



УДК 159.9.316.6
ББК88.53

ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ТИПОВ ЛИЧНОСТИ НА ПРЕДРАСПОЛОЖЕННОСТЬ К ВОЗДЕЙСТВИЮ СЛУХОВ

Сергеев Анатолий Анатольевич

Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры психологии Волгоградского государственного университета
AnAn69@yandex.ru, psi@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Коваленко Евгений Сергеевич

Магистрант направления подготовки «Психология» кафедры психологии
Волгоградского государственного университета
vs2010xz@yandex.ru, psi@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. Предрасположенность понимается нами как тенденция сближения психологического пространства субъекта и поступающей информации. Она зависит от многих факторов, в том числе и от доминирующего типа личности. В результате исследования было выявлено, что реципиенты экстравертивного типа наиболее предрасположены к воздействию когнитивного и поведенческого компонентов слуха (интровертивный тип предрасположен к воздействию через эмоциональный компонент); реципиенты с доминирующим сенсорным типом личности предрасположены к воздействию когнитивного и эмоционального компонентов слуха (интуитивный тип предрасположен к воздействию через когнитивный и поведенческий компоненты); чувствующий тип предрасположен к влиянию эмоционального компонента распространяемого слуха.

Ключевые слова: неформальная коммуникация, слухи, психологическое воздействие, предрасположенность к воздействию, типы личности.

Коммуникация как процесс обмена информацией между двумя и более социальными субъектами может осуществляться как на официальном, формальном, так и неофициаль-

ном, неформальном уровнях. К основным особенностям неформальной коммуникации можно отнести большую скорость передачи информации, варьирование обхвата объема ауди-

тории, неподтвержденную достоверность передаваемых сообщений. К элементам неформальной коммуникации относят: слухи, сплетни, ложь, обман, юмор, мифы, легенды и др. В рамках нашего исследования остановимся более подробно на слухах.

Сущности и специфика слухов представлена работами В.И. Андрианова [1], Б.В. Дубина [5], А.В. Толстых [5], Д.В. Ольшанского [7], G. Allport [15], T. Shibutani [19] и др. Слухи понимаются нами как специфический феномен коммуникации, который характеризуется процессом возникновения и неформального распространения эмоционально окрашенного сюжета сообщения без официального подтверждения, направленный на удовлетворение актуальных информационных потребностей в ситуации дефицита информации, построенный на доверии, оказывающий влияние на поведение индивида в социальных образованиях. Слухи рассматриваются сегодня не только как стихийное коммуникативное явление, но и как технология влияния на общественное мнение, эффективное средство информационно-психологического воздействия. Подтверждением последнего высказывания являются результаты эмпирических исследований С.А. Беззубцева [2], А.С. Чекрыгина [12]. По мнению С.А. Беззубцева, слухи обладают определенным потенциалом психологического воздействия на сотрудников: с одной стороны, они могут быть использованы как средство психологического воздействия в практике управления человеческими ресурсами, а с другой – являются неким стихийным фактором, который может вносить различные деструкции в процесс трудовой деятельности [2, с. 95]. О том, что слухи обладают потенциалом психологического воздействия на участников коммуникационного процесса, косвенно можно судить, опираясь на научные представления об их функциях и природе слухов [4; 13; 16; 17; 19 и др.].

Косвенно тематики слухов затрагивают исследования использования манипулятивных технологий для воздействия на массовое сознание Г. Блумер [3], Г. Шиллер [14]. Особый интерес представляют работы С.Г. Кара-Мурзы [6], С.В. Пацынко [8], О.В. Попковой [9], Г.Г. Почепцова [10], в которых рассматривается возможность использования слухов при формировании общественного мнения. Не-

смотря на большой интерес к изучению социально-психологических предпосылок, закономерностей возникновения и распространения слухов, функций, которые выполняет данное явление в неформальной межличностной коммуникации, обнаруживается недостаточное внимание к факторам, определяющим степень предрасположенности к психологическому воздействию с их стороны. Предрасположенность понимается нами как тенденция сближения психологического пространства субъекта и поступающей информации, не зависимо от формы ее представления. Пространство это многомерно, обладает аффективными, конативными и когнитивными характеристиками, которые формируются в опыте субъекта. Предрасположенность как тенденция человека действовать определенным образом является сложным образованием, зависящим от многих факторов, ранее например, выявлена зависимость предрасположенности к манипулятивному воздействию от половых, гендерных и профессиональных различий респондентов [11]. На наш взгляд, весьма актуальным представляется проведение исследования по выявлению влияния типа личности на предрасположенность к внешнему воздействию через распространение слухов.

