

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ**

**Федеральное государственное  
бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ  
им. проф. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»**

---

*Е.В.Белова*

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ ВЛИЯНИЯ  
И ПРОТИВОСТОЯНИЯ ВЛИЯНИЮ**

**ПРАКТИКУМ**

**СПб ГУТ )))**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
2016**

УДК 159.9  
ББК 88.3  
Б 53

**Рецензент**

*Доктор психологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой психологии развития и образования ЛГУ им. А.С. Пушкина  
Корзунин В.А.*

*Утверждено  
редакционно-издательским советом СПбГУТ  
в качестве практикума*

**Белова, Е.В.**

Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию /  
*Е.В.Белова.* – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2016. – 96 с.

Содержит теоретические основы, практические задания и упражнения, тесты и контрольные вопросы по дисциплине «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию» (42.04.01 «Реклама и связи с общественностью») для студентов, обучающихся по программе магистратуры. Написано в соответствии с рабочей учебной программой дисциплины «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию». Рекомендуется для углубления теоретических знаний по дисциплине, при подготовке к практическим занятиям, самостоятельной работе, а также зачету.

**УДК 159.9  
ББК 88.3**

© Белова Е.В., 2016  
© Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича», 2016

**Е.В.Белова**

**Психологический тренинг  
влияния и противостояния  
влиянию**

**Практикум**

Редактор *Л. К. Паршина*  
Компьютерная верстка *Е. А. Головинской*

План 2016 г., п. 185

Подписано к печати 10.02.2016  
Объем 6 усл.-печ. л. Тираж 140 экз. Заказ 161

Редакционно-издательский центр СПбГУТ  
191186 СПб., наб. р. Мойки, 61  
Отпечатано в СПбГУТ

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
Тема 1. Основы психологии влияния: сущность и виды влияния.....	9
Тема 2. Виды психологического влияния: «цивилизованное», манипулятивное и «варварское влияние».....	25
2.1. «Цивилизованное влияние» и его виды.....	25
2.2. Манипулятивное влияние и его виды.....	35
2.3. «Варварское влияние» и его виды.....	60
2.4. Ресурсы личности, способствующие противостоянию влияния.....	65
<b>2.5. Приёмы противостояния влиянию.....</b>	<b>70</b>
Тема 3. Влияние в массовых коммуникациях .....	75
Вопросы к зачету по дисциплине.....	80
Литература для самостоятельной работы.....	90
Краткий глоссарий по дисциплине.....	94

## Введение

*Влиять на другого человека — это значит передать ему свою душу. Он начнет думать не своими мыслями, пылать не своими страстями.*

*И добродетели у него будут не свои, и грехи, — если предположить, что таковые вообще существуют, — будут заимствованные. Он станет отголоском чужой мелодии, актером, выступающим в роли, которая не для него написана, —*

**Оскар Уайльд** («Портрет Дориана Грея»)

Вопрос психологических аспектов влияния можно рассматривать на нескольких уровнях: как влияние на уровне межличностного общения, так и влияние в масштабах целых групп, сообществ, государств. Тем не менее, механизмы влияния, что на уровне отдельных личностей, что на уровне группового влияния (влияния личности на группу или сообществ на сообщества) основаны на общих принципах и закономерностях.

Цель данного практикума — формирование у студентов углубленных знаний по дисциплине «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», создание целостного представления о природе и видах влияния, формирование собственного психологического стиля влияния и противостояния влиянию.

Мысль знаменитого писателя и автора афоризмов **Оскара Уайльда** о том, что «хорошего влияния не существует», согласно современных воззрениям психологов поддается рациональной критике. Психологическое влияние осуществляется для достижения трех целей<sup>1</sup>: удовлетворения своих потребностей с помощью других людей (можно назвать этот вектор поведения «прагматичным влиянием»); подтверждения факта своего существования и значимости этого факта (как знак, индикатор, доказательство, «экзистенциальное, самоутверждающее влияние»); для преодоления пространственно-временных ограничений собственного существования (влияние как потребность влиять, «замыкающее влияние»).

Обобщая работы исследователей в области психологического влияния, что на уровне межличностных, что на уровне массовых коммуникаций, можно прийти к выводу, что влияние — это атрибут живого человека, часть его психологической сущности. Приёмы самопрезентации, которые часто по своей природе близки к манипулятивным приёмам<sup>2</sup>; социально-психологические групповые эффекты, которые основаны на механизмах взаимопонимания в процессе общения (идентификации, эмпатии, рефлекс-

---

<sup>1</sup>Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

<sup>2</sup>Белова Е.В. Психология управленческой деятельности: практикум в двух частях Часть 1. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2016. — 80 с. Часть 2. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. — 77 с.

сии и аттракции), — все данные процессы работают за счёт механизмов психологического влияния. При этом, существуют и непсихологические приёмы влияния, например, административные (приказы, делегирование и др.) или физическое воздействие, как инструмент влияния. В рамках данного практикума будут рассматриваться именно психологические приёмы влияния и противостояния влиянию. Так, в знаменитых работах *Е.В. Сидоренко* «Тренинг влияния и противостояния влиянию» и *Р. Чалдини*<sup>3</sup> «Психология влияния» представлены обобщенные на основе теоретических и эмпирических исследований концепции влияния.

Психология влияния – молодое, практико-ориентированное направление в психологии, интегрирующее накопленные знания таких отраслей психологии как общая психология, социальная психология, психология личности, психолингвистика, политическая психология, психофизиология, психология управления, психология массовых коммуникаций, психология рекламы и др. Более того, различные практики психологии в области нейролингвистического программирования (НЛП), деловых коммуникаций и др. также обладают эффективным арсеналом средств и технологий влияния.

На данном этапе своего развития психология влияния предлагает разнообразные концепции и подходы, объясняющие, в первую очередь, сам механизм влияния одного человека на другого, природу психологического влияния, а потом уже разнообразные частные приёмы и техники влияния.

При этом, статус влияния как психологического механизма, инструмента, технологии, приёма, процесса, явления, феномена и т.д. остаётся до сих пор неизведанным: т.е. психологическая сущность, природа влияния окончательно не выявлена. Важным аспектом в исследовании психологии влияния является определение терминологического аппарата, поэтому каждый параграф сопровождается определениями основных понятий, также в конце практикума присутствует глоссарий, содержащий важнейшие определения по дисциплине. Следует отметить, что терминологическая путаница в психологии влияния обусловлена многогранностью и неоднозначностью самого феномена влияния.

В рамках данного практикума базовым понятием, определяющим дисциплину будет понятие «психологическое влияние». Согласно Е.В. Сидоренко, психологическое влияние — это воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств. При этом любое психологическое влияние подразумевает ответное психологическое действие — контрвлияние, т.к. происходит в сложных, открытых системах «человек-человек», т.е. подразумевает не столько воздействие, сколько взаимодействие.

