соціального середовища, у якому перебувають. Сукупність таких умов і взаємодій утворює своєрідне «соціально-психологічне поле», яке в різних парадигмах визначається також як «соціальний контекст», «інтерсуб'єктивна основа соціальних дій», «колективна тканина» тощо). Нескінченна сукупність взаємовиявів та взаємовпливів створює інформаційно-енергетичний простір соціуму, у якому сьогодні живе людина і який, напевно, є чи не основним для повноцінного або патологічного формування всіх інших соціальних інститутів [2, с. 35].

Інформаційно-енергетичний простір соціуму (соціетальна психіка) постійно перебуває в процесі трансформації і для забезпечення його стабілізації виникають фактори, які чинять опір тим змінам, які є для нього чужорідними. На першому етапі адаптації соціетальна психіка суспільства реагує на небезпечні для себе впливи і тиск швидких змін апатією і гальмуванням. Така закономірність є показником того, що в її структурі ще не утворилися феномени, які будуть здатні підтримувати новий порядок, структурувати нове суспільство, аргументувати новий порядок тощо. І найголовнішим з цих новоутворених феноменів має стати поява нової особистості, її оновлене в хаосі Я, її усвідомлення неперервності себе в часі, її відчуття конгруентності з новим життям [2, с. 18].

Феномен «впливу» дозволяє визначити його як таку особливу дію, що породжує подію буття. Людина – це, насамперед, істота, яка цілеспрямовано впливає на навколишній світ і на саму себе з метою творення нового, – впливає, щоб бути і щоб пізнавати й у такий спосіб стверджувати своє місце «усередині буття». Саме тому вплив людини на світ логічно розглядати й досліджувати, насамперед, як суб'єктний (самовплив), як дію, що творить, а вже потім як механізм відтворення чи регуляції. Що ж стосується політико-управлінського впливу, то він має спрямовуватись на аналіз і корекцію надособистісних аспектів

системи мікро-, макро- і метавідносин (зокрема, ієрархічної структури) як усередині політичної системи суспільства, так і між різноманітними суб'єктами впливу в процесі їх взаємодії.

Глобалізаційні тенденції сучасного суспільного розвитку зумовлюють до зміни системи «вертикально-горизонтальних» впливів на «горизонтально-вертикальні» – менш організовані, проте більш масштабні, динамічні та якісно різноманітні. «Бум впливу» виявляється в загостренні інтересу до проблем спілкування, комунікації, у великій кількості рецептурної літератури, у якій розкриваються секрети спілкування, впливовості, а також пропонуються нові технології формування громадської думки, які дійсно дають змогу досягти успіху, нерідко навіть усупереч тим об'єктивним соціологічним даним і тим реальним потребам, які переживають об'єкти цього впливу [5, с. 12].

Семантичний аналіз слова «вплив» вказує на різні його значення. В англійській мові «вплив» перекладається як «influence». За допомогою «infl» утворюються словосполучення, які позначають різні конкретні форми впливу, наприклад, «inflamm» – збуджувати; «inflate» – наповнювати; «inflect» – змінювати, згинати; «inflict» – завдати (удар), накладати (стягнення), спричинювати та ін. В українській мові слово «вплив» має кілька тлумачень. Вплинути – означає подіяти, тобто спрямувати дію на об'єкт з метою зміни чи утримання його стану (якості, характеристики) у напрямі, бажаному для суб'єкта цієї дії. Замість слова «подіяти» можуть використовуватися слова «застосовувати», «уживати» (наприклад: ужити грубої сили, застосувати грубу силу). Крім того, слово «вплив» відповідає російському слову «влияние» [5, с. 6].

Якщо в першому випадку йдеться про спрямованість впливу на об'єкт (подіяти означає цілеспрямовано спричинити якусь подію), то в другому випадку об'єкт може зазнавати впливу, але його суб'єкт може про це навіть не здогадуватися. Так, вигляд неохайної людини може викликати відразу в присутніх, проте навряд чи та ставить собі таке за мету. Чи не тому Ф. Зімбардо і М. Ляйппе визначають соціальний вплив як таку поведінку, що має своєю метою зміну того, як інша людина поводить себе, що вона відчуває чи думає стосовно якогось стимулу [3].

