

УДК 159.9

DOI <https://doi.org/10.30970/PS.2026.27.10>

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ: АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТЕОРІЇ ТА СИНТЕЗ ЇЇ БАЗОВИХ ПОНЯТЬ

Олександр Куций

*Національний університет «Львівська політехніка»,
вул. Степана Бандери, 12, м. Львів, Україна, 79013
<https://orcid.org/0000-0003-3886-3787>
e-mail: oleksandr.a.kutsyi@lpnu.ua*

У статті викладено результати синтезу основних понять зі сфери теорії психологічного впливу. Актуальність дослідження визначається дуже широким застосуванням психологічного впливу у всіх галузях та сферах сучасного суспільства. Це є необхідною компетенцією в багатьох професіях типу «людина-людина», а найбільше психологам, педагогам, менеджерам.

Психологічний вплив визначено обов'язковим атрибутом сучасного соціального середовища, сукупністю стимулів психіки переважно фізичної (інколи хімічної) природи походження зі всім можливим широким спектром щодо засобів та каналів, які спричиняють зміни її функціонування через активізацію в особистості психологічних явищ більш високого рівня розвитку, якими є її когнітивна, емоційна, мотиваційна, рефлексивна компоненти, що синтезуються у відповідній та закономірній поведінці.

Запропоновано графічну модель прогнозованого психологічного впливу. Вона включає такі компоненти: вступ до контакту, мішень, фактори фону, стимул активності, мета, вид, засоби, оцінка (результатів) та корекція. Ця модель є інструментом більш оптимального за структурою, кількістю компонентів, доступністю для розуміння, запам'ятовування, використання планування психологічного впливу для кожного випадку.

Визначено основними видами психологічного впливу переконання, атракція, навіювання, зараження, спонука до наслідування, прохання, примушення, вербальна агресія, чутки, організоване управління, ігнорування та маніпуляція. Вони багато в чому схожі, але різняться за критеріями різної активності когнітивної, емоційної, мотиваційної та рефлексивних компонентів особистості. Це спричиняє суттєві відмінності в механізмах їх реалізації та досягненні ефективності.

Ключові слова: психологічний вплив, графічна модель прогнозованого психологічного впливу, основні види.

Постановка проблеми. Психологічний вплив як явище має досить широке коло різноманітних проявів і за важливістю, потужністю та ступенем застосування беззаперечно займає в сучасному соціально-цивілізаційному середовищі одне з визначальних місць. Можна казати про те, що психологічний вплив є якщо не постійним, так точно частим явищем, яке може мати цілеспрямоване чи випадкове підґрунтя. При цьому, досвід обміну уявленнями з колегами по психології засвідчив значне різноманіття про це явище: від того, що це звичайна буденна, побутова справа, тому там нічого досліджувати і до того, що психологічний вплив може існувати лише в цілеспрямованих науково-дослідницьких експериментах, а все інше є неможливим. Тому, можна констатувати досить суттєву прогалину щодо розуміння фахівцями, в яких професійна компетентність має включати достатньо глибоке розуміння суті, змісту, особливостей, доцільності, потенціалу психологічного впливу як дуже важливого інструменту психолога-професіонала. Але питання



не тільки в цьому. Цілком очевидним є те, що не лише в побутовій, суспільно-інформаційній, а і в професійній діяльності елементи психологічного впливу присутні. Спроби переконувати, просити, вимагати, тиснути, маніпулювати, ігнорувати, навіювати, виявляти агресію, ініціювати та підтримувати чутки, формувати симпатію, заражати, схилити до наслідування і так далі будуть присутні в діапазоні від спонтанних до досить усвідомлених, контрольованих дій, від хаотичних до досить запрограмованих спроб вплинути на когось з оточення різного ступеню фізичної близькості. Окрім цього, розуміння того, яким чином може підвищуватися ефективність психоконсультативної та психотерапевтичної роботи через врахування психологічного впливу суттєво додасть як рівню кваліфікації, так й результативності такої діяльності.