---

<sup>3</sup>Чалдини Р. Психология влияния.– СПб.: Питер Ком, 1999. — 279 с.

В практикуме уделяется внимание именно психологическим аспектам влияния, т.е. мотивам влияния, когнитивным механизмам влияния, личностным ресурсам противостояния влиянию, таким как ассертивность, рефлексия, эмоциональный интеллект и др.

Благодаря достижениям такой отрасли психологии как психодиагностика существует богатый арсенал психологических методик, позволяющих определить базовые личностные характеристики, связанные со способностью влиять и подпадать под чужое влияние. Тем не менее, в силу сложности предмета исследования, мы рассмотрим не все имеющиеся, а основные методики, посвященные данному вопросу. Эффективность использования психодиагностического инструментария в практических целях требует системного подхода и корректного применения, а также знания специфики психологических методов. Психологическая диагностика механизмов влияния должна базироваться на системности используемых валидных методик и учёте влияния ситуации.

Помимо психологических тестов в практикуме также присутствуют разнообразные упражнения, практические задания, способствующие самостоятельному освоению дисциплины. Для повышения эффективности освоения материалов практикума, а также с учётом специфики данного курса и рабочей учебной программой дисциплины «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию» практикум содержит несколько разделов.

Для эффективности усвоения материала каждый параграф практикума включает информационный блок, в котором представлены соответствующие базовые положения и понятия, обобщающие выводы, а также разнообразные вопросы для самоконтроля, практические задания и упражнения. Части практикума отражают наиболее важные и сложные аспекты дисциплины, каждая тема сопровождается специально подобранным списком литературы для самостоятельной работы.

Первая тема (*«Основы психологии влияния: сущность и виды влияния»*) является базовой для дальнейшего освоения материала; третья тема (*«Влияние в массовых коммуникациях»*) рассматривает вопрос влияния в масштабе массовых коммуникаций: влияния отдельного индивида (например, политического лидера) на группу или групп людей друг на друга.

*Тема 1 («Основы психологии влияния: сущность и виды влияния»)* раскрывает базовые подходы к определению влияния как психологического механизма, мотивы и психологические особенности процесса влияния. Данный раздел является ключевым для освоения дисциплины и позволяет сформировать теоретическую базу для дальнейшего изучения. Предложенные в данном разделе упражнения позволяют студентам определить общие характеристики феномена психологического влияния, а также развить аналитические навыки, способность анализировать реальные примеры психологического влияния в межличностной сфере. В дальнейших материалах

практикума раскрываются в более подробном виде психологические параметры влияния, представленные в *Теме 1*.

*Тема 2 («Виды психологического влияния: «цивилизованное», манипулятивное и «варварское влияние»)* раскрывает, на основе классификации Е.В. Сидоренко, три группы видов влияния по степени их «цивилизованности», т.е. созидającego или разрушающего воздействия. Рассматриваются ресурсы личности, способствующие противостоянию влиянию: асертивность, эмоциональный интеллект, когнитивные механизмы противостояния влиянию и др.

*Тема 3 («Влияние в массовых коммуникациях»)* рассматривает специфику механизмов влияния в масштабах массовых коммуникаций.

В целом, предложенная в данном практикуме тематическая структура позволяет сформировать представление о личностных ресурсах влияния и противостояния влиянию, механизмах и технологиях влияния в межличностном общении. Теоретические основы психологии влияния, представленные в начале каждой темы, позволят студентам сформировать научное представление о природе влияния с точки зрения психологии, а практика индивидуального исследования личностных особенностей позволит определить индивидуальный стиль влияния и контрвлияния, ресурсы личности, способствующие противостоянию влиянию.

Если обратить внимание на предисловия к трудам, посвящённым природе психологического влияния, например, работам Е.В. Сидоренко и Р. Чалдини<sup>4</sup>, то можно прийти к выводу, что сам феномен влияния, даже для психологов-исследователей — это явление глубоко личное, сильно переживаемое, значимое, связанное с самыми потаёнными тайнами души. Интересным является тот факт, что сами исследователи природы влияния, как правило, в большей степени, чем в рамках других предметных областей исследования, проникаются вопросом, интересующим их: используя классический для психологии метод самонаблюдения (инроспекции), авторы пытаются не только наблюдая за другими, но и что, самое важное, наблюдая за собой исследовать механизмы влияния и причины, которые заставляют подпадать под влияние.

Именно поэтому, практика изучения механизмов влияния требует искренности, самоанализа и терпения у всех, кто пытается проникнуть в тайну данного феномена. Как отмечает Е.В. Сидоренко, люди гораздо мучительнее переживают неспособность противостоять чужому влиянию, чем неспособность оказывать влияние на других.

---

<sup>4</sup>Чалдини Р. Психология влияния.— СПб.: Питер Ком, 1999. — 279 с.



## Тема 1. Основы психологии влияния: сущность и виды влияния

**Цель:** дать характеристику природе психологического влияния, описать виды влияния.

*Спасибо всем, у кого я училась чему-то новому. И еще — спасибо всем, кто противоречил мне, пытался мною командовать и манипулировать, создавал мне трудности, бросал мне вызов, злил и обескураживал меня. Это были подарки судьбы, которые заставляли меня искать выхода,—*  
**Е.В. Сидоренко** (из введения в книгу «Тренинг влияния и противостояния влиянию») <sup>5</sup>

Как метко подмечает в книге «Тренинг влияния и противостояния влиянию» Е.В. Сидоренко, в большинстве трудов, таких как «Психология влияния» Р.Чалдини, рассматривается вопрос психологических приёмов влияния в сфере продаж, переговоров, деловых коммуникаций, а также рекламы, политического PR и т.д. Возможно, причины популярности данного ракурса исследования (особенно в западных, англоязычных работах) кроются за пределами возрастающей в обществе актуальности тем массовых коммуникаций, скрываясь в ценностно-мотивационной сфере каждого индивидуума и общества в целом.

Современные авторы концепций исключительно прагматически-ориентированного человека (так, Р. Чалдини утверждает, что «в конечном счете, мы все стремимся к богатству»), в самом крайнем случае, рассматривают и себя, и других людей как товар, который можно покупать и продавать с помощью механизмов психологического влияния. Данный взгляд на природу влияния находит своих критиков, пытающихся вернуть личности индивидуальность, независимость и самодостаточность. В работах **А.В. Боярinceвой** и **Э. Фромма** рассматриваются различные ценностные ориентации людей. **Рыночная ориентация** по Э. Фромму — это ориентация характера, основанная на восприятии себя как одновременно продавца и товара. Успех человеческого существования зависит от того, как человек умеет себя преподнести («продать свою личность»), поэтому самооценка человека зависит от случайных условий, которые определяют ценность каждой личности <sup>6</sup>.