В нашем исследовании под типом личности понимается совокупность устойчивых личностных проявлений человека. За основу взята типология Майерс – Бриггс, которая включает в себя 8 типов личности: Экстравертивный тип (E) – Интровертивный тип (I) – Сенсорный тип (S) – Интуитивный тип (N) – Чувствующий тип (F) – Мыслительный тип (T) – Оценивающий тип (J) – Воспринимающий тип (P) [18, с. 791].

Исходя из характерологических особенностей слуха, в нем могут быть выделены когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты воздействия. Предрасположенность к влиянию когнитивного компонента может отражаться в желании индивида найти дополнительные сведения, связанные с полученной неофициальной информацией или желание рассказать о ней другому. Предрасположенность к влиянию эмоционального компонента может быть охарактеризована эмоциональными реакциями, вызванными получением непроверенной информация (например,

чувство тревоги или агрессивности). Предрасположенность к влиянию поведенческого компонента связана с изменением деятельности индивида, после получения значимой информации. Кроме того, этот компонент связан с желанием респондента каким-либо образом повлиять на сложившуюся ситуацию, отраженную в полученной им непроверенной информации.

Для диагностики предрасположенности к компонентам распространяемого слуха мы разработали опросник, который призван определить, какой именно компонент имеет доминирующее значение в ситуации воздействия на реципиента за счет использования слуховой ситуации. Опросник представлен 9 шкалами, на которых респонденту необходимо точкой отметить свое отношение к вопросу.

Для диагностики типов личности, мы использовали типологический опросник МВТІ, который основан на выявлении двух различных способов пополнения запаса энергии (шкала «экстраверсия – интроверсия»), двух противоположных способов сбора информации (шкала «сенсорность – интуиция»), двух различных способов принятия решений (шкала «мышление – чувствование») и двух различных способов организации своего взаимодействия с внешним миром («решение – восприятие») [18]. Таким образом, существуют четыре основных шкалы, на которых человек в силу своей индивидуальности занимает определенное место, тот или иной полюс в каждой паре оппозиций.

Выполнив необходимые подготовительные процедуры, мы провели эмпирическое исследование, на первом этапе которого была организована диагностика респондентов по описанным выше методикам (выборку нашего исследования составили 105 человек). На втором этапе, используя полученные результаты, мы с помощью корреляционного анализа обнаружили взаимосвязь, а с помощью однофакторного дисперсионного анализа – влияние типов личности на предрасположенность к компонентам слуха в ситуации его распространения.

Наглядно взаимосвязь типов личности и предрасположенности к воздействию слуха можно увидеть в таблице 1.

Влияние преобладающей совокупности устойчивых личностных проявлений человека на предрасположенность к воздействию слуха представлено в таблице 2.

Вывод по результатам исследования: экстравертивный тип наиболее предрасположен к воздействию когнитивного и поведенческого компонентов слуха (интровертивный тип предрасположен к воздействию через эмоциональный компонент); сенсорный тип личности предрасположен к воздействию когнитивного и эмоционального компонентов слуха (интуитивный тип предрасположен к воздействию через когнитивный и поведенческий компоненты); чувствующий тип предрасположен к влиянию эмоционального компонента распространяемого слуха. Влияние таких типов личности, как мыслительный, оценива-

Таблица 1

Результаты корреляционного анализа взаимосвязи типов личности и предрасположенности к воздействию компонентов слуха

Тип личности	Когнитивный компонент	Эмоциональный компонент	Поведенческий компонент
Экстраверсия	,797 **	-,676 **	,742 **
Интроверсия	-,573 **	,445 **	-,521 **
Сенсорный тип	,468 **	,551 **	-,499 **
Интуитивный тип	-,562 **	,610 **	,764 **
Мыслительный тип	-,192	,214	-,112
Чувствующий тип	,664 **	-,562 **	,618 **
Оценивающий тип	,002	,121	,150
Воспринимающий тип	,008	-,109	-,108

Результаты дисперсионного анализа влияния типов личности на предрасположенность к воздействию слуха *

Предрасположенность к воздействию компонентов слуха	Типы личности		
	Когнитивный компонент	Экстравертивный тип	Сенсорный тип / Интуитивный тип
Эмоциональный компонент	Интровертивный тип	Сенсорный тип	Чувствующий тип
Поведенческий компонент	Экстравертивный тип	Интуитивный тип	–

Примечание. * Различия достоверны на 5 % уровне значимости.