Вплив може розглядатися як окремий вияв волі, а може як процес, що передбачає цілеспрямовану діяльність, що має на меті досягнення цілі. Важко відразу відповісти на запитання про те, з чого власне починається і чим завершується вплив. Чи слід, скажімо, початковою ланкою впливу вважати ситуацію, мотивацію або ж мету, яку переслідує його суб'єкт, а кінцевою – результат, який досягається цим суб'єктом.

Вплив може бути сильним і слабким, глибоким і поверховим, прямим і непрямим, безпосереднім і опосередкованим, постійним і змінним, очікуваним і неочікуваним, усвідомлюваним і неусвідомлюваним, вмотивованим і невмотивованим, навмисним і ненавмисним, індивідуальним і фронтальним, спорадичним і систематичним, імпліцитним і експліцитним, конструктивним і деструктивним, життєдайним і згубним тощо. Окрім того, можна диференціювати впливи за авторством (мої, твої, наші, ваші), за сферою (внутрішні, зовнішні), за вектором дії (відцентрові, доцентрові), за критерієм свободи (вивільнюючі, обмежуючі), за змістом (природні, соціальні), за характером (оригінальні, традиційні), за значущістю (суттєві, несуттєві), за часом (своєчасні, несвоєчасні), за рівнем (високі, низькі) тощо. Ф. Еємерен та Р. Гроотендорст пропонують таку типологію мовленнєвих впливів: асертиви – стверджувальні впливи; директиви – впливи з метою примусу (прохання, запитання, наказ, рекомендація тощо); комісиви – впливи-зобов'язання (обіцянка, схвалення, згода тощо); експресиви – впливи як вияв своїх почуттів (поздоровлення, співчуття, радість, розчарування, гнів тощо); декларативи – впливи-констатації стану справ та подій і сприяння розумінню інших впливів (дефініції, доповнення, пояснення, тлумачення тощо) [5, с. 6].

Більш узагальнену типологію впливу запропонував Г. Ковальов: 1) впливи факторів природного оточення (біотичних й абіотичних) на психіку та особистість людини; 2) соціальні впливи, обумовлені приналежністю людини до суспільної системи і включеністю її в контакти і взаємозв'язки з іншими людьми; 3) культурологічні впливи, які визначаються наявністю історично сформованих засобів матеріального й духовного виробництва; 4) аутовпливи, пов'язані з психічною саморегуляцією людини, що є засобом мобілізації і чинником розвитку фізичних, психічних і творчих можливостей суб'єкта [5, с. 5].

Політичний вплив випливає із сутності й поняття впливу та особливостей і контексту політичної діяльності. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови «вплив» пояснюється як «дія, яку певна особа чи предмет або явище виявляє стосовно іншої особи чи предмета» та як «сила влади, авторитету» і «державне або інше ділове й політичне керівництво» [1, с. 184].

Природними для людини є не лише впливи, які творять нове, але й такі, що руйнують (і не тільки старе). Крім того, є впливи, спрямовані не на розвиток чи оновлення, а на збереження існуючого чи досягнутого. Такого роду впливи є другорядними з погляду розвитку особистості чи суспільства. Ідентичність і воля політика виявляються у його впливі через діяльність, що створює події буття та є поштовхом до самоствердження й самовідродження.

Політичний вплив насичений соціально-психологічним змістом, оскільки його основою є той чи інший соціально-психологічний механізм. Один і той самий механізм може бути використаний однаково успішно тим, хто ним володіє, для досягнення як благородних, так і злочинних цілей.

Соціально-психологічні механізми впливу спрямовуються на зміну образів, уявлень, спогадів, думок, почуттів, ставлень, вольових дій, спонтанних реакцій іншого суб'єкта. Зокрема, переконання, навіювання, примушування, вимагання, санкціонування, вправляння, наслідування, імітація, психічне зараження традиційно досліджуються політичною психологією та відображені у працях В. Бехтерева, Г. Тарда, Ф. Тома, Є. Доценко, Ф. Зімбардо, М. Ляйппе, Г. Ковальова, Б. Поршневим, Р. Чалдіні та ін. Основним критерієм для вибору та застосування того чи іншого механізму вважається, насамперед, психологічний ефект чи результат, який очікує отримати суб'єкт впливу.