А.В. Боярinceва <sup>7</sup>, анализируя модели экономической деятельности в дореволюционной России отметила, что при внешней схожести с господствующей в то время в Европе **сберегающей ориентации**, отечественный подход отличался осуждением стремления к индивидуальному обогащению.

---

<sup>5</sup>Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

<sup>6</sup> Карпов В.В., Белова Е.В., Васильева С.А. Психология предпринимательства. — СПб.: СПбАУиЭ, 2011. — 342 с.

<sup>7</sup> Белова Е.В. Ценностные ориентации российских предпринимателей// Российский научный журнал «Экономика и управление», №5 (55), 2010, с.119-122.

нию и требованием отказа от чрезмерного богатства путем пожертвований и благотворительности: отсюда такая амбивалентная установка на накопление-благотворительность, как щедрая традиция меценатства *Мамонтовых* и *Третьяковых*).

В таких работах, как книга «Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор» *Эверетта Шострома* также обсуждается вопрос истинных ценностей и предназначения человека, его роли в обществе и собственной жизни, взаимовлияния людей друг на друга и формирования, как итога данных взаимодействий, личности и индивидуальности.

Согласно определенным Е.В. Сидоренко трём целям влияния, существуют внутренние (ценностно-мотивационные) причины, обуславливающие стремление людей влиять друг на друга. Прагматическое влияние — достаточно распространенное явление. Торгово-меновые отношения — это человеческое явление, хотя у животных также существуют «биоэкономические отношения» (например, *Р. Данбар* в работе «Грумминг, сплетни и эволюция языка»<sup>8</sup> отмечает, что существует «социальный гурминг», проявляющийся в форме сплетен). Например, существует симбиоз, общественный парасимбиоз, синойкия, комменсализм, паразитизм и др.

*А. Адлер, Э. Фромм* и многие другие исследователи в разных формах представляли потребность влияния как ключевую для становления личности. Действуя на данные мотивационные аспекты нашей личности, «профессионалы уступчивости» (в терминологии Р. Чалдини) могут злоупотреблять нашими стереотипами в собственных целях, запуская в нашем поведении «пусковые механизмы» уступчивости (через правило последовательности, принцип взаимного обмена, принцип социального доказательства, правило благорасположения, принцип влияния авторитета, принцип дефицита, принцип автоматизма).

Данные особенности проявляются еще в детстве, когда на протяжении всего периода развития ребенок испытывает часто возникающее «болезненное ощущение подчиненности другим людям», которое развивается чувство несостоятельности, которое затем выдает себя в продолжение всей жизни. Так, ощущение собственной несостоятельности, по А. Адлеру, универсально, в то же время невыносимо, требуя доказательства собственного существования. По мнению гештальт-терапевтов, факт его существования и действий ребёнок с раннего детства подтверждает только одновременно с оценкой его действий или личности, что заставляет его ориентироваться на данные оценки, на признание социальной значимости<sup>9</sup>. Так, *Рудольф Дрейкурс* определил четыре цели «плохого поведения» детей на приеме у консультанта: добиться внимания, силы (власти, контроля над

---

<sup>8</sup> Dunbar R. Grooming, Gossip, and the Evolution of Language: Harvard University Press, — 1998.— p. 242.

<sup>9</sup>Здесь и далее цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

происходящим), отмищения (за тот вред, который, как ему кажется, был им причинен) и покоя. Первые три цели — это проявления **ощущения собственной значимости**, четвертая позволяет не усугублять чувство своей несостоятельности и неадекватности задачам жизни (т.е. сохранять свою «зону комфорта», «Я-концепцию», оставаясь в покое).

**Психологические средства влияния** — это вербальные сигналы, паралингвистические сигналы и невербальные сигналы. **Вербальные сигналы** — слова, и прежде всего их смысл, но также и характер используемых слов, подбор выражений, правильность речи либо разные виды ее неправильности. **Паралингвистические сигналы** — особенности произнесения речи, отдельных слов и звуков. **Невербальные сигналы** — взаимное расположение собеседников в пространстве, позы, жесты, мимика, контакт глаз, оформление внешности, прикосновения, запахи.

**«Цивилизованное влияние»** по Е.В. Сидоренко — это такое влияние, которое соответствует правилам этикета и этическим нормам, принятым самим субъектом. Данный вид влияния способствуют сохранению и развитию дела, деловых отношений и личностной целостности участников.

**К цивилизованным видам влияния, отвечающим всем трем критериям можно отнести:** аргументацию, контраргументацию, самопродвижение и конструктивную критику. **Этикет** — это регламент правил обхождения, нормы обращения с окружающими людьми и самовыражения. **Этика** — учение о нравственности и морали, о правилах и нормах поведения людей, об их обязанности по отношению друг к другу, обществу и государству. Цивилизованное влияние соответствует как правилам поведения, установленным обществом, так и субъективным критериям справедливости и благородства. В зависимости от исходных условий, к цивилизованным видам влияния можно отнести **просьбу, побуждение к подражанию, внушение, игнорирование и заражение.**

**«Варварское психологическое влияние»** представляет собой противоположность цивилизованному влиянию и опирается на грубость и невежественное отношение к личностным и общественным ценностям. **К варварским видам влияния всегда относятся принуждение и нападение.** Даже если эффект от варварских мер положителен, в долгосрочной перспективе их применение ведет к разрушению отношений, дела, а также личностной целостности (при этом, возможно не только адресата, но и инициатора влияния).

На фоне варварского и цивилизованного влияния выделяется **манипулирование**, которое направлено на то, чтобы вынудить другого человека действовать так, как угодно манипулирующему, однако при этом ощущать свое поведение как результат своего свободного выбора. Манипулирование Е.В. Сидоренко располагает между варварским и цивилизованным влиянием потому, что по содержанию его можно отнести к варварскому влиянию, а по форме исполнения — к цивилизованному. Адресат влияния не подо-

зревает, что подвергается манипуляциям (часто и сам инициатор влияния не осознает, что манипулирует кем-то). Как только адресат влияния понимает, что подвергается манипуляциям, то сам процесс манипуляции уже носит характер, скорее «психологической игры».