ющий и воспринимающий, на предрасположенность к воздействию со стороны распространяемого слуха выявлено не было.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андрианов, В. И. «Слухи» как социальный феномен / В. И. Андрианов, В. К. Левашов, А. Т. Хлопьев // Социологические исследования. – 1993. – № 1. – С. 132–138.

2. Беззубцев, С. А. Слухи, которые работают на вас / С. А. Беззубцев. – СПб. : Питер, 2003. – 192 с.

3. Блумер, Г. Коллективное поведение / Г. Блумер ; пер. Д. Водотынского // Американская социологическая мысль: тексты / сост. Е. И. Кравченко ; под ред. В. И. Добренкова. – М. : Изд-во МГУ, 1994. – 115 с.

4. Дмитриев, А. В. Неформальная политическая коммуникация / А. В. Дмитриев, В. В. Лагынов, А. Т. Хлопьев. – М. : Росспэн, 1996. – 200 с.

5. Дубин, Б. В. Слухи как социально-психологический феномен / Б. В. Дубин, А. В. Толстых // Вопросы психологии. – 1993. – № 3. – С. 24–34.

6. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2009. – 864 с.

7. Ольшанский, Д. В. Политическая психология / Д. В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.

8. Пацынко, С. В. Влияние слухов на электроальное поведение избирателей : дис. ... канд. психол. наук / Пасынко Светлана Владимировна. – М., 2007. – 219 с.

9. Попкова, О. В. Природа слухов и их влияние на формирование общественного мнения : автореф. дис. ... канд. социол. наук / Попкова Ольга Владимировна. – Саратов, 1999. – 29 с.

10. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 1998. – 252 с.

11. Сергеев, А. А. Влияние половозрастных, гендерных и профессиональных различий на пред-

расположенность к манипулятивному воздействию / А. А. Сергеев // Ученые записки Орловского университета. – 2013. – № 4 (54). – С. 383–387.

12. Чекрыгин, А. С. Социально-психологические закономерности распространения слухов в организации : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Чекрыгин Александр Сергеевич. – М., 2005. – 30 с.

13. Шерковин, Ю. А. Слухи как социальное явление и как орудие психологической войны / Ю. А. Шерковин, А. П. Назаретян // Психологический журнал. – 1984. – № 5. – С. 45.

14. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер ; пер. с англ. В. М. Погостина, А. Н. Бурмистенко ; науч. ред. Я. Н. Засурский. – М. : Мысль, 1980. – 326 с.

15. Allport, G. W. An Analysis of Rumor / G. W. Allport, L. Postmann // Public Opinion Quarterly. – 1946. – № 10. – P. 501–517.

16. Kapferer, J. N. Rumeurs / J. N. Kapferer. – Paris : Ed. deSeuil, 1987. – 235 p.

17. Peterson, W. A. Rumor and Public Opinion / W. A. Peterson, N. P. Gist // American Journal of Sociology. – 1951. – Vol. 57. – P. 159–167.

18. Sippes, G. J. “Item Analysis of the Myers-Briggs Type Indicator” Educational and Psychological Measurement / G. J. Sippes, R. A. Alexander, L. Friedt // Socio-psychdogical research. – 1985. – Vol. 45, no. 4. – P. 789–796.

19. Shibutani, T. Improvised News: A Sociological Study of Rumor / T. Shibutani. – Indianapolis, Ind. : Bobbs-Merril, 1966. – 300 p.

REFERENCES

1. Andrianov V.I., Levashov V.K., Khlopyev A.T. “Slukhi” kak sotsialnyy fenomen [Rumors as a Social Phenomenon]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1993, no. 1, pp. 132-138.

2. Bezzubtsev S.A. *Slukhi, kotorye rabotayut na vas* [Rumors that Work for You]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2003. 192 p.
3. Blumer G. Kollektivnoe povedenie [Collective Behavior]. Dobrenkov V.I., ed. *Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl: texty* [American Sociological Thought. Texts]. Moscow, MGU Publ., 1994. 115 p.
4. Dmitriev A.V., Latynov V.V., Khlopyev A.T. *Neformalnaya politicheskaya kommunikatsiya* [Informal Political Communication]. Moscow, Rosspen Publ., 1996. 200 p.
5. Dubin B.V., Tolstykh A.V. Slukhi kak sotsialno-psikhologicheskii fenomen [Rumors as a Social and Psychological Phenomenon]. *Voprosy psikhologii*, 1993, no. 3, pp. 24-34.
6. Kara-Murza S.G. *Manipulyatsiya soznaniem* [Manipulation of Consciousness]. Moscow, Eksmo Publ., 2009. 864 p.
7. Olshanskiy D.V. *Politicheskaya psikhologiya* [Political Psychology]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2002. 368 p.
8. Patsynko S.V. *Vliyanie slukhov na elektoralnoe povedenie izbirateley*. Diss. ... kand. psikh. nauk [The Impact of Rumors on the Electoral Behavior of Voters. Cand. psych. sci. diss.]. Moscow, 2007. 219 p.
9. Popkova O.V. *Priroda slukhov i ikh vliyanie na formirovanie obshchestvennogo mneniya*. Avtoref. dis. ... kand. sociol. nauk [The Nature of Rumors and Their Impact on Public Opinion. Cand. socio. sci. abs. diss.]. Saratov, 1999. 29 p.
10. Pochepcov G.G. *Teoriya kommunikatsii* [Theory of Communication]. Moscow, Tsentr Publ., 1998. 252 p.
11. Sergeev A.A. Vliyanie polovozrastnykh, gendernykh i professionalnykh razlichiy na predispozitsionnost k manipulativnomu vozdeystviyu [The Influence of Sex and Age, Gender and Occupational Differences on the Susceptibility to the Manipulative Impact]. *Uchenye zapiski Orlovskogo universiteta*, 2013, no. 4 (54), pp. 383-387.
12. Chekrygina A.S. *Sotsialno-psikhologicheskie zakonomernosti rasprostraneniya slukhov v organizatsii*. Avtoref. dis. ... kand. psihol. nauk [Social and Psychological Patterns of Rumors Spreading in Organization. Cand. psych. sci. diss. abs.]. Moscow, 2005. 30 p.
13. Sherkovin Yu.A. Nazaretyan A.P. Slukhi kak sotsialnoe yavlenie i kak orudie psikhologicheskoy voyny [Rumors as a Social Phenomenon and as an Instrument in Psychological War]. *Psikhologicheskii zhurnal*, 1984, no. 5, p. 45.
14. Shiller G. *Manipulyatory soznaniem* [Manipulators of Consciousness]. Moscow, Mysl Publ., 1980. 326 p.
15. Allport G.W., Postmann L. An Analysis of Rumor. *Public Opinion Quarterly*, 1946, no. 10, pp. 501-517.
16. Kapferer J. N. Rumeurs. Paris, Ed. de Seuil, 1987. 235 p.
17. Peterson W.A., Gist N.P. Rumor and Public Opinion. *American Journal of Sociology*, 1951, vol. 57, pp. 159-167.
18. Sippes G.J., Alexander R.A., and Friedt L. "Item Analysis of the Myers-Briggs Type Indicator" *Educational and Psychological Measurement*, 1985, vol. 45, no. 4, pp. 789-796.
19. Shibusani T. *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis, Ind., Bobbs-Merrill, 1966. 300 p.

THE STUDY OF PERSONALITY TYPES INFLUENCE ON THE SUSCEPTIBILITY TO RUMORS IMPACT

Sergeev Anatoliy Anatolyevich

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Psychology,
Volgograd State University
AnAn69@yandex.ru, psi@volsu.ru
Pros. Universitetskiy, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Kovalenko Evgeniy Sergeevich

Master Student of "Psychology" Degree Program, Department of Psychology,
Volgograd State University
vs2010xz@yandex.ru, psi@volsu.ru
Pros. Universitetskiy, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. Rumors are now considered to be not only the natural communicative phenomenon, but also the effective means of informative and psychological impact. The effectiveness of psychological impact through rumors is determined by the proximity of incoming information to the structure of psychological spatial values of a person. The susceptibility is understood as a trend of convergence of the psychological space of a person and incoming information. It depends on many factors, including the dominant personality type.

In our survey, the type of a person means a set of sustainable human personal manifestations (Myers – Briggs typology). The cognitive, emotional and behavioral components of impact can be distinguished on the assumption of personality traits.

The survey found that most recipients of extraverted type are susceptible to the effects of cognitive and behavioral components of hearing while people of introverted type are susceptible to the influence through emotional component; recipients of dominant sensory type are susceptible to the effects of cognitive and emotional components of hearing while people of intuitive type are susceptible to the effects of cognitive and behavioral components; recipients of feeling type are susceptible to the influence of the emotional component of spreadable rumors.

Key words: informal communication, rumors, psychological impact, susceptibility to impact, personality types.