

УДК 007.304.659.3

ПЕРСВАЗІЯ ЯК ФОРМА СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ

Наталія Драган-Іванець

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна, e-mail: dragann@yandex.ru*

Розглянуто конкретні види, елементи, моделі персвазії та персвазію як форму соціального впливу. Проаналізовано персвазію як науку та мистецтво. Досліджено психологічну та лінгвістичну концепцію персвазивності.

Ключові слова: персвазія, переконування, наука переконування, модель персвазивного акту, методи та види переконування (персвазії), елементи персвазії.

Вивчення персвазивної комунікації має глибокі історичні коріння. Поняття “персвазивність” вперше вводиться в античній риторичі. Наукова зацікавленість до персвазивної комунікації за кордоном помітна в 40–50-ті роки ХХ століття. “Персвазивну комунікацію досліджували в рамках соціальної психології (Hovland, Janis, Kelley, Sherif), когнітивної психології (Cacioppo, Chaiken, Eagly, Liberman, McGuire, Petty), теорії масової комунікації (Petermann, Petty, Ray, Schenk)” [6]. Мета статті — проаналізувати погляди науковців на персвазію як науку та мистецтво, обґрунтувати моделі, види, елементи й таємниці науки персвазії, дослідити особливості персвазивної комунікації та розглянути персвазію як форму соціального впливу.

А. В. Голоднов, аналізуючи наукову літературу присвячену проблемам персвазивності, виділити два основних напрями у вивченні персвазивної дії: 1) психологічна орієнтація концепції персвазивності (С. Hovland, І. Janis, Н. Kelly, J. Cacioppo, R. Petty, S. Chaiken, А. Liberman); 2) лінгвістична орієнтація концепції персвазивності (М. Hoffmann, Р. Kosta, Е. Mann, М. Moilanen, В. Sandig).

Варто зазначити, що ці два напрями за своєю суттю міждисциплінарні й активно взаємодіють [6]. “Відсутність єдиного погляду на поняття персвазивності пояснюється широким використанням цього терміну для характеристики явищ різного рівня абстракцій. У працях закордонних дослідників трапляються терміни: *персвазивна дія* (persuasive Beeinflussung), *персвазивна комунікація* (persuasive Kommunikation), *персвазивний мовленнєвий акт* (persuasive Sprachhandlung), *персвазивний текст* (persuasiver Text), *персвазивна ситуація* (persuasive Situation), *персвазивна стратегія* (persuasive Strategie), *персвазивні (риторико-персвазивні) засоби* (rhetorisch-persuasives Mittel)” [7]. До цього слід додати: *персвазивні повідомлення, персвазивний дискурс, персвазивна теорія, персвазивні стимули, теорія персвазивного мовлення, персвазивний процес, пер-*

свазивна стійкість, персвазивна функція, персвазивна мета, персвазивна сила, персвазивні методи, персвазивні ефекти, персвазивний вплив та інші.

Марія Яцимірська у статті “Персвазія у світі віртуального комунікування”, аналізуючи етимологічні довідки, робить висновок, що персвазія — це мистецтво переконувати когось у своїй правоті, адже, **персвазія** (від лат. *Persuasio* — умовляння; *persuadere* — намовляти, переконувати) [5]. Тімоті Борчерс зауважує, що мистецтво переконування змінене за допомогою електронних засобів: “В інформаційному столітті новий підхід у вивченні переконування представляє теорія сучасного переконування, що розробляється у працях вчених із багатьох дисциплін: антропології, культурології, соціології, менеджменту, політології, історії, жіночі дослідження, маркетинг, дослідження людського спілкування та риторичні дослідження” [8]. То ж, без сумніву, можна вважати, що **наука переконування (персвазія)** або ж **теорія переконування** — це, передусім, міждисциплінарна наука. Як зазначено в українській вікіпедії, “**наука переконування** (а ми можемо казати наука персвазія) — це процес чи майстерність впливу, шукання впливу на думки та вчинки особи, шляхом міркування чи розумового звернення, хоча у більшості випадків ефективність залежить від нерациональних факторів” [13].