### **Выводы по теме:**

1. Психологическое влияние — это воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств, с предоставлением ему права и времени отвечать на это воздействие. Противостояние чужому влиянию — это сопротивление воздействию другого человека с помощью психологических средств. Инициатор влияния — тот из партнеров, кто первым предпринимает попытку влияния. Адресат влияния — тот из партнеров, к которому обращена первая попытка влияния. Открытое психологическое взаимодействие — взаимное влияние, цели которого заранее объявляются или не скрываются. Скрытое психологическое взаимодействие — взаимное влияние, цели которого не объявляются или маскируются под цели открытого взаимодействия.

2. Классические теории мотивации рассматривают влияние и производные влияния как базовую потребность<sup>10</sup>. Так, в теории *А. Маслоу*, третий уровень потребностей — потребность в самоуважении, истолковывается как потребность во власти, достижениях и статусе (т.е. и как самоуважение, и как уважение других людей). *Д. МакКлелланд* рассматривает потребность власти (потребность в навыках влияния и установления контроля за поступками других людей, в воздействии на ход событий) и потребность достижения и успеха (потребность принимать на себя личную ответственность и добиваться успешного выполнения заданий).

3. Первый этап цивилизованного влияния и противостояния чужому влиянию — осознание своих истинных целей. При этом, людей, способных **осознавать** свои истинные цели (мотивы) поведения и концентрироваться на реализации поставленных задач гораздо меньше, чем тех, кто действует, не подозревая о причинах собственных поступков.

4. **Российские психологи выделяют следующие основные виды влияния:** убеждение, внушение, заражение, конформизм, подражание, манипулирование. **Зарубежные психологи выделяют большее число видов влияния:** убеждение (аргументация), внушение, просьба, принуждение, самопродвижение, игнорирование, агрессивное нападение, заражение, побуждение к подражанию (уподобление), формирование благосклонности. **К специфическим видам влияния** можно добавить еще слухи, нейролингвистическое программирование (НЛП), эриксоновский (недириktивный) гипноз.

---

<sup>10</sup>Белова Е.В. Психология: практикум в двух частях. Часть 1. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. — 88 с. Часть 2. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. — 48 с.

### Вопросы для самоконтроля:

Прочитайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Дайте определение влиянию. В чем заключаются основные цели психологического влияния по Е.В. Сидоренко?
2. Какие виды (механизмы) влияния определяет Р.Чалдини?
3. Какие три группы видов влияния определяет Е.В. Сидоренко? Какие из них чаще встречались Вам в жизни? В литературных произведениях и фильмах?
4. Как можно охарактеризовать «цивилизованное влияние»? Какие виды «цивилизованного влияния» Вам известны?
5. Какие Вам известны признаки «варварского влияния»? Какие виды влияния можно отнести к «варварским» и почему?
6. Что такое «манипуляция»? Какие признаки манипуляции Вам известны?
7. Какие виды влияния Вам известны? Какие есть специфические виды влияния?

### Задания и упражнения для самостоятельной работы

#### Упражнение «Эволюция по Дарвину»

Проанализируйте определения «биоэкономических отношений» (симбиоз, общественный парасимбиоз, синойкия, комменсализм, паразитизм и др.) в обществе. Приведите примеры подобных отношений на уровне межличностного общения и больших групп (обществ, государств)<sup>11</sup>.

*Паразитизм* — использование одним организмом другого в качестве источника пищи и места обитания, с возложением на него обязанностей регуляции взаимоотношений с внешней средой.

*Симбиоз* — взаимно-полезное сожительство.

*Общественный парасимбиоз* — «жизнь бок о бок», при которой организм оказывает услугу одной особи, а ответную услугу получает от другой.

*Синойкия* — квартирантство одного из организмов на теле или в теле другого, при том что пользу от этого могут извлекать оба организма или только один из них.

*Комменсализм* — использование одним партнером для питания только отбросов, избытков, остатков пищи другого партнера.

#### Задание «Какова цель?»

Проанализируйте примеры влияния (в **Таблице 1**) с точки зрения того, какая истинная цель психологического влияния по Е.В. Сидоренко в данном случае реализуется. Аналогично ситуации в Таблице 1 приведите свой

---

<sup>11</sup> Цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

пример влияния (действия инициатора влияния), проанализируйте какие объявляемые и истинные цели были у инициатора влияния.

**Таблица 1. Пример влияния**<sup>12</sup>

<b>Действие инициатора влияния</b>	<b>Осознаваемые или объявляемые цели</b>	<b>Истинные цели</b>
Руководитель настаивает на своем решении	Якобы в интересах дела	1) На самом деле - чтобы добиться реакций возмущения и неповиновения со стороны нежелательных работников и тем самым получить повод для их увольнения 2) На самом деле - чтобы удовлетворить потребность в ощущении собственной силы
Деловой партнер оттягивает заключение договора	Под видом борьбы за точность и «транспарентность (прозрачность) условий	1) На самом деле - чтобы не потерять возможность заключить более выгодный договор с другим партнером 2) На самом деле - чтобы удовлетворить свою потребность во внимании или мести за прошлые неудачи
Родители требуют от своих детей самостоятельности	Ради воспитания у них ценных качеств	1) На самом деле - чтобы избавиться от чувства вины из-за того, что слишком мало времени проводят с детьми 2) На самом деле - чтобы удовлетворить свою потребность в отдыхе и покое

### **Упражнение «Storytelling как инструмент влияния»**

Техника притч является одной из самых эффективных техник влияния. Прочитайте притчи и подумайте, какое влияние оказывали персонажи (инициаторы влияния) на аудиторию. Какие цели (объявляемые и истинные) в данных ситуациях они проявляли. Какие цели поведения были у адресатов влияния? Характерны ли данные цели для Вас?

#### **Притча 1.**

Джалаладдин Руми является одним из столпов суфизма. Многие люди приходили к нему за советом и мудрым словом. Однажды к нему пришла соседская женщина с мальчиком и сказала: «Я уже испробовала все способы, но ребёнок не слушается меня. Он ест слишком много сахара. Пожалуйста, скажите вы ему, что это нехорошо. Он послушается, потому что он вас очень уважает». Руми посмотрел на ребёнка, на доверие в его глазах, и сказал: «Приходите через три недели». Женщина была в полном недоумении. Люди приходили из далёких стран, и Руми помогал им решать большие проблемы сразу, но она послушно пришла через три недели. Руми вновь посмотрел на ребёнка и сказал: «Приходите ещё через три недели». Тут женщина не выдержала, и осмелилась спросить, в чём дело, но Руми лишь повторил сказанное.

<sup>12</sup> Цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

Когда они пришли в третий раз, Руми сказал мальчику: «Сынок, послушай мой совет, не ешь много сахара, это вредно для здоровья». «Раз вы мне советуете, я больше не буду этого делать», — ответил мальчик. После этого мать попросила ребёнка подождать её на улице. Когда он вышел, она спросила Руми, почему он не сделал этого в первый же раз, ведь это так просто? Джалаладдин признался ей, что сам любил есть сахар, и, прежде чем давать такой совет, ему пришлось самому избавляться от этой слабости. Сначала он решил, что трёх недель будет достаточно, но ошибся...»

