

4. Робототехника и гибкие автоматизированные производства: в 9 книгах. Кн. 2. Приводы робототехнических систем: уч. пособие для втузов / под ред. И. М. Макарова. – М. : ВШ, 1986. – 175 с.

УДК 621.762.4

Свиридович Е. В., Гриценко А. А.

ПСИХОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ В РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ

БНТУ, г. Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: ст.преподаватель Полуйчик Т.В.

Цель исследования: изучение психологического воздействия в русских народных сказках. Роберт Чалдини - американский психолог, профессор Аризонского университета, специалист в области экспериментальной и социальной психологии раскрывает несколько принципов и эффективных приёмов влияния и убеждения: взаимный обмен, обязательство и последовательность, социальное доказательство, благорасположение, авторитет и дефицит. Практически все принципы психологии воздействия, описанные Робертом Чалдини, встречаются в русских народных сказках.

Сказка – особое произведение, с помощью которого наши предки не только развивали фантазию ребенка, но и воспитывали его, помогали освоиться в сложном реальном мире. Сказка помогала подсознательно или сознательно обучать ребёнка в семье правилам и цели жизни, необходимости защиты своей общины и достойного отношения к другим людям. В сказках много информации о взаимоотношениях людей, их идеалах и мечтаниях.

Принцип взаимного обмена отражает народная мудрость «ты мне – я тебе». Чалдини пишет, что мы обязаны постараться отплатить каким-то образом за то, что предоставил нам

другой человек и что обязательство, распространяющееся на будущее, ассоциируется с японским словом, используемым для выражения благодарности, *sumimasen*, которое буквально означает «это не будет иметь конца» [1].

Например, в русской народной сказке «Бобовое зернышко» курочка просит у речки водицы для петушка, листок для речки у дерева, нитку для дерева у девушки, гребень для девушки у гребенщиков, калачей для гребенщиков у калашников, дров для калашников у дровосеков.

В сказке «Гуси-лебеди» девочке, чтобы убежать от злых птиц с братцем пришлось все-таки выполнить просьбы речки («Поешь моего простого киселька»), яблони («Поешь моего лесного яблочка») и печки («Поешь моего ржаного пирожка»).

Роберт Чалдини отмечает, что в основе одного из приемов принципа взаимного обмена, который он называет «отказ-затем-отступление», лежит принуждение к обмену взаимными уступками. Начав с чрезвычайно завышенного требования, которое в обязательном порядке будет отвергнуто, требующий затем может с выгодой для себя отступить к более реальному требованию (именно к тому, которое и является для него по-настоящему важным), которое с достаточной долей вероятности будет выполнено, поскольку выглядит уступкой [1].

Применение этого приема можно встретить в сказке «Каша из топора» солдат, не получив от хозяйки еды, отступает от своей просьбы, а затем варит вкусную кашу из ее продуктов, да еще и топор с собой забирает «доваривать». В разговоре со старухой солдат применяет правило «отказ-затем-отступление».

Принцип обязательства и последовательности предполагает выполнение человеком данного слова, особенно публично. Чалдини отмечает, что психологи давно обнаружили, что большинство людей стремятся быть и выглядеть последовательными в своих словах, мыслях и делах. Оказывается, последовательность высоко оценивается обществом, помогает человеку в повседневной жизни [1].

Уважение к данному слову встречается в сказке «Маша и медведь» девочка возвращается домой благодаря тому, что медведь сам предлагает отнести гостинцы бабушке и дедушке и не смотреть, что в корзине несет.

Принцип социального доказательства используют многие герои сказок. Например, в сказке «Лиса и тетерев» лисица сначала пытается заставить тетерева слететь с дерева, притворившись глуховатой. Затем лиса пытается обмануть осторожного тетерева ложным указом о мире на всей земле среди зверей. Но тетерев смог противостоять психологическому давлению и даже избавился от лисы, намекнув о собаках, которых видит с высокого дерева.

Чалдини поясняя действие принципа социального доказательства говорит, что согласно принципу этому, люди, для того чтобы решить, чему верить и как действовать в данной ситуации, ориентируются на то, чему верят и что делают в аналогичной ситуации другие люди. Склонность к подражанию обнаружена как у детей, так и у взрослых. Эта склонность проявляется при совершении самых разных действий, таких как принятие решения что-либо купить, пожертвование денег на благотворительные нужды... Принцип социального доказательства может быть применен для побуждения человека подчиниться тому или иному требованию; при этом данному человеку сообщают, что многие люди (чем больше, тем лучше) соглашаются или согласились с этим требованием [1].