Олена Синчак у рецензії на книжку Людмили Павлюк “Риторика, ідеологія, персвазивна комунікація” зауважує, що англійський вислів “persuasion theory” варто би перекладати як “теорія переконування”, а не персвазивна теорія. О. Синчак зазначає, що “мовознавці навіть не обговорюють терміна “персвазивна теорія”, який зараз так часто вживають у розвідках із теорії мас-медійної комунікації” [4]. Хоча, професор М. Яцимірська доводить, що персвазія — давно вживаний термін в українській мові [5], адже зведений словник застарілих та маловживаних слів подає терміни: *персвазія* — умовляння; *персвадувати* — переконати, *персвадуєш* — переконуєш [2]. До речі, навіть, Б. Грінченко згадає термін персвазія. Звісно, у його словнику нема визначення цього терміна, але у другому томі під статтею “кадило” знаходимо повчальне прислів’я: “Дурному персвазія, а умерлому кадило, то все одно” [1].

“У США уже понад 60 років вчені досліджують психологію та таємниці науки персвазії, яка змінює основи мислення, впливає на переконання та вчинки людини, використовуючи морально-етичні принципи” [5]. Роберт Чалдіні та інші автори книжки “ТАК! 50 таємниць науки персвазії” стверджують, що персвазія, все-таки, наука, а не мистецтво: “Персвазія заснована на наукових засадах, попри те, що часто неправильно говорять, що переконування — це мистецтво. Хоча талановитих художників можна, звичайно, навчити передавати свої природні здібності, але, насправді, видатні художники, передусім, використовують талант і творчість, а цього не можна дізнатися в будь-якого інструктора. На щастя, у випадку переконування все по-іншому. Навіть люди, які вважають себе аматорами в царині переконування, які не вміють переконати дитину, щоб вона почала гратися іграшками, можуть навчитися ефективно переконувати людей на основі розуміння психології переконування і використання стратегій, ефективність яких доведена науково” [10, с. 11].

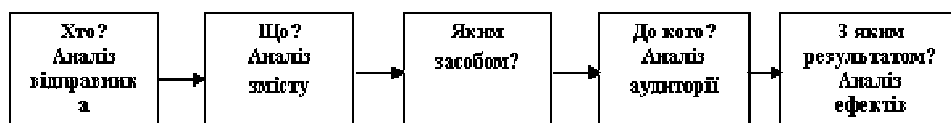
Всесвітньо відомий експерт і тренер у царині переконування та впливу на інших Кевін Хоган також не вважає персвазію чародійством. Хоча, все-таки, сумнівається. Він вважає, що персвазія затягує людей у свою гру, програмує світ і досягає своїх цілей. Науковець запевняє, що світ навколо нас занурений у

переконування. “Якщо ви не можете бачити цього, це означає, що переконування ефективно і добре замасковане. Найкращий захист — це контратака! Замість того, щоб пасти задніх, швидше ідіть вперед, будьте серед людей, які знають, як досягти успіху та реалізувати свої найсміливіші плани. Ви не повинні йти ні на які компроміси, ні від чого не відмовлятися, не змінювати свої плани або ідеї, тільки реалізовувати ваші мрії”, — зазначено у передмові до книги К. Хогана “Прихована персвазія. Психологічні тактики впливу” [11].