### **Притча 2.**

Однажды Учитель-даос привел своего ученика в парк, расположенный у подножья горы. В парке находился сложный лабиринт с очень высокими гладкими стенами. Крыша у лабиринта отсутствовала, и его переходы освещались солнечным светом. Даос подвел ученика ко входу в лабиринт и велел ему отыскать выход. Ученик плутал в лабиринте целый день и целую ночь, но раз за разом неизменно заходил в тупик. Отчаявшись выбраться наружу, он упал на землю и заснул. Почувствовав, как кто-то трясет его за плечо, ученик открыл глаза. Над ним стоял Учитель. «Иди за мной», — сказал он. Ученик, пристыженный тем, что не выполнил задание, последовал за ним. Выйдя из лабиринта, даос, не оборачиваясь, стал подниматься на гору. Взобравшись на вершину, он велел: «Посмотри вниз!» С места, на котором они стояли, лабиринт был виден как на ладони. «Глядя отсюда, ты можешь отыскать путь, ведущий к выходу из лабиринта?», — спросил Учитель. «Это несложно, — сказал ученик. — Нужно только внимательно присмотреться». «Найди его и хорошенько запомни», — велел Учитель. Через некоторое время они спустились с горы, ученик вошел в лабиринт и уверенно миновал его, ни разу не сбившись и не заплутав. «Урок, который ты получил сегодня, касается одного из главных секретов Искусства Жизни», — встретив ученика у выхода, сказал даос. «Чем дальше ты отстраняешься от ситуации, чем выше над ней поднимаешься, чем большую поверхность охватывает твой взгляд, тем проще отыскать правильное решение. Жизнь слишком коротка. Не проспи ее.

### **Притча 3.**

К *Ибн-Сине* (Авиценне), поэту, врачу, автору «Канона врачебной науки» (энциклопедия медицины) обращались за помощью в трудных ситуациях, когда другие врачи расписывались в собственном бессилии.

Однажды к нему привели женщину. Она была женой известного врача, но никто не мог помочь ей. У нее было заблокировано горло и она не могла глотать пищу уже несколько недель и очень ослабла. Мастер сказал ей: «Сейчас вы выпьете немного молока». Больная ответила: «Это невозможно. Все, что я пытаюсь выпить, мгновенно вылетает наружу!» Она сказала это с большой уверенностью, но уверенность Мастера была несравнимо большей.

Больной женщине дали бутылку молока. Сделав глоток, она тут же с силой отторгла его. «Вот видите, я же Вас предупреждала!» — сказала она. Мастер же продолжал настаивать: «Но это смешно! Я уверен, что сейчас вы сможете проглотить немного молока. Попробуйте». Женщина сделала еще попытку, молоко тут же было отторгнуто. Но ей показалось, что небольшую порцию она все-таки проглотила. Мастер улыбнулся, подбодрил ее и сказал: «Я уверен, что прежде, чем вы уйдете отсюда, вы выпьете всю эту бутылку молока». Сказано это было с большой силой. Женщина, воодушевленная уверенностью Мастера и собственным успехом, понемногу выпила остаток молока.

### Задание «Анализ шкалы межличностных отношений»

Проанализируйте шкалу межличностных отношений на **Рисунке 1** и в **Таблице 2** (по *Е.А. Доценко*<sup>13</sup>). Найдите примеры из собственного опыта, какой уровень отношений характеризует Ваше общение с какими людьми (группами людей)? Какой из уровней, на ваш взгляд, наиболее значим? Почему?



Рис. 1. Шкала межличностных отношений

Таблица 2. Характеристика межличностных отношений

Уровень межличностных отношений	Характеристика отношения
Доминирование	Отношение к другому как к вещи или средству достижения своих целей, игнорирование его интересов и намерений.
Манипуляция	Отношение к другому как к «вещи особого рода» - тенденция к игнорированию его интересов и намерений.
Соперничество	Отношение к другому как опасному и непредсказуемому. Интересы другого учитываются в той мере, в какой это диктуется задачами борьбы с ним.
Партнерство	Отношение к другому как к равному, имеющему право быть таким, как он есть, с которым надо считаться. Равноправные, но осторожные отношения.
Содружество	Отношение к другому как самоценности. Стремление к объединению, совместной деятельности для достижения близких и совпадающих целей.

<sup>13</sup> Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.



### Задание «Уровни общения по Добрович»

Проанализируйте уровни общения по *Добрович* (Таблица 3), сравните данные уровни с классификацией *Е.А. Доценко*. Что общего между данными подходами? Чем они отличаются?

Таблица 3. Уровни общения по Добрович<sup>14</sup>

Уровни общения	Краткая характеристика уровней
Духовный	Партнер воспринимается как носитель духовного начала, и это начало пробуждает в нас чувство, которое сродни благоговению
Деловой	В таком контакте люди подчас перестают думать о том, как они выглядят и какие свои индивидуальные роли раскрывают перед партнером это не столь важно, на первом месте — дело
Игровой	Партнер игрового общения то неявно, то открыто дает вам понять, что для вас обоих возможны и желательны любого типа пристройки друг к другу
Конвенциональный	Полноценное человеческое общение
Стандартизованный	Общение здесь основывается на неких стандартах, а не на взаимном схватывании партнерами актуальных ролей друг друга («контакт масок»)
Манипулятивный	Для того, кто избирает этот уровень, партнер - соперник в игре, которую непременно надо выиграть
Примитивный	Для того, кто опускается до примитивного уровня в контакте, собеседник не партнер, а предмет, нужный либо мешающий

### Упражнение «Конфликт, конфликт!»

*К. Томас* исследовал различные аспекты конфликтов: какие формы поведения в конфликтных ситуациях характерны для людей, какие из них являются более продуктивными или деструктивными; как возможно стимулировать продуктивное поведение. Как, на Ваш взгляд соотносится конфликтное поведение с целями влияния? На каком уровне общения действует человек, когда выбирает один из стилей поведения в конфликтных ситуациях.