У контексті політико-управлінської діяльності соціально-психологічні механізми впливу поділяють на *пропозитивні* (пропозиція, що передбачає погодження і прийняття) та *прескриптивні* (механізми тиску, пресингу тощо). До пропозитивних механізмів належать переконування й навіювання, механізм впливу шляхом демонстрації прикладів, зразків поведінки тощо; до прескриптивних – вимога, розпорядження, інструкції, заохочення, дозвіл, заборона, покарання, тобто різновиди санкціонуючих впливів. Маніпулювання як засіб соціально-психологічного тиску є спробою через демонстрування пропозитивних механізмів

обмежити свободу об'єкта чи підпорядкувати його своїй волі. У політичній діяльності активно застосовується маніпуляція у формі вербального впливу. Цей вплив може здійснюватись як на свідомому рівні (у вигляді метафор, підміни понять, появи нового контексту слів тощо), так і на рівні несвідомого (сублімінальний вплив).

Модель соціально-психологічних механізмів впливу людини на людину в реальному житті (наприклад, у процесі утворення політичних груп, партій, фракцій, команд тощо) може набувати різних модифікацій. Ефективність політичного впливу залежить від того, наскільки учасники взаємодії витримують означену системну логіку застосування механізмів впливу. Отже, залежно від того, на який психологічний ефект розраховує суб'єкт впливу, використовуються відповідні соціально-психологічні механізми. Сила політичного впливу залежить від тактики його нарощування.

Вплив людини на людину в політичному полі може мати різний характер і здійснюватися на різних рівнях. Він може адресуватися фізичному, фізіологічному, психологічному чи соціальному в людині. Залежно від мети, яку ставить собі суб'єкт політичного впливу, від рівня його культури, ситуації, що складається, інша людина (як його об'єкт) може вирізнятися в статусі індивіда, особистості, індивідуальності, універсальності. За сутнісним критерієм політичний вплив – це процес взаємодії, що має враховувати специфіку політичної діяльності й нести в собі смисложиттєве значення, що визначається як вплив-вчинок, або ж вчинковий вплив. Переконавання як соціально-психологічний механізм політичного впливу більш ефективно для окремої людини, а навіювання – для більшості. За визначенням К. Юнга, у масі окрема людина певною мірою втрачає здатність до самостійного критичного мислення, стає більш залежною від натовпу, впливу авторитету, а отже, більш чутливою саме до навіювання, до зараження психічними станами тощо. У юрбі, натовпі з більшою вірогідністю і легкістю виникають деструктивні мотиви й агресивні форми поведінки. Тому, щоб досягти більшого ефекту від впливу на загал, краще застосовувати не переконання, а емоційне збудження, мобілізацію та заклик до дій у бажаному напрямі.

Для реалізації політичного впливу в комунікативному процесі механізми впливу доцільно використовувати в комплексі. Наприклад, переконування

доповнювати навіюванням за рахунок яскравих прикладів й «емоційних аргументів». Важливим є й власне відношення того, хто здійснює вплив, оскільки саме емоційні аспекти взаємодії мають найбільшу спонукальну силу.

Політичне рішення як засіб політичного впливу веде за собою зміну подій. Ця зміна повинна збігатися з очікуваннями суспільства. Необхідною умовою реалізації політичного впливу в демократичному суспільстві є врахування громадської думки як джерела важливої соціально-політичної інформації під час прийняття політичних рішень.

**Висновки.** Таким чином, політичний вплив може визначатися як свідомо цілеспрямована діяльність, у якій виражається основне специфічне ставлення людини до світу, де політик є силою, що послідовно, свідомо змінює та перетворює світ відповідно до власних цінностей з метою реалізації своїх ідей, та одна з найважливіших сторін політики та влади, яка характеризує якість і ступінь цієї влади. Перспективи подальших наукових досліджень вбачаємо в дослідженні суб'єктивних факторів політико-управлінського впливу.

#### Список використаних джерел

1. **Великий** тлумачний словник сучасної української мови / уклад. В. Бусол. – К. : Ірпінь: Перун, 2002. – 1440 с.
2. **Донченко О.** Архетипи соціального життя і політика / О. Донченко, В. Романескою. – К. : Либідь, 2001. – 289 с.
3. **Зимбардо Ф.** Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб., 2000. – 368 с.
4. **Новиков Б. В.** Основи адміністративного менеджменту / Б. В. Новиков, Г. Ф Сініок, П. В. Круш. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – 161 с.
5. **Татенко В. О.** Психологія впливу: суб'єктна парадигма : зб. статей // Наук. студії із соц. та політ. психології / В. О. Татенко. – К. : Сталь, 2000. – Вип. 3(6). – С. 3 – 18.