

**Тактики влияющего поведения в коллегиальном общении начинающих и профессиональных актеров**

**Научный руководитель – Туниянц Анна Александровна**

***Махмудова Малика Ибрагимовна***

*Студент (бакалавр)*

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в  
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан

*E-mail: malikaibr23@gmail.com*

Воздействие одного человека на другого в процессе межличностного взаимодействия является неотъемлемым элементом любых форм общения.

Процесс межличностного влияния зависит от индивидуальных, психологических возможностей тех, кто влияет, и тех, кто становится объектом воздействия. Субъект в своей профессиональной деятельности может реализовывать различные коммуникативные тактики влияния. Среди классификаций, предложенных разными авторами, одна из часто используемых в психологии является систематизация, предложенная Г.Юклом. В ней автор выделяет и описывает 11 тактик влияющего поведения [4].

Сферой профессиональной деятельности, в которой межличностное влияние определяет конечный результат, на наш взгляд, являются актерские коллективы, потому что сфера деятельности и результат актерской команды, продукт их труда сильно взаимосвязаны между членами творческого коллектива.

На данный момент в науке рассмотрена и изучена психологическая специфика актерской деятельности [1, 2], также уделяется особое внимание социальному влиянию как элементу массовой коммуникации [3] и взаимодействию руководителя с подчиненными [4]. Тем не менее, остается неизученным то, как происходит горизонтальное взаимодействие в творческом актерском коллективе и в связи с этим мы поставили цель изучить то, как профессия актера влияет на человека в его повседневном общении, каковы особенности предпочтений тактик влияющего поведения у опытных и начинающих актеров.

Мы предположили, что существуют различия в предпочтении тактик влияющего поведения у актеров, имеющих большой стаж работы и у начинающих актеров. Мы также предположили, что существуют личностные особенности, которые делают человека более предрасположенным к предпочтению определенных тактик влияющего поведения.

В исследовании приняли участие: начинающие (15 человек) и профессиональные актеры (15 человек), а также контрольная группа начинающих (15 человек) и профессиональных (18 человек) офисных работников в возрасте от 16 лет до 53 года. Из них 30 человек - респонденты мужского пола и 33 человека - женского. Те, у кого стаж работы был менее 5ти лет, был зачислен в группу начинающих, а те, у кого стаж работы был выше шести лет включительно, считался профессиональным специалистом. В исследовании приняли участие актеры театров «Ильхом им. Марка Вайля» и «Государственного Молодежного Театра Узбекистана».

Методики, с помощью которых проведено наше исследование:

- 1) Откорректированный под актерскую выборку «Опросник влияющего поведения» Г.Юкла.
- 2) Методика «Базисные убеждения личности» М.А.Падун, А.В.Котельниковой.
- 3) Тест «Акцентуации характера» А.Е.Личко. Из данного опросника были выбраны 4 шкалы: гипертимный, тревожно-педантический, возбудимый, демонстративный.

Полученные в результате эмпирического исследования данные обрабатывались в программе Microsoft Office Excel 2010 и в статистическом пакете SPSS 15.

Сырые данные были обработаны непараметрическим методом сравнения выборок (Краскел-Уоллис), а также непараметрическим методом сравнения двух несвязных выборок (Манна-Уитни). Выявлено, что разница между начинающими и профессиональными актерами в частоте использования техник влияющего поведения не является статистически значимой (Рациональное убеждение  $p=0,565$ , Обмен  $p=0,634$ , Вдохновляющее обращение  $p=0,207$ , Легитимизация  $0,053$ , Информирование  $p=0,174$ , Давление  $p=0,104$ , Сотрудничество  $p=0,405$ , Заискивание  $p=0,393$ , Консультирование  $p=0,210$ , Личное обращение  $p=0,801$ , Коалиция  $p=0,526$ ). Вместе с тем, с помощью непараметрического корреляционного анализа Спирмена была обнаружена связь предпочтения ряда тактик влияющего поведения с личностными чертами и с базисными убеждениями субъекта влияния. К примеру, чем больше человек убежден в том, что он сам влияет на то, что с ним происходит, что это зависит от него самого, тем больше он будет склонен к использованию тактик «рациональное убеждение» ( $r=0,248114$ ,  $p=0,049916$ ) и «вдохновляющее обращение» ( $r=0,312$ ,  $p=0,012$ ). Выраженность у человека некоторых акцентуаций также связана со склонностью к использованию определенных тактик влияющего поведения. Оказалось, что, чем выше у человека выраженность гипертимного типа личности, тем больше он будет склонен использовать тактику «вдохновляющее обращение» ( $r=0,296$ ,  $p=0,018$ ), чем выше у человека выраженность возбудимого типа личности, тем больше он будет склонен использовать тактику «давление» ( $r=0,250$ ,  $p=0,047$ ).

Мы выяснили, что выбор тактик влияния актерами в целом не зависит от стажа работы или особенностей профессии, но зависит от личностных черт и базисных убеждений личности. Наши практические рекомендации, в связи с этим заключаются в том, что к примеру, если человек хочет научиться какой-либо технике, то ему надо начать с воспитания в себе каких-то определенных личностных свойств. В противном случае, если у него этих свойств не окажется, ему будет сложно «натурально» изобразить и использовать данную технику по отношению к другому, это будет неестественно и не эффективно.

Данное исследование можно было бы продолжить с точки зрения качественного анализа актерской деятельности с помощью методов интервью и наблюдения.

Результаты нашего исследования могут быть полезны в консультировании и при работе с актерами, для анализа ими своего «Я», своего поведения в социуме и профессиональной деятельности.

### Источники и литература

- 1) Выготский Л.С. К вопросу о психологии творчества актера. В кн.: Якобсон П.М. Психология сценических чувств актера. М.: ГИЗ, 1936.
- 2) Рождественская Н.В. Психология сценической деятельности. В кн.: Психология художественного творчества: хрестоматия. Минск: Харвест, 2003.
- 3) Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, властвуй и защищайся (5-е изд.). СПб: Питер, 2013.
- 4) Yukl, G., Tracey, J.B. Consequences of Influence Tactics Used With Subordinates, Peers, and the Boss. Journal of Applied Psychology. 1992.