При этом, автор делал акцент на изменении традиционного отношения к конфликтам, описывая типы поведения людей в конфликтных ситуациях согласно двухмерной модели регулирования конфликтов (**Рисунок 2**): 1) соревнование (конкуренция) как стремление добиться удовлетворения своих интересов в ущерб другому; 2) приспособление, означающее в противоположность соперничеству, принесение в жертву собственных интересов ради другого; 3) компромисс; 4) избегание, для которого характерно как отсутствие стремления к кооперации, так и отсутствие тенденции к достижению собственных целей; 5) сотрудничество, когда участники ситуации

<sup>14</sup> Цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

приходят к альтернативе, полностью удовлетворяющей интересы обеих сторон. В основе этой модели лежат ориентации участников конфликта на свои интересы и интересы противоположной стороны. **Е.М. Емельянов**<sup>15</sup> дополняет двухмерную модель **Томаса—Киллмена** третьим измерением — ценностью межличностных отношений.

Подробнее о типах поведения в конфликтных ситуациях, о конфликтных личностях, можно почитать в практикуме «Психология управленческой деятельности»<sup>16</sup>.



Рис.2. Пять способов регулирования конфликтов К. Томаса

### Задание «Зеркало души»

**Э. Джонс и Т. Питтман**<sup>17</sup> в 1982 г. создали одну из первых классификаций стратегий влияния, в основе которой лежат разные приёмы самопрезентации для получения власти: 1) стремление понравиться с помощью дружелюбного, любезного, доброжелательного отношения (*ingratiation*) — это «власть обаяния»; 2) подчеркивание собственной компетентности, самопродвижение, самореклама (*self-promotion*) — это власть эксперта (цель - демонстрация компетентности); 3) стратегия запугивания, демонстрация силы (*intimidation*) — «власть страха»; 4) демонстрация духовного, морального превосходства, примера поведения (*exemplification*) — «власть наставника»; 5) стратегия демонстрации слабости с целью получения помощи (*supplication*) — «власть сострадания». Частный случай данной стратегии — тактика самозатруднения (*self-handicapping*), когда человек сам препятствует достижению собственной цели, создавая помехи.

Приведите примеры собственного применения данных техник самопрезентации. В каких ситуациях, с какими людьми Вы более склонны использовать какую технику? Приведите примеры использования данных тех-

<sup>15</sup> Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии . — СПб.: Питер, 2004. — 400 с.

<sup>16</sup> Белова Е.В. Психология управленческой деятельности: практикум в двух частях Часть 1. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2016. — 80 с. Часть 2. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. — 77 с.

<sup>17</sup> Михайлова Е.В. Обучение самопрезентации. — М.: ГУ ВШЭ, 2006. — 167 с.

ник самопрезентаций Вашими знакомыми. Есть ли такие знакомые, в Вашем окружении, которые регулярно применяют определенные техники самопрезентации? Как Вы думаете, чем обусловлено подобное постоянство?

**Упражнение «Анализ поведения»**

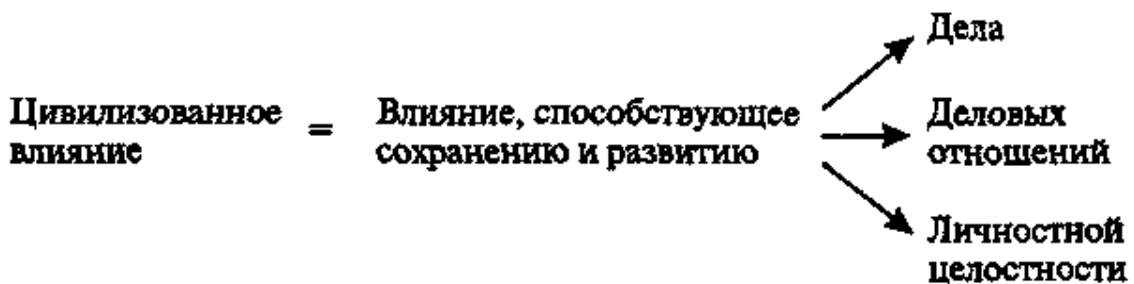
Проанализируйте примеры собственного социального поведения (в семье, среди друзей, в университете, на работе и др.). Какие цели самопрезентации для Вас характерны в каких обстоятельствах (подробнее о самопрезентации можно прочитать в практикуме «Психология управленческой деятельности»<sup>18</sup>)? Так, исследователи выделяют ряд ключевых мотивов, лежащих в основе процесса самопрезентации: поддержание чувства собственной уникальности; демонстрация своей принадлежности к определенной среде; утверждение желательной «Я-концепции» и укрепление самооценки; получение социальной, материальной выгоды; повышение привлекательности; получение социального одобрения (большинство исследователей ставят данный мотив на первое место) и уважения; сохранение и увеличение власти, влияния. Заполните **Таблицу 4**.

**Таблица 4. Анализ поведения**

<b>Сфера деятельности</b>	<b>Осознаваемые или объявляемые цели самопрезентации</b>	<b>Истинные цели поведения</b>
<b>Семья</b>		
<b>Учеба</b>		
<b>Работа</b>		
<b>Друзья</b>		

**Упражнение «Хороший пример»**

Возьмите три примера из Вашей жизни, когда Вы были инициатором влияния и три примера, когда Вы были адресатом влияния. Какой вид влияния (цивилизованный, варварский, манипулятивный) в данных примерах наблюдается?



**Рис.3. Характеристики цивилизованного влияния по Е.В. Сидоренко<sup>19</sup>**

<sup>18</sup>Белова Е.В. Психология управленческой деятельности: практикум в двух частях Часть 1. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2016. – 80 с. Часть 2. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. – 77 с.

<sup>19</sup> Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

Какой способ влияния характерен для Вас как для инициатора влияния? Как для адресата?

### **Упражнение «Классификация видов»**

Прочитайте определения видов влияния (подробнее виды влияния представлены в работах Е.В. Сидоренко)<sup>20</sup> и самостоятельно отнесите их к «цивилизованной», «варварской» или манипулятивной группе средств.

**Аргументация** — высказывание и обсуждение доводов в пользу определенного решения или позиции с целью формирования или изменения отношения собеседника к данному решению или позиции.

**Самопродвижение** — объявление своих целей и предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации для того, чтобы быть оцененным по достоинству и благодаря этому получить преимущества на выборах, при назначении на должность и др.

**Манипуляция** — скрытое побуждение адресата к переживанию определенных состояний, принятию решений и/или выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных целей.

**Внушение** — сознательное неаргументированное воздействие на человека или группу людей, имеющее своей целью изменение их состояния, отношения к чему-либо и создания предрасположенности к определенным действиям.

**Заражение** — передача своего состояния или отношения другому человеку или группе людей, которые каким-то образом (пока не нашедшим объяснения) перенимают это состояние или отношение. Передаваться и усваиваться состояние может как произвольно, так и непроизвольно.

**Пробуждение импульса к подражанию** — способность вызывать стремление быть подобным себе; может как произвольно проявляться, так и произвольно использоваться. Стремление подражать и подражание (копирование чужого поведения и образа мыслей) также может быть произвольным и непроизвольным.