Автори Річард Максвелл та Роберт Дікман у книжці “Елементи персвазії” висновують, що для успішної розповіді потрібно п’ять основних елементів: “**пристрасть**, щоб зацікавити аудиторію; **герой**, який веде нас та є рушійною силою розповіді; **антагонізм** або перешкода для героя; **момент усвідомлення**, що дозволяє перемоги герою та **перетворення** героя і світу” [12, с. 20]. Це п’ять основних елементів кожної розповіді. Чому п’ять, а не, скажімо, шість чи сім? Щоб зрозуміти це, вважають автори, нам потрібно повернутися до витоків нашої культури. Перший великий мислитель Піфагор був саме західної культури. Він першовідкривач у створенні нашої музичної гами та творець філософії. Відомо, що він заснував школу, яку можна вважати першим сучасним університетом. Також ця людина — логічна відправна точка для досліджень у царині історії. Однак Піфагор зовсім не залишив писань. Але от від його учня — філософа і поета Емпедокла, ми отримали концепцію світу, що складається з чотирьох елементів: **вогню, землі, води і повітря**. П’ятий елемент, запропонований до його теорії, додали пізніше його учні Платон і Аристотель. Іноді цей елемент називають **ефір**, хоча краще говорити про **простір**. Проте, останнім часом, вчені довели, що чотири елементи Емпедокла — це не тільки характер матеріалу, але й опис внутрішніх психічних станів. Отож п’ять архетипічних елементів Емпедокла та його учнів тісно пов’язані з п’ятьма елементами розповіді, де **пристрасть** — це вогонь, **земля** — герой, **антагонізм** — вода, **момент усвідомлення** — повітря, а **перетворення** — це простір [12, с. 21].

Р. Максвелл і Р. Дікман переконані, якщо ми будемо пам’ятати і використовувати п’ять елементів персвазії, то, без сумніву, наші розповіді будуть більш цілеспрямовані, ефективні та продуктивні. Автори зауважують, що згадані п’ять елементів, часто називають **моделлю РНААТ** (вимовляється як “fat” — жир). РНААТ — (з англ. passion (пристрасть), hero (герой), antagonism (антагонізм), awareness (усвідомлення), transformation (трансформація)) [12, с. 241]. Автори вважають, що найважливіша частина нашої розповіді міститься в емоціях. Факти без емоцій — сухі, їх важко пригадати [12, с. 242]. Дефініція, яку використовують автори у своїй книжці, проста: “**Повідомлення — це факт, загорнутий в емоції, що змушує вживати заходів, які перетворюють наш світ**” [12, с. 16].

Свого часу американський журналіст, політолог та дослідник пропаганди Гарольд Лассвелл запропонував модель комунікативного процесу для вивчення переконувального впливу, що складається з п’яти основних компонентів: “Хто говорить, що, яким засобом, до кого і з яким результатом?” (*Who says what to whom in which channel with what effect?*).



Проілюстрована модель персвазивного акту (акту переконання) або ж модель Лассвелла стосується таких актів спілкування, під час яких комуніканти чітко формулює комунікативну мету, знає, яких змін позицій чи поведінки він хоче від комуніката. Комунікативний процес при цьому розглядається як одно-векторний опосередкований акт впливу на комуніката, який залежить від п'яти чинників спілкування [3, с. 10].

Отож модель Лассвелла і п'ять елементів персвазії Річарда Максвелла та Роберта Дікмана спрямовані на досягнення кінцевої мети — переконання якомога більшої кількості осіб та доведення слушності конкретних поглядів, які в результаті стануть переконаннями.

Відомо, що **персвазія** — це одна з форм соціального впливу. Персвазивні методи іноді називають **тактикою переконання** або **переконання стратегій**. Роберт Чалдіні у книжці “Вплив: наука і практика” [9], визначив шість основних принципів соціального впливу:

- *правила взаємності* (ми вважаємо своїм обов'язком відповісти на взаємність та люб'язність, яку нам надають);
- *авторитети* (чекати, поки фахівці покажуть нам шлях);
- *заангажування та наслідки* (ми хочемо діяти відповідно до зобов'язань);
- *недоступність* (що мені є менш доступне, того більше я хочу);
- *любов і співчуття* (що більше ми любимо когось, то з більшою готовністю погоджуємося з ним);
- *суспільний доказ справедливості* (форма нашої поведінки залежить від спостереження за діями інших людей).