Но принцип социального доказательства может сослужить плохую службу тем, кто верит большинству. Вера в мнение большинства приводит героев сказки «Звери в яме» к беде. В самом начале сказки курочка ввела петушка в заблуждение. По пути к ним присоединились заяц, лиса, волк и медведь. Звери бежали очень быстро и попали в глубокую яму.

Таким образом социальное доказательство привело их к гибели. Причем из всей компании выжила только лиса, пото-

му что она применила еще один принцип психологического воздействия – принцип авторитета.

Роберт Чалдини упоминает более трагичное происшествие. Преступник убивал свою жертву на ее родной улице. Шум слышали все соседи, но никто не вызвал полицию, так как каждый думал, что среди такого большого количества соседей уже давно кто-то позвонил в полицию. Чалдини изучал похожие ситуации, созданные для эксперимента, и пришел к выводу, что в критической ситуации, когда люди не оценивают тяжесть состояния человека, необходимо просить помощи не у толпы, а у отдельных конкретных людей.

Отрицательная сторона принципа социального доказательства отражается и в сказке «Кривая уточка». Когда девушка после того, как дед и баба спалили её пёрышки, стала просить у пролетающей стаи гусей перышек. Гуси в стаях поступали «как все», считая, что среди других обязательно найдутся те, кто поможет. А одинокий гусь, который почувствовал личную ответственность, оказал помощь девушке из.

Интересны примеры воздействия принципа благорасположения на людей. Чалдини утверждает, что люди предпочитают соглашаться с теми индивидами, которые им знакомы и симпатичны. Зная об этом правиле, «профессионалы уступчивости» обычно стараются выглядеть как можно более привлекательными. Психолог выделяет некоторые факторы, влияющие на отношение к человеку окружающих: физическая привлекательность, сходство, близкое знакомство, похвала, наличие ассоциаций (связь с какими-либо положительными моментами) [1].

Читатели русской народной сказки «Колобок» понимают, почему только лиса смогла съесть колобка. Колобок убежал от бабушки и дедушки, зайца, волка и медведя. Он считал, что и от лисы убежит. Но лиса перехитрила беглеца. Она похвалила его песенку и колобок тут же выполнил её просьбу сесть ближе на нос.

Близким знакомством воспользовалась лиса в сказке про зайчика и лубяную избушку, когда она у него переночевать,

да его из избенки и выгнала. А в сказке «Лиса-исповедница» героиня воздействует на петуха, используя положительные ассоциации. Но петух не растерялся, он не только похвалил лису, но и применил принцип, который Чалдини называет «дефицит или правило малого». Петух предлагает ей то, что она хотела бы получить, но не имела.

Часто встречается в сказках принцип авторитета. Например, в упомянутой уже сказке «Звери в яме» бесспорным авторитетом пользовалась лиса, а в сказке «Морозко» старик не смел спорить со своей сварливой старухой.

О воздействии принципа авторитета Чалдини пишет, что общество в целом оказывает сильное давление на своих отдельных членов с целью побуждения их к согласию с требованиями авторитетов. Действуя вопреки собственной воле, многие нормальные, психически здоровые индивиды были готовы причинять другим людям сильную боль по приказу авторитетного человека [1].

Таким образом, очевидно, что во многих русских народных сказках используются принципы психологии влияния, описанные нашим современником, но существующие в далекие времена. В сказках отражались отдельные случаи воздействия на человека для достижения определенной цели, а в современном мире мы постоянно ощущаем психологическое давление со стороны. Люди, которые придумывали эти сказки, показывали другим, как можно попасть в беду, поддавшись психологическому воздействию. Сказка в современном мире – это не только забава для маленького ребенка, а и способ научить этого ребенка жить в обществе, различать добро и зло, правильно поступать в той или иной ситуации. В сказках заложена мудрость русского народа. Они понятны, интересны и поучительны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чалдини, Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся / Р. Чалдини. – 5-е изд., СПб.: Питер, 2012. – 336 с.: ил.