**Формирование благосклонности** — привлечение к себе непроизвольного внимания адресата путем проявления инициатором собственной незаурядности и привлекательности, высказывания благоприятных суждений об адресате, подражания ему или оказания ему услуги.

**Просьба** — обращение к адресату с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия.

**Игнорирование** — умышленное невнимание, рассеянность по отношению к партнеру, его высказываниям и действиям. Чаще всего воспринимается как признак пренебрежения и неуважения, однако в некоторых случаях выступает как тактичная форма прощения бестактности или неловкости, допущенной партнером.

---

<sup>20</sup> Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

**Принуждение** — приневоливание человека к выполнению определенных действий с помощью угроз и лишений. В наиболее грубых формах принуждения могут использоваться угрозы физической расправы, ограничения свободы и физические воздействия. В последних двух случаях принуждение перестает быть собственно психологическим средством влияния.

**Нападение** — внезапная атака на чужую психику, совершаемая с сознательным намерением или без такового и являющаяся формой разрядки эмоционального напряжения. Высказывание пренебрежительных или оскорбительных суждений о личности человека; грубое агрессивное осуждение, поношение или осмеяние его дел и поступков; напоминание о постыдных или прискорбных фактах его биографии; безапелляционное навязывание своих советов и др.

**Контраргументация** — сознательный аргументированный ответ на попытку убеждения, опровергающий или оспаривающий доводы инициатора воздействия.

**Психологическая самооборона** — применение речевых формул и интонационных средств, позволяющих сохранить присутствие духа и выиграть время для обдумывания дальнейших шагов в ситуации деструктивной критики, принуждения или манипуляции.

**Информационный диалог** — прояснение позиции партнера и собственной позиции путем обмена вопросами и ответами, сообщениями и предложениями.

**Конструктивная критика** — подкрепленное фактами обсуждение целей, средств или действий инициатора воздействия и обоснование их несоответствия целям, условиям и требованиям адресата.

**Конфронтация** — открытое и последовательное противопоставление адресатом своей позиции и своих требований инициатору воздействия.

**Энергетическая мобилизация** — намеренная активизация факторов, производящих, питающих, восстанавливающих и усиливающих индивидуальную энергию; в частности, преобразование любых отрицательных или амбивалентных эмоций в гнев.

**Творчество** — создание нового, пренебрегающее влиянием образца, примера или моды, либо преодолевающее его.

**Уклонение** — стремление избегать любых форм взаимодействия с инициатором воздействия, в том числе случайных личных встреч и столкновений.

**Отказ** — выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия.

На Ваш взгляд, какие из данных видов влияния можно отнести к «психологической самообороне»? Почему?

**Упражнение «Самбо, джиу-джитсу и другие виду самообороны»**

Проанализируйте классификацию видов влияния и противостояния влиянию по признаку психологической цивилизованности или варварства<sup>21</sup> (Таблица 5). Определите, какие виду контрвлияния характерны для Вас? Уточните, в каких ситуациях, данные виды контрвлияния Вы применяете (с какими людьми, по каким вопросам, когда какой вид влияния используют инициаторы по отношению к Вам)? Какие виды контрвлияния применяют против Вас? Почему?

**Таблица 5. Классификация видов влияния и противостояния влиянию**

<b>Виды влияния</b>	<b>Характеристика цивилизованности — варварства</b>	<b>Цивилизованные виды контрвлияния</b>	<b>Варварские или спорные виды контрвлияния</b>
Аргументация	Цивилизованный вид влияния при условии, что мы ясно и открыто сформулировали партнеру цель нашего воздействия	Контраргументация	Игнорирование Принуждение Нападение Манипуляция
Самопродвижение	Цивилизованный вид влияния при условии, что инициатор не использует обманных «трюков» и раскрывает свои истинные цели и запросы	Конструктивная критика Отказ	Нападение Игнорирование
Манипуляция	Переходный (от варварства к цивилизации) вид влияния	Эмоциональный мониторинг Психологическая самооборона Информационный диалог Конструктивная критика Конфронтация Уклонение Игнорирование (не личности партнера, но его нападок и «щипков»)	Встречная манипуляция Нападение
Внушение	Спорный вид влияния; внушение -это всегда проникновение через «черный вход»	Конструктивная критика Энергетическая мобилизация Уклонение	Нападение Манипуляция Принуждение
Заражение	Спорный вид влияния; никто не может определить, насколько полезно адресату заразиться именно данным чувством или состоянием, и	Конструктивная критика Энергетическая мобилизация Уклонение	Нападение Манипуляция Принуждение

<sup>21</sup> Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

	именно сейчас		
Пробуждение импульса к подражанию	Спорный вид влияния; считается приемлемым в воспитании детей и при передаче мастерства от профессионала высокого класса молодому профессионалу	Творчество Конструктивная критика Уклонение	Нападение Игнорирование
Нападение: деструктивная критика; деструктивные констатации; деструктивные советы	Варварский вид влияния	Психологическая самооборона Информационный диалог Конструктивная критика Конфронтация Уклонение	Ответное нападение (ответная деструктивная критика и т. п.) Манипуляция Принуждение Игнорирование
Принуждение	Варварский вид влияния; считается допустимым и эффективным в некоторых педагогических и политических системах, а также аварийных ситуациях	Контраргументация Конфронтация	Нападение Манипуляция Ответное принуждение Игнорирование
Формирование благосклонности	Спорный вид влияния; лесть, подражание как высшая форма лести и услуга адресату влияния могут быть манипуляцией	Конструктивная критика Уклонение Энергетическая мобилизация	Нападение Игнорирование
Просьба	Спорный вид влияния; в российской культуре считается разрушительным для того, кто просит; в американской культуре считается оправданным	Отказ Уклонение	Нападение Игнорирование
Игнорирование	Спорный вид влияния	Самопродвижение Конфронтация	Нападение Встречное игнорирование Манипуляция

### Упражнение «О этот дивный, новый мир!»

Проанализируйте формулу **Альберта Меграбяна**<sup>22</sup>: при первой встрече с человеком мы доверяем на 7% вербальным сигналам (словам); на 38% паралингвистическим сигналам (тому, как человек говорит); на 55% невербальным сигналам (позе, жестам, мимике, взгляду и т. п.). Проанализируйте данные **Таблицы 6**. Согласны ли Вы, что при первой и последующих встречах, значимость различных сигналов меняется?

**Таблица 6. Относительная значимость сигналов**

<sup>22</sup> Цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

Вид сигналов	% доверия данному виду сигналов в выборке российских менеджеров и директоров компаний		% доверия данному виду сигналов в выборке студентов-психологов СПбГУ	
	при первой встрече	при последующих встречах	при первой встрече	при последующих встречах
Вербальные сигналы	37	39	31	33
Паралингвистические сигналы	25	29	28	33
Невербальные сигналы	38	32	41	34

Проанализируйте, на основе данных Таблицы 6 цитаты Е.В. Сидоренко о будущем Интернета и текста:

«...из всех видов речи письменная речь на некоторое время станет ведущей, до тех пор пока технические средства не окажутся в состоянии передавать сообщения, не оформленные в виде словесного или символического текста. Это приведет к тому, что вербальные сигналы окажутся более значимыми, чем паралингвистические и невербальные. Если невербальные сигналы будут полностью исключены, а паралингвистические исключены в значительной степени, слова и символы на этот переходный период станут главным психологическим средством влияния».

«Психологическое влияние тем более цивилизованно, чем в большей степени оно использует словесный текст, а не другие психологические средства. Письменный текст приобретает многозначность смыслов при самой незначительной неопределенности в подборе слов или оборотов речи. Примеры из театральной жизни показывают нам, как могут различаться постановки одной и той же пьесы разными режиссерами или спектакли в одной и той же постановке, сыгранные разными актерами. При одном и том же тексте смысл оказывается разным, несмотря даже на то, что во многих пьесах автор дает свои комментарии о невербальном и паралингвистическом оформлении текста».

Согласны ли Вы, что современный человек — это человек цифровой («цифровой») модальности (подробнее об аудиалах, кинестетиках, визуалах и дигиталах — в практикуме «Психология») <sup>23</sup>? Подвержен ли двойным толкованиям текст деловой переписки, договора, закона, распоряжения, инструкции и т. д.? Почему? Проанализируйте Ваши сообщения в социальных сетях, например, ВКонтакте? Есть ли там место двусмысленным толкованиям информации?

<sup>23</sup>Белова Е.В. Психология: практикум в двух частях. Часть 1. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. — 88 с. Часть 2. — СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. — 48 с.



## Тема 2. Виды психологического влияния: «цивилизованное», манипулятивное и «варварское влияние»

### 2.1. «Цивилизованное влияние» и его виды

**Цель:** изучение видов цивилизованного влияния и способов их применения

*Умный человек не замечает своего ума, как человек, привыкший хорошо одеваться, не замечает своего костюма*  
— **Бернард Шоу**

*Молчание — один из наиболее трудно опровергаемых аргументов*  
— американский писатель-юморист  
**Джош Биллингс (Генри Уильям Шоу)**

**Цивилизованное влияние** по Е.В. Сидоренко способствуют сохранению и развитию дела, деловых отношений и личностной целостности участников. **К цивилизованным видам влияния, отвечающим всем трем критериям можно отнести:** аргументацию, контраргументацию, самопродвижение и конструктивную критику. К психологическим средствам цивилизованного влияния Е. В. Сидоренко относит речь и текст. При этом слова и текст адресуются разуму и интеллекту собеседника.

**Существует два необходимых условия аргументации<sup>24</sup>:**

- 1.Согласие партнеров слушать друг друга.
- 2.Эмоциональный «штиль».

При этом важен постоянный мониторинг эмоций, развитый эмоциональный интеллект.

**Мониторинг** — это сплошное наблюдение явления в его полной динамике; сканирование, прослеживание. Мониторинг необходим для того, чтобы выявить ранние признаки начинающейся манипуляции. Некоторые изменения в эмоциональном состоянии адресата являются достоверными признаками того, что манипулятор пытается воздействовать на адресата влияния:

**1) резкий всплеск эмоций**, который не кажется оправданным объективными характеристиками ситуации — это важнейшая характеристика, которая должна быть проанализирована в первую очередь. **Однако парадокс состоит в том, что при возникновении интенсивной эмоциональной реакции мы сразу забываем о мониторинге.** Поэтому самый очевидный индикатор оказывается самым трудным для практического применения.

**2) дисбаланс** — противоречивость, амбивалентность эмоций, например, сочетание гордости и обиды, радости и недоверия, умиления и

<sup>24</sup> Здесь и далее цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

тревоги, когда одновременно грустно и весело, «смешно и неприятно» и т. п. Дисбаланс эмоций, внутренняя противоречивость нашего эмоционального состояния, может быть следствием применения манипулятором техники **универсального щипка**.

**3) «странность» эмоций**, например, вспышка ярости в момент обсуждения несущественных подробностей; безотчетный страх или гнев в процессе мирного обсуждения любимых фильмов или писателей и т. п. «Странность» эмоций возникает тогда, когда задета одна или несколько наших чувствительных струн души, причем столь искусно, что нам даже не удалось заметить, когда и как это было сделано.

**4) повторяемость эмоций**, например, систематическое возникновение одних и тех же эмоций при встрече с определенным человеком, ситуацией: чувства вины, профессиональной некомпетентности, унижения, протеста, обиды, злости и т. п. Повторяемость эмоций может свидетельствовать о том, что данный манипулятор постоянно играет на одной и той же нашей струне, которая с готовностью начинает звучать при его появлении.

### **Принципы цивилизованного влияния (принципы аргументации):**

#### **1. Вежливость и корректность**

Высказывания, принижающие личность партнера по общению, недопустимы, как и проявления иронии и сарказма («А я думал, ты хорошо учился в школе» или «Тебе придется, наверное, долго думать над этим, быстро не получается»). По сути, ирония и сарказм — это манипулятивные высказывания, «щипки», которые нарушают эмоциональный штиль когнитивного стиля обсуждения проблемы.

#### **2. Простота**

Все высказывания должны быть простыми, понятными, не содержать в себе вычурных выражений и редко используемых или специальных терминов, языковой игры, «зауми».

**3. Общий язык** (даже невербальный, например, с помощью приёма «отзеркаливания», зеркального повторения поз, мимики, интонаций, слов собеседника).

**4. Краткость** — одно из выражений вежливости и уважения к собеседнику.

**5. Наглядность** — при доказательстве своей идеи полезно применять наглядные средства, которые помогают реализовать преимущества не только абстрактно-логического, но также образного и **наглядно-практического мышления**. К числу наглядных средств могут относиться: а) рисунки, графики; б) предметы, образцы продукции и др.; в) образные сравнения; г) возможность на собственном опыте убедиться в действительности аргументов.

**6. Отказ от чрезмерной убедительности** («Ну, видишь теперь, где ты ошибся?!»). Чрезмерная убедительность или унижает чувство соб-

ственной значимости собеседника (поэтому вызывает защитную реакцию в форме сопротивления) или вызывает подозрения из-за большого количества аргументов.

Рассмотрим некоторые **техники аