

Сперанская Г.Л.

Психология убеждающего и внушающего устно-речевого воздействия в массовых коммуникациях

НМУ НИО, Минск

Убеждение и внушение являются основными видами содержательного воздействия речи в общении. Филогенетически первым сформировалось внушающее воздействие, затем - убеждение. Внушение рассматривается как внесение в сознание слушателей психологического содержания: образов, состояний, побуждений к действию, и предстает как основа для взаимопонимания. Поэтому внушаемость является характеристикой нормативно организованного сознания, а гипервнушаемость и невнушаемость - основными признаками психических нарушений. Как писал Б.Ф. Поршнев, человек - раб слышимого слова, ибо не может уклониться от его понимания.

Так как результат внушающего воздействия речи является бессознательным для слушателя, его эффективность весьма высока. Исторически новым уровнем речевого воздействия является убеждение. Оно возникает в сознании говорящего как мысль, объединяющая признаки предметов, обстоятельства жизни, явления в связанную реальность. Убеждение побуждает слушателей к рассуждению, мысленной полемике, результат которой осознается. Эффективность убеждающего речевого воздействия поэтому часто ниже, чем внушающего.

Оценка типа воздействия в МК затруднена вследствие необратимости и высокого темпа речевого потока, отчего внушение во многих случаях субъективно воспринимается как убеждение, и наоборот. Диапазон воздействий, квалифицируемых как убеждение, также неоправданно расширен, отчего внушение в МК распространено и практически не учтено.

Высказывания обоих типов различаются по характеру связности, выразительным особенностям, организации фразы. Речь-убеждение содержательно динамична; в ней представлены сложноподчиненные предложения, образующие целостность высказывания; удлиняются фразы, вытекающая по смыслу одна из другой; утверждения поясняются; наблюдаются изменения темпа и громкости; выраженный интонационный - эмоционально-волевой - рисунок фразы, смысловые паузы разной длительности, содержательно структурирующие динамику речи. Ее информационная нагрузка высока не только за счет емкой содержательной организации, но выражения в ней свойств личности говорящего, его отношения к предмету общения. Речь убеждающего типа звучит сдержанно и кажется маловыразительной, но оказывает пролонгированное эмоциональное и волевое воздействие на сознание слушателей.

В речи с внушающей направленностью наблюдается доминирование простых и сложносочиненных предложений, склонность к именительным падежам и инфинитивам, повторам, перифразам, есть срывы высказывания, нарушения временной и причинной последовательности, отступления от темы, отчего информативность общения снижается. Такая речь монотонностью вследствие мало меняющегося темпа и громкости, а также однообразия интонаций и сокращения смысловых пауз. Монотонность речи вызывает отвлечение внимания и снижение критичности у слушающих, а бедность и однообразие интонаций определяют низкий уровень ее эмоционально-волевого содержания, побудительности, поэтому она вызывает у слушателей состояние эмоционального 'голода'. Речь такого типа бывает возбужденной, напряженной, демонстративной, отчего может ошибочно восприниматься как яркая и эмоциональная. Она часто состоит из разрозненных и субъективно значимых для говорящего впечатлений, идей и свойственна, видимо, харизматическим личностям. Реальное же смысловое влияние речи такого типа на сознание слушателей является низким. Значит, звучащая в МК речь оказывает пролонгированное психологическое воздействие на сознание больших групп людей. И если убеждающее воздействие побуждает слушателей к размышлению, переживанию чувств, активным волевым состояниям, то внушающее воздействие подменяет их собственное содержание сознания посторонними образами и идеями, подавляя собственную работу мысли, вызывая эмоциональный 'голод', состояние бездействия, общий спад волевого напряжения.