

ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ОБЪЕКТА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ

Латынов Владислав Викторович

К.псих.н., с.н.с., ФГБУН Институт

психологии РАН (г. Москва)

vladlat5@lenta.ru

IMPACT OF PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF THE OBJECT OF INFLUENCE ON EFFECTIVENESS OF INFLUENCE

V. Latynov

Summary: The article presents the results of an empirical study of psychological influence. It is shown that the psychological characteristics (socio-psychological adaptation, Machiavellianism, subjective economic well-being) of the person - the object of influence affect the effectiveness of the influence. The socio-psychological adaptation of a person turned out to be an important factor in its resistance to influence: the higher its level, the weaker the methods of explaining unethical behavior. In relation to Machiavellianism, the selectivity of the effects of influence was observed: some methods were more effective for people with high Machiavellianism, others with its low level. With regard to subjective economic well-being, the following regularity was noted: the higher the material wealth of a person, the more resistant he was to the action of various methods of influence.

Keywords: influence, unethical behavior, socio-psychological adaptation, subjective economic well-being, Machiavellianism.

Аннотация: В статье представлены результаты эмпирического исследования психологического воздействия. Показано, что психологические характеристики (социально-психологическая адаптация, макиавеллизм, субъективное экономическое благополучие) человека - объекта воздействия влияют на эффективность воздействия. Социально-психологическая адаптация человека оказалась важным фактором его устойчивости к воздействию: чем выше был ее уровень, тем слабее действовали приемы объяснения неэтичного поведения. В отношении макиавеллизма наблюдалась селективность действия приемов воздействия: одни приемы были более эффективны в отношении лиц с высоким макиавеллизмом, другие — с низким его уровнем. Применительно к субъективному экономическому благополучию отмечалась следующая закономерность: чем выше был материальный достаток человека, тем более устойчивым к действию различных приемов воздействия он оказывался.

Ключевые слова: воздействие, неэтичное поведение, социально-психологическая адаптация, субъективное экономическое благополучие, макиавеллизм.

Современные исследования свидетельствуют о том, что на эффективность психологического воздействия ощутимое влияние оказывают индивидуально-психологические особенности людей – объектов воздействия. Список этих особенностей весьма широк и включает, в частности, самоуважение, экстраверсию, доминантность, оптимизм, тревожность, потребность в познании (need for cognition), эмоциональное состояние и др. [5; 12; 13].

Обнаружено, что увеличение эффективности воздействия достигается при совпадении характера используемых приемов воздействия и психологических особенностей лица, на которого они направлены. Например, экстраверты оказались более восприимчивыми к аргументации, основанной на привлекательных для них характеристиках объекта, например: “Это будет особенно интересно для тех, кто получает удовольствие от общения с другими людьми” [11]. Интроверты же более часто демонстрировали изменение установок под воздействием сообщений, релевантных свойственным им характеристикам (“Для тех, кто любит тишину и покой”).

Л. Кротзек на примере личностных черт «большой

пятерки» (экстраверсии, нейротизма, добросовестности, дружелюбия, открытости опыту) также продемонстрировал эффективность персонализированной политической рекламы [15]. В случае конгруэнтности личностных особенностей избирателей и сообщения в поддержку политика достигалось более позитивное к нему отношение. Возможности личностно-ориентированной рекламы были продемонстрированы и в работе С. Матз с соавт. [16]. Максимальная эффективность воздействия достигалась в случае совпадения личностных особенностей и типа сообщения, т.е. в том случае, когда, например, экстраверты получали сообщение, текст и визуальный ряд которого, наиболее соответствовал, по мнению учёных, этому личностному типу.

Ранее проведенные нами исследования также показали, что помимо собственно «качества» приемов воздействия их эффективность зависит от индивидуально-психологических характеристик объекта воздействия [6]. Значимыми в данном отношении оказались мировоззренческие (справедливость мира, локус контроля, доверие к людям) и этические (этический формализм, утилитаризм, этический цинизм) особенности личности.

В данном исследовании мы расширили список индивидуальных характеристик объекта воздействия, влияющих на эффективность воздействия. В качестве переменных, могущих повлиять на эффективность воздействия, были рассмотрены макиавеллизм, уровень социально-психологической адаптации и субъективное экономическое благополучие.

Такая личностная особенность как макиавеллизм характеризует человека с точки зрения использования манипулятивных приемов воздействия, скептицизма и недоверия по отношению к другим людям. Влияние макиавеллизма на эффективность коммуникативного воздействия исследовалось довольно часто, хотя, как правило, в отношении наличия этой особенности у субъекта воздействия. Неоднократно было продемонстрировано, что лица с высокими баллами по шкале макиавеллизма гораздо успешнее изменяют установки и поведение других людей [14, 17]. Вопрос о том, насколько макиавеллизм объекта воздействия влияет на его эффективность изучался существенно реже. Однако некоторая информация по этому вопросу все-таки есть. Так, было показано, что лица с низким уровнем макиавеллизма оказались сильнее подвержены воздействию, чем лица с высоким уровнем [10].

В настоящее время понятие «социально-психологическая адаптация» исследуется весьма активно. Изучаются ее предикторы, динамика, корреляты [1; 3; 4]. Однако, насколько нам известно, уровень социально-психологической адаптации человека — объекта воздействия не рассматривался в качестве фактора эффективности воздействия. Мы в проведенном исследовании постарались выяснить: Различаются ли адаптивные и дезадаптивные люди в плане подверженности воздействию? Существуют ли приемы воздействия, которые особенно эффективны в отношении адаптивных (дезадаптивных) людей?

Еще одной личностной характеристикой, рассматриваемой нами в качестве возможной детерминанты эффективности воздействия, стало субъективное экономическое благополучие - интегральный психологический показатель жизни человека, выражающий отношение человека к своему актуальному и будущему материальному благосостоянию [9]. Выбор данной переменной обусловлен ее релевантностью теме исследования. Поскольку речь идет о невозврате долга, т. е. экономическом поведении людей, можно предположить, что на эффективность приемов воздействия будет влиять самооценка материального положения лиц — объектов воздействия. Вполне вероятно, что у субъективно богатых будет одно отношение к подобной ситуации, а у субъективно бедных — другое.

В исследовании, представленном в данной статье, изучение психологического воздействия проводилось на

материале объяснения неэтичного поведения, т.е. поведения, нарушающего закон или общепринятые моральные нормы и имеющего негативные последствия для других людей. Совершив подобный поступок, человек, как правило, стремится при помощи различных речевых приемов нивелировать его негативное воздействие на репутацию и сохранить позитивное представление окружающих о себе.

Методика исследования

Выборку исследования составили студенты (возраст 18-25 лет, 100 человек, 42 мужчины, 58 женщин).

Для изучения процессов объяснения неэтичного поведения использовалась авторская методика «Поведение в этически неоднозначных ситуациях» [6; 7]. Данная методика включает описание различных ситуаций из жизни предпринимателей (всего 7 ситуаций). Ситуации различаются тем, каким образом объясняется совершенный поступок – невозврат долга. *Ситуация 1:* Один предприниматель занял у другого крупную сумму денег, однако в положенный срок долг не вернул. Оправданий не последовало.

В шести других ситуациях предлагались следующие варианты объяснения поступка: «Во всем виноват мой бухгалтер, который занимается всеми финансовыми вопросами, в том числе и отслеживанием сроков возвращения долгов» (краткая формулировка: «виноват бухгалтер»); «Я был вынужден отдать эти деньги своему другу, который оказался в сложной финансовой ситуации» («отдал другу»); «В последнее время я был сильно загружен на работе и просто забыл вернуть долг» («забыл»); «В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги, и я лично знаю немало бизнесменов, задерживающих возврат занятых денег» («реалии бизнеса»); «Я хотел вернуть долг вовремя, но дела у меня пошли плохо и я оказался не в состоянии вернуть занятые деньги» («плохо пошли дела»); «Я знаю, что предприниматель, у которого я занял деньги, сам никогда долги в срок не отдает» («сам долги в срок не отдает»).

Для каждой ситуации участники исследования отвечали на ряд вопросов: Какой оценки заслуживает поступок? (6-ти балльная шкала, от «Самой негативной» до «Самой позитивной»). Насколько склонен предприниматель совершать подобные действия? (6-ти балльная шкала, от «Совершенно не склонен» до «Очень склонен»). Как часто предприниматель будет совершать подобные поступки в будущем? (6-ти балльная шкала, от «Никогда не будет» до «Очень часто»). Насколько порядочен этот предприниматель? (6-ти балльная шкала, от «Совершенно не порядочный» до «Очень порядочный»).

Степень социально-психологической адаптации

выявлялась при помощи Методики диагностики социально-психологической адаптации К. Роджерса и Р. Даймонда [8]. Данная методика включала интегральный показатель социально-психологической адаптации, а также несколько подшкал (составляющих адаптации): Принятие себя, Принятие других, Эмоциональный комфорт, Интернальность, Эскапизм (уход от проблем), Доминирование. В нашем исследовании мы использовали как интегральный показатель адаптации, так и шесть вышеуказанных подшкал. Уровень макиавеллизма оценивался при помощи Мак-шкалы (автор русскоязычной версии — В.В. Знаков) [2]. Оценка уровня субъективного экономического благополучия проводилась при помощи опросника субъективного экономического благополучия (СЭБ) [9]. Этот опросник имеет пять подшкал: экономического оптимизма, текущего благосостояния семьи, финансовой депривированности, адекватности дохода, экономической тревожности.

Для обработки собранных данных использовались метод корреляций (тест ранговой корреляции Кендалла).

Результаты и обсуждение

В качестве характеристик, влияющих на эффективность приемов объяснения неэтичного поведения, мы рассматривали макиавеллизм, социально-психологическую адаптацию и ее составляющие (принятие себя, принятие других, эмоциональный комфорт, интернальность, эскапизм, доминирование), субъективное экономическое благополучие и его составляющие (экономический оптимизм, текущее благосостояние семьи, финансовая депривированность, адекватность дохода, экономическая тревожность).

Для выяснения того, каким образом каждая из указанных 14 переменных (характеристик) влияла на эффективность приема объяснения, вычислялись коэффициенты корреляции между их значениями и этическими оценками поступка и лица, его совершившего. Для каждой переменной (характеристики) подсчитывалось 28 коэффициентов корреляций с этическими оценками (7 приемов объяснения \times 4 оценки для каждого приема (поступок, склонность предпринимателя к совершению неэтичных поступков, вероятность их совершения в будущем, порядочность предпринимателя)).

Как показал корреляционный анализ, наиболее часто этические оценки коррелировали с общим индексом социально-психологической адаптации (12 значимых корреляций) и ее составляющими (доминирование - 13 корреляций, интернальность - 11 корреляций, эскапизм - 7 корреляций, принятие себя - 5 корреляций, эмоциональный комфорт - 3 корреляции, принятие других - 2 корреляции).

Социально-психологическая адаптация как фактор эффективности воздействия проявила себя при использовании следующих приемов объяснения: «виноват бухгалтер», «отдал другу», «забыл», «сам в срок не отдает долги», «реалии бизнеса» и «без объяснения». Во всех случаях обнаруживались значимые отрицательные корреляции между адаптацией, с одной стороны, и оценками поступка и моральных качеств совершившего его лица, с другой. Таким образом, что вышеуказанные приемы оказались более эффективными в отношении респондентов с низким уровнем адаптации. Адаптивные же люди, напротив, демонстрировали устойчивость к действию приемов объяснения совершенного неэтичного проступка.

Для понимания того, в чем причина подобной устойчивостью адаптивных личностей к воздействию, рассмотрим значимые корреляции этических оценок с составляющими (подшкалами) социально-психологической адаптации. Прежде всего, отметим, что знак этих корреляций был таким же, как и в случае интегрального показателя адаптации: почти все подшкалы коррелировали негативно с этическими оценками поступка и моральных качеств предпринимателя. Исключением была подшкала Эскапизм (избегание проблем): ее корреляции с оценками поступка и предпринимателя были положительными. Но поскольку эскапизм по логике авторов опросника отрицательно связан с интегральным показателем адаптации, то подобное направление корреляций соответствует общей логике.

Наибольшее количество значимых корреляций с этическими оценками имела подшкала доминирование (13 корреляций). В основном эти корреляции относились к таким приемам как «виноват бухгалтер», «отдал другу», «сам в срок не отдает долги» и «без объяснения». Как мы видим, в отношении зависимых людей были эффективны приемы объяснения, использующие самые различные психологические механизмы. Этические оценки зависимых изменялись под воздействием просоциального оправдания («отдал другу»), простого извинения («виноват бухгалтер»), отсылки к принципу взаимности («око за око») («сам в срок не отдает долги»). Кроме того, такие люди изначально были настроены более лояльно по отношению к проступку и самому предпринимателю (речь идет о ситуации «без объяснения»). Это не удивительно, поскольку само понятие зависимости предполагает уступчивость и принятие в ситуациях межличностного взаимодействия.

Помимо доминирования с этическими оценками часто коррелировала и такая составляющая социально-психологической адаптации как интернальность (11 корреляций). Как известно, для людей с интернальным локусом контроля характерно принятие ответственности за происходящее в их жизни, объяснение результатов деятельности собственным характером и способ-

ностями. Экстерналы, напротив, приписывают причины происходящего внешним факторам: окружающей среде, судьбе или случаю.

Поскольку интерналы ответственны и предъявляют к себе высокие требования, то можно предположить, что и в других людях они ценят подобные качества, а значит негативно воспринимают проявления безответственности и неорганизованности. Если же проанализировать приемы объяснения неэтичного поступка, оказавшиеся особенно неэффективными по отношению к интерналам («забыл», «виноват бухгалтер»), то все они «репрезентируют» образ безответственного и неорганизованного человека. Таким образом, наблюдается явное несоответствие поведения предпринимателя жизненным установкам лиц с интернальным локусом контроля. Возможно именно поэтому они и дают низкие оценки порядочности поступка и предпринимателя при таких вариантах объяснения. Эти результаты свидетельствуют о том, что устойчивость адаптивных личностей к воздействию приемов объяснения неэтичного поведения во многом проистекает из присущего им интернального локуса контроля.

Как показало наше исследование, социально-психологическая адаптация человека - объекта воздействия оказалась важным фактором эффективности воздействия. Чем выше был его уровень адаптированности, тем слабее действовали на него приемы объяснения неэтичного поведения. Таким образом, низкий уровень социально-психологической адаптации сочетался с пониженной сопротивляемостью воздействию. Особенно значимым в данном отношении было наличие у человека таких психологических особенностей как зависимость и экстернальный локус контроля.

Рассмотрим, какое влияние на эффективность приемов объяснения неэтичного поведения оказывал макиавеллизм. Значимые корреляции этой переменной с этическими оценками имели место при таких вариантах объяснения как «реалии бизнеса» (2 корреляции), «забыл» (1 корреляция) и «без объяснения» (1 корреляция).

В случае использования приема «реалии бизнеса» у лиц с выраженным макиавеллизмом отмечались более позитивные оценки совершенного поступка и порядочности предпринимателя, его совершившего. Почему же этот прием оказался эффективным в отношении макиавеллистов? По нашему мнению, возможно следующее объяснение его эффективности. Имело место совпадение картины мира, на которую опирается предприниматель в своей аргументации («В мире бизнеса мало кто вовремя отдает долги») и представлений макиавеллистов о мире, считающих что большинство людей слабы, порочны, обладают слабой волей, лгут, хорошо работают только под угрозой наказания и т. д. В результате пред-

лагаемый вариант оправдания неэтичного поступка воспринимался лицами с высоким макиавеллизмом как вполне допустимый и приемлемый, что находило отражение в более высоких оценках поступка и порядочности предпринимателя.

Два других приема объяснения («забыл», «без объяснения»), наоборот, оказались неэффективными по отношению к макиавеллистам. Видимо, ссылку на забывчивость и отсутствие объяснений совершенного проступка они не посчитали веской причиной для снисхождения.

По сравнению с социально-психологической адаптацией (27 % значимых корреляций) и макиавеллизмом (14 % значимых корреляций) переменные, характеризующие субъективное экономическое благополучие (СЭБ), слабее коррелировал с этическими оценками (12 значимых корреляций из 168 максимально возможных, т. е. около 7 %). Наибольшее количество значимых корреляций с этическими оценками отмечалось для таких подшкал опросника СЭБ как Финансовая депривированность, отражающей степень достатка или недостатка финансовых средств (5 корреляций), и Экономическая тревожность, характеризующей степень выраженности финансового стресса (3 корреляции). Кроме того, с этическими оценками коррелировали следующие подшкалы: Благосостояние семьи, касающаяся субъективной оценки материального положения семьи (1 корреляция), Экономический оптимизм, свидетельствующий об оптимистической или пессимистической оценке внешних и внутренних условий изменений материального благополучия (2 корреляции), Адекватность дохода, отражающая субъективную адекватность дохода запросам и потребностям личности (1 корреляция).

Указанные корреляции отмечались для 6 приемов объяснения: «Виноват бухгалтер», «Забыл», «Отдал другу», «Реалии бизнеса», «Плохо пошли дела», «Сам в срок не отдает», «без объяснения». Почти для всех подшкал — составляющих СЭБ (за исключением Экономической тревожности) прослеживалась одна и та же закономерность: чем выше был достаток респондента, тем ниже были его оценки поступка и моральных качеств предпринимателя. Таким образом, указанные приемы были эффективны в отношении так сказать «бедных» респондентов, «богатые» же не откликнулись на эти приемы.

В проведенном исследовании на материале таких психологических характеристик как социально-психологическая адаптация, макиавеллизм и субъективное экономическое благополучие было продемонстрировано влияние психологических особенностей объекта воздействия на эффективность воздействия. Социально-психологическая адаптация человека - объекта воздействия оказалась важным фактором его устойчивости к воздействию. Чем выше был ее уровень, тем слабее дей-

ствовали приемы объяснения неэтичного поведения. Таким образом, низкий уровень социально-психологической адаптации сочетался с уязвимостью к воздействию.

В отношении макиавеллизма наблюдалась селективность действия приемов воздействия: одни приемы были более эффективны в отношении лиц с высоким макиавеллизмом, другие — с низким его уровнем. Приме-

нительно к субъективному экономическому благополучию отмечалась следующая закономерность: чем выше был материальный достаток человека, тем более устойчивым к действию различных приемов воздействия он оказывался. Таким образом, недостаток финансовых средств и перспектив их получения приводил к большей подверженности воздействию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахметзянова А.И. Феномен социально-психологической адаптации в отечественной и зарубежной науке: история изучения // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки. 2018. Т 12. № 2. С. 5-10.
2. Знаков В.В. Макиавеллизм: психологическое свойство личности и методика его исследования // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 5. С. 16-22.
3. Каменева Г.Н. Особенности социально-психологической адаптации студентов // Вестник РУДН. серия Психология и Педагогика, 2015. № 1. С. 67-70.
4. Ларионова С.А. Социально-психологическая адаптация личности: теоретическая модель и диагностика: монография. Белгород, 2002. 200 с.
5. Латынов В.В. Психология коммуникативного воздействия - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.
6. Латынов В.В. Психологические закономерности объяснения неэтичных поступков // Психологический журнал. 2015. Т. 36. № 1. С. 61-70.
7. Латынов В.В. Пол как фактор эффективности воздействия // Психология дискурса. Проблемы детерминации, воздействия, безопасности. Сер. «Труды Института психологии РАН» Под редакцией А.Л. Журавлева, Н.Д. Павловой, И.А. Зачесовой. Москва, 2016. С. 143-161.
8. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. - М. Изд-во Института Психотерапии. 2005.
9. Хащенко В.А. Психология экономического благополучия - М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 2012.
10. Briñol P., Petty R.E. Individual differences in persuasion // The Handbook of Attitudes and Attitude Change / D. Albarrachin, B. T. Johnson, M. P. Zanna (eds). Hillsdale, NJ: Erlbaum. 2005. P. 575–616.
11. Chang C. Self-congruency as a cue in different advertising-processing contexts // Communication Research. 2002. V. 29. P. 503–536.
12. Chen, J., Haber, E., Kang, R., Hsieh, G., Mahmud, J. Making use of derived personality: the case of social media ad targeting // Proceedings of the Ninth International AAAI Conference on Web and Social Media. 2015. P. 51-60.
13. Crano, W.D., Gardikiotis, A. Attitude formation and change // Wright, J.D. (Ed.). International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, V. 2. Oxford: Elsevier. 2015. P. 169–174.
14. Gunnthorsdottir A., McCabe K., Smith V. Using the machiavellianism instrument to predict trustworthiness in a bargaining game // Journal of Economic Psychology. 2002. V. 23. P. 49–66.
15. Krotzek, L.J. Inside the voter's mind: The effect of psychometric microtargeting on feelings toward and propensity to vote for a candidate // International Journal of Communication. 2019. V. 13. P. 3609–3629.
16. Matz, S., Kosinski, M., Nave, G., Stillwell, D. Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion // Proceedings of the National Academy of Sciences U.S.A. 2017. V. 114. P. 12714–12719.
17. Shultz J. S. Situational and dispositional predictions of performance: A test of the hypothesized Machiavellianism X structure interaction among sales persons // Journal of Applied Social Psychology. 1993. V. 23. P. 478–498.

© Латынов Владислав Викторович (vladlat5@lenta.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»