Мета: на основі аналізу публікацій, набутого досвіду визначити на понятійно-теоретичному рівні основні компоненти психологічного впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. За час, що минув від попередньої власної публікації за темою психологічного впливу [5] змінилося багато, а насамперед те, що доступ до публікацій став значно легшим і суттєво збільшилися можливості отримати суттєво більші обсяги необхідних даних. Разом з цим, наявність доступу не означає наявність необхідного. Так, було знайдено низку публікацій в українському інтернет-середовищі, які містять дані в межах психологічного впливу про наступне:

1. Психологічний вплив класифіковано згруповано у такий спосіб: варварські (деструктивні критика, констатації та поради, примус), суперечливі (маніпуляція, навіювання, зараження, прохання, щипок) з рекомендаціями прийомів, технік їхньому протистоянню і цивілізовані (аргументація), який визначено конструктивним [1].

2. «Будь-який соціальний вплив є за своєю сутністю психологічним, оскільки саме психологічний вплив є неодмінною складовою всіх різновидів соціального впливу», наведено класифікацію видів психологічного впливу залежно від мети, змісту, об'єктів, засобів, кількості впливів, ефективності, спрямованості, відкритості. До прихованого віднесено суперництво, нейролінгвістичне програмування, рефлексивну гру (запропоновано В. Саргатовським для визначення типової соціальної гри, в якій особа намагається врахувати те, що про неї думає чи має думати оточення) та маніпуляцію, що можуть реалізуватися з різним рівнем усвідомлення з боку джерела. Прихованим психологічний вплив є тоді, коли його адресат не здогадується про такий факт, та/або не розпізнає кінцеву здійснення, спрямованість наслідків [2]. Тому, варто додати, що прихованість психологічного впливу залежить не лише від майстерності його джерела, суб'єкта, а і від характеристик об'єкту.

3. Найбільш дієвими та гуманними засобами психологічного впливу, які керівник закладу загальної середньої освіти може використовувати для покращення управлінської діяльності визначено переконання, зараження, навіювання, прихильність та прохання. Запропоновано модель класифікації засобів психологічного впливу відповідно до таких ситуацій: конфлікти, публічні виступи, наради, прийом відвідувачів [3].

4. Спроба емпірично дослідити вплив мес-медіа на емоційну сферу молоді. Зроблено висновок про піддатливість молоді інформаційним провокаціям і зазначено необхідність цілеспрямовано цим займатися, оскільки «небезпека полягає у тому, що стан невизначеності, втрата віри у день завтрашній можуть увімкнути паніку, дезорієнтувати, стимулювати хибні дії не лише молодих людей, але й медіа та влади» [4]. Однак, змінні, інструменти отримання даних та зроблені висновки у публікації викликають питання щодо відповідності до базових вимог щодо досліджень.

5. В теоретичній публікації з менеджменту психологічний вплив визначено як засіб оптимальної взаємодії керівників з персоналом, яка передбачає налагодження

взаєморозуміння та взаємної підтримки на засадах гуманізму, справедливості, що має призвести до згоди через врахування особливостей ситуації функціонування організації (звичайна вона чи екстремальна); врахування характеру професійної діяльності працюючих (творча або потребує виконавської дисципліни); соціально-психологічні особливості колективу (наскільки умотивований на досягнення найвищих результатів діяльності); індивідуально-психологічних особливостей окремих працівників [6].

6. Значною можна вважати наступну публікацію, де проведено досить широкий теоретичний аналіз починаючи від поняття впливу загалом, його основних різновидів з більшою концентрацією саме на психологічному. Зазначено те, що сучасний світ перебуває в стані постійного психологічного впливу, який невід'ємним атрибутом повсякденного життя, що реалізується через операціональний (засоби), інтенціональний (мета), результативний і статусно-рольовий (відповідність статусних позицій) аспекти, спричиняє конкретні зміни в особистості, групі і суспільстві через потребово-мотиваційну (знання, переконання, ціннісні орієнтації, потяги, бажання); інтелектуально-пізнавальну (відчуття, сприйняття, уявлення, уява, пам'ять і мислення); емоційно-вольову (емоції, почуття, настрої, вольові процеси); комунікативно-поведінкову (характер і особливості спілкування, взаємодії, взаємовідносин, міжособистісного сприйняття) сфери. Перелічено в якості видів психологічного впливу з одночасною спробою класифікувати за конструктивністю-неконструктивністю кожного, а саме переконання, самопросування, навіювання, зараження, пробудження імпульсу наслідування, формування прихильності, прохання, примушення, деструктивна критика та маніпуляція. При цьому, безапеляційно конструктивних не виявилось, оскільки навіть на перший погляд самі потенційно конструктивні (переконання, прохання) можуть бути такими за певних умов. Окрім цього, до психологічного впливу запропоновано застосовувати поняття «акмеологічного потенціалу», який за своєю функціональністю має бути суто позитивним, сприятливим чи корисним через те, що він є цілеспрямованим і виваженим, хоча шлях може бути досить різноманітним: управлінським, педагогічним, переконуючим, навіюваним, примусовим, комунікативним, контролюючим, мотиваційним, стимулюючим, корекційним, психотерапевтичним, оздоровчим, рекламним і так далі. Тому, пропонується застосовувати такий варіант в термінології впливу як акмеологічний. Ще зазначено те, що його вкрай доцільно застосовувати при професійній підготовці спеціалістів систем «людина-людина», а в реалізації варто поєднувати принципи класичної (інтегративність, цілісність, різнобічність, вершинність, розвиток, історизм, гуманізм) і синергетичної (самоорганізація, ідеологізація) акмеології [8].

7. Щодо того, що швидке поширення інформації та її доступності для аудиторії, вплив на свідомість значно посилюється. Априорі зазначено те, що природа впливу є всепроникною і це може призвести до формування упередженого сприйняття, переконання і поведінки, які можуть не відповідати об'єктивній реальності, а механізми впливу виступають посередником у формуванні чи зміні потреб, мотивів, настанов, способу мислення та інше [10].

8. Про потенціал тексту як засобу психологічного впливу: це є складним, багаторівневим семіотичним утворенням, яке несе в собі вирішальний психологічний вплив автора на свідомість реципієнта з прихованою можливістю керування процесами сприймання та розуміння свого повідомлення. Цей вплив може нести як позитивні, так і негативні наслідки для психіки [11].

Окремо проаналізовано відомі світові наукометричні бази даних в інтернеті, такі як Taylor and Francis, Elsevier (або Scopus) та Clarivate (інша назва Web of Science). На цих ресурсах встановлено те, що в опублікованих статтях психологічний вплив як окреме явище фактично не розглядається. Є різні комбінації дослідницьких ідей, в яких визначальними є те, яким чином якийсь об'єктивне явище (пандемія, лідерство, стосунки, соціальний вплив, релігія, шлюб, масмедіа та багато чого іншого) впливає на щось суб'єктне

(стан, емоції, сприйняття, самооцінку, розвиток, мотивацію і так само не менш довгий список, ніж було у попередньому). Лише в одній англomовній публікації [12], автор якої виявився представником Узбекистану, вдалося знайти спроби відобразити саму суть психологічного впливу, його різновиди та особливості застосування.

Таким чином, огляд знайдених публікацій засвідчив те, що:

- психологічний вплив як явище існує (це безапеляційно), що є складним системним соціокультурним багаторівневим постійним усюдисущим феноменом, який доцільно досліджувати через поєднання аналізу теоретичних досягнень з їх практичними перевірками щодо дієвості, доцільності, якості;

- схоже на те, що в англomовному науковому просторі не розглядається психологічний вплив як окреме явище у вигляді сформованих понять, структури, моделі, видів і так далі. Але це існує на теренах пострадянського простору. Можливо, що саме через це ворожа пропаганда зазнає успіхів, а європейські та інші суб'єкти поки здивовані та погано розуміють, що відбувається;

- фактично у всіх публікаціях з орієнтацією на практичну сферу є намагання наголосити на значній потребі в усвідомленому застосуванні психологічного впливу у професійній діяльності загалом, а особливо у процесах менеджменту. Очевидно, що доцільно рухатись в практичних наукових дослідженнях шляхом паралельного формування теорії через дослідження професійної сфери, оскільки це є більш нагальним та доступним.

Далі можна вказати про те, що психологічний вплив можна охарактеризувати як специфічний різновид впливу, основою якого є зовнішнє подразнення, стимуляція психіки через її аферентні (сенсорні) канали засобами фізичної, хімічної (можливо й психічної, навіть концепція є, але без підтвердження) природи походження (джерело, суб'єкт впливу), внаслідок чого здійснюється обробка цього психічними структурами більш високого рівня розвитку, яка є дуже варіативною через властивості, типові характеристики та накопичений досвід (об'єкт впливу). Таким чином, все, що може якимось чином подразнювати психіку є потенційним засобом психологічного впливу. Однак, психіка функціонує на різних рівнях не лише розвитку, а й контролю з боку свідомості об'єкта впливу. При цьому, далеко не всі сигнали обробляються свідомістю навіть найвищого філогенетичного рівня розвитку, якого досягла людина. Так не лише прийнято вважати, а це визначено чисельними психофізіологічними експериментами. Окрім цього, значна частина сигналів свідомістю людини не обробляється, але психікою сприймається і опрацьовується на підсвідомому, несвідомому рівнях. Тому, це можна порівняти з айсбергом, де дуже велика частина психологічного впливу перебуває поза свідомим контролем за обставин того, що так функціонує психіка загалом (підпорогові чи надпорогові відчуття), свідомість не може це якось ідентифікувати через специфіку функціонування психічних пізнавальних процесів, в тому числі і вроджених індивідних властивостей, недостатнього чи неефективного досвіду навіть при перебуванні особи на певній нормативній фазі за віковим критерієм розвитку. Життєвий досвід особи об'єкта впливу є тим «чорним ящиком», який є визначальним фактором варіативності реагування на певний сигнал в системно-спланованому, прогнозованому чи спонтанному, нецілеспрямованому психологічному впливові. Це те, що про себе не знає абсолютна більшість потенційних об'єктів психологічного впливу. Про це може не знати також і суб'єкт, що, очевидно, буде визначати ефективність психологічного впливу за таких обставин.

Дуже важливим, але здебільшого проігнорованим фактором психологічного впливу є емоційні процеси, які коливаються щодо інтенсивності протікання, що стає основою для ефективного застосування значної кількості видів психологічного впливу. В теорії про це дещо вказано, але занадто поверхнево та у поєднанні з іншими психологічними явищами (мова про волю).

Таким чином, розглянуте вказує на те, що психологічний вплив, окрім вже запропонованих класифікацій [7–9], ще може розглядатися за шкалою від 0 до можливого максимуму за ступенем плановості (від випадкового до запланованого на максимумі), за ступенем активності свідомості (від несвідомого чи підсвідомого до максимально можливого контролю свідомістю), за ступенем активізації емоційних процесів.

Далі про модель психологічного впливу, яка колись мала 4 елементи, але з часом, досвідом її використання (у практиці, на заняттях, а також студентами під час виконання домашніх завдань) сформувались ідеї з її вдосконалення. В першій версії моделі були такі компоненти як «залучення до контакту», «мішень впливу», «фонові фактори» та «спонукка до активності» і це графічно зображено як послідовні етапи, які послідовно сполучено знаком «+» [5]. Вирішено додати ще мету як усвідомлення того, який результат має спричинити цей вплив, вид психологічного впливу або їх комбінація з врахуванням доцільності в конкретній ситуації, засоби впливу, до яких можна включити канали комунікації, конкретні технології та інструменти реалізації впливу, оцінка і корекція досягнутого результату. Це все графічно поміщено в 8-ти конечну зірку (рис. 1), в центрі якої поміщено «+», що вказує на можливість комбінування елементів психологічного впливу за найбільш доцільним поєднанням. Такий варіант було вироблено після осмислення аргументованих зауважень до попередньої моделі та пропозицій студентів з її вдосконалення, окремі з яких було враховано. Варто назвати тих, що найбільше долучились. Це студенти з Національного університету «Львівська політехніка», а саме Перець Каріна, Волкова Анна, Коляденко Валерія, Врадій Олександра, Сперанський Іван та Варчук Еріка-Анна. Таким чином, запропонована графічна модель може бути класифікована як така, що дає можливість реалізувати прогнозований психологічний вплив, відображає ті головні елементи, які мають суттєво сприяти тому, щоб психологічний вплив був достатньо усвідомленим, цілеспрямованим, контрольованим, виваженим з боку суб'єкту психологічного впливу. Можна казати про те, що, чим менше при застосуванні психологічного впливу будуть враховуватися запропоновані елементи, тим більшою є ймовірність виникнення неочікуваного, випадкового аж до протилежного результату.



Рис. 1. Графічна модель прогнозованого психологічного впливу

Далі розглянемо перелік можливих видів психологічного впливу, які варто так і категоризувати, а не засоби, методи, інструменти, оскільки саме термін «види» застосовано у тих публікаціях [5; 7; 9; 12], що мають більш ґрунтовно-науковий рівень виконання. До основних варто зарахувати переконання, атракцію (або ще самопросування чи формування прихильності), навіювання, зараження, пробудження імпульсу або спонукка до наслідування, прохання, примушення, вербальна агресія (або деструктивна критика), чутки,

організоване управління, ігнорування та маніпуляція. При набутті досвіду з їх застосування у практиці, розгляду у навчальному процесі можна вказати про те, що значна їх кількість є досить подібними. Однак, всі вони мають принципові відмінності, що й стало підставою для такого варіанту класифікації видів. При цьому, досвід вказує на те, що поодинокого і достатньо чіткого застосування суто певного виду психологічного впливу на практиці зазвичай не буває. Вони переплітаються, доповнюють один одного, а планування процесу ефективного психологічного впливу може носити суто стартово-орієнтувальний характер. Однак, це значно краще, ніж нічого, оскільки є можливим замінити певний елемент плану, а не спонтанно імпровізувати з незначним розумінням можливих перспектив.

Висновки. Таким чином, можна констатувати, що проведені огляд, аналіз та синтез теорії щодо психологічного впливу дає підстави вказати наступне:

1. Психологічний вплив є обов'язковим атрибутом сучасного соціального середовища, сукупністю стимулів психіки переважно фізичної (інколи хімічної) природи походження зі всім можливим широким спектром щодо засобів та каналів, які спричиняють зміни її функціонування через активізацію в особистості психологічних явищ більш високого рівня розвитку, якими є її когнітивна, емоційна, мотиваційна, рефлексивна компоненти, що синтезуються у відповідній та закономірній поведінці.

2. Запропонована модель прогнозованого психологічного впливу є спробою вдосконалити попередні ідеї через критичну перевірку практикою найбільш очевидних недоліків, а також вироблення найбільш оптимального за структурою, кількістю компонентів, доступністю як для розуміння, запам'ятовування, так і для використання на практиці відповідного інструменту. Вона включає такі 8 компонентів: вступ до контакту, мішень, фактори фону, стимул активності, мета, вид, засоби та оцінка (результату) та корекція.

3. Відносно окремими і основними видами психологічного впливу можна вважати такі як переконання, атракція, навіювання, зараження, спонукка до наслідування, прохання, примушення, вербальна агресія, чутки, організоване управління, ігнорування та маніпуляція. Вони багато в чому схожі, але різняться за критеріями різної активації когнітивної, емоційної, мотиваційної та рефлексивних компонентів особистості, що спричиняє суттєві відмінності в механізмах їх реалізації та досягненні ефективності.

Список використаної літератури

1. Богуславська О. Г. Психологічний вплив та засоби протидії небажаному впливу: практичні аспекти. *Гуманітарний вісник ЗДА*. 2016. № 67. С. 203–213.
2. Волинець П. П. Критерії прихованого психологічного впливу. *Актуальні проблеми психології*. Т. 7, вип. 22. С. 15–20.
3. Жебчук І. В. Ситуативне використання засобів психологічного впливу в управлінській діяльності директора школи. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки»*. Випуск 13 (42). DOI: [https://doi.org/10.32405/2522-9931-2020-14\(43\)-84-101](https://doi.org/10.32405/2522-9931-2020-14(43)-84-101).
4. Закалик Г. М., Шувар Н. М., Коротатов С. О. Психологічний вплив медіа-засобів на емоційну сферу молоді в умовах сьогодення. *Південноукраїнський правничий часопис*. № 2. 2023. С. 173–178.
5. Куций О. А. Види психологічного впливу у діяльності спеціалістів ризиконебезпечних професій. *Проблеми екстремальної та кризової психології. Збірник наукових праць*. Вип. 7. Харків : УЦЗУ, 2010. С. 258–267.
6. Малкова Т. М. Управлінська діяльність: засоби психологічного впливу. *Правничий вісник Університету «КРОК»*. 2018, № 30. С. 183–189.
7. Матейок О. А. Психологічний вплив командира на підлеглих у військово-професійній діяльності : дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.09 / Національна академія держ.

- прикордонної служби України ім. Богдана Хмельницького. Хмельницький, 2006. 437 с.
8. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу : навч. пос. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 448 с.
 9. Чаплак Я. Психологічний вплив у науковій психології. *Збірник наукових праць: філософія, соціологія, психологія*. 2011. Вип. 16 (2). С. 132–145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpfsp_2011_16%282%29_19
 10. Чорній О. В. Психологічні механізми впливу на масову свідомість. *Габітус*. Випуск 50. 2023. С. 181–185.
 11. Шерешкова І. І. Атрибути тексту та закономірності його психологічного впливу на людину. *Вісник Національного університету оборони України*. № 1 (65). С. 132–140. DOI: 10.33099/2617-6858-22-65-1-132-140
 12. Radjabov M. Analysis Of Psychological Influence Forms In Management Of Personality. *The American Journal of Social Science and Education Innovations*. Volume 3. 2021. P. 403–409. DOI: <https://doi.org/10.37547/tajssei/Volume03Issue05-72>

PSYCHOLOGICAL INFLUENCE: ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE THEORY AND SYNTHESIS OF ITS BASIC CONCEPTS

Oleksandr Kutsyi

*National University "Lviv Polytechnic",
12, Stepan Bandera St., Lviv, Ukraine, 79013
<https://orcid.org/0000-0003-3886-3787>
e-mail: oleksandr.a.kutsyi@lpnu.ua*

The article presents the results of the synthesis of basic concepts from the field of the theory of psychological influence. The relevance of the study is determined by the very wide application of psychological influence in all industries and spheres of modern society. This is a necessary competence in many professions of the "person-person" type, and most of all for psychologists, teachers, managers.

Psychological influence is defined as a mandatory attribute of the modern social environment, a set of stimuli to the psyche of predominantly physical (sometimes chemical) origin with all possible wide spectrum of means and channels that cause changes in its functioning through the activation of psychological phenomena of a higher level of development in the individual, which are its cognitive, emotional, motivational, reflective components that are synthesized in appropriate and regular behavior.

A graphic model of predicted psychological influence is proposed. It includes the following components: introduction to contact, target, background factors, stimulus of activity, goal, type, means, assessment (of results) and correction. This model is a tool for more optimal in structure, number of components, accessibility for understanding, memorization, use of planning psychological influence for each case.

The main types of psychological influence are determined as persuasion, attraction, suggestion, infection, encouragement to imitate, request, coercion, verbal aggression, rumors, organized management, ignoring and manipulation. They are similar in many ways, but differ in the criteria of different activation of cognitive, emotional, motivational and reflective components of the personality. This causes significant differences in the mechanisms of their implementation and achievement of effectiveness.

Key words: psychological influence, graphic model of predicted psychological influence, main types.

*Дата першого надходження статті до видання: 17.02.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 18.03.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026*