“Роботи таких теоретиків як Walter Ong, Neil Postman, Kathleen Hall Jamieson, Michael Calvin McGee підтверджують, що переконання в суспільстві постійно адаптується до культурних цінностей та вірувань, а також економічних і соціальних структур, які керують суспільством” [8]. То ж Т. Борчерс вважає, що “сьогоднішній світ вимагає нової перспективи переконання, яка заснована на припущенні, що людська свідомість назавжди змінена через комунікаційні технології. Зміни швидко розвиваються, тому ми повинні вийти за межі традиційних теорій, щоб краще зрозуміти, як реагувати на оцінки і переконувальні комунікації в епоху технічного прогресу” [8].

Отже, персвазія — це як самостійна наука, так і частина багатьох між-дисциплінарних гуманітарних наук. Також персвазія — це майстерність впливу на думки та вчинки інших. То ж, зрозуміло, що за науковими таємницями персвазивної комунікації прихована і мистецька сторона персвазії. Не варто забувати, що персвазія — це одна з форм соціального впливу. Отож тільки креативний журналіст, який уміло персвадує, матиме справжній успіх у переконанні аудиторії.

-
1. Грінченко Б. Д. Словарь української мови // А. А. Бурачок, Г. М. Гнатюк, С. І. Головащук та ін. — К.: Наук. думка, 2001. — Т. 2. — С. 206.
 2. Зведений словник застарілих та маловживаних слів (доступно з: <http://litopys.org.ua/rizne/zvslovnyk.htm>).

3. *Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації. — К.: Видавничий центр “Київський університет”, 1999. — 308 с.
4. *Синчак О.* Людмила Павлюк “Риторика, ідеологія, персвазивна комунікація”. — Львів: ПАІС, 2007 // Критика. — 2010. № 3-4.
5. *Яцимирська М. Г.* Персвазія у світі віртуального комунікування // Наукові записки Інституту журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. — Т. 35. — Київ, 2009. — С. 18-22.
6. *Голоднов А. В.* Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы): Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / А. В. Голоднов: — СПб.: СПбГУ, 2003.
7. *Голоднов А. В.* Риторический метадискурс: к определению понятия // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, № 2 (13). Серия Филология. — СПб, 2008. — С. 7-18.
8. *Borchers T.* Persuasion in the media age. New York: McGraw-Hill, 2005.
9. *Chialdini R.* *Influence: Science and practice* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon, 2001.
10. *Goldstein N., Martin S., Cialdini R.* “ТАК! 50 sekretyw nauki perswazji” / Przeklad Michal Lipa, 2007.
11. *Hogan K., Speakman J.* Ukryta perswazja. Psychologiczne taktyki wywierania wpływu, One Press, 2007.
12. *Maxwell R., Dickman R.* Elementy perswazji. Histotie wnikakające w umysł: sprzedawanie i motywowanie przez opowiadanie / Przeklad Grzegorz Luczkiewicz, 2008.
13. <http://uk.wikipedia.org/wiki>.

PERSUASION AS A FORM OF SOCIAL INFLUENCE

Natalia Dragan-Ivanets

Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
Tel. office: (032) 239-47-75
E-mail: dragann@yandex.ru

This article about persuasion as a science and skill. The concrete kinds, elements and models of persuasion are considered. Investigational persuasion as a form of social influence. Focuses on psychological and linguistic concept persuasion.

Key words: persuasion, science of persuasion, model of persuasion statement, methods and types of persuasion, elements of persuasion.

ПЕРСВАЗИЯ КАК ФОРМА СОЦИАЛЬНОГО ВЛИЯНИЯ**Наталья Драган-Иванец**

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,

ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина

Тел. оф.: (032) 239-47-75

E-mail: dragann@yandex.ru

Проанализировано персвазию как науку и искусство. Рассмотрены конкретные виды, элементы и модели персвазии и персвазия как форма социального воздействия. Исследовано психологическую и лингвистическую концепцию персвазивности.

Ключевые слова: персвазия, убеждения, наука убеждения, модель персвазивного акта, методы и виды убеждения (персвазии), элементы персвазии.

Стаття надійшла до редколегії 30.08.2011

Прийнята до друку 06.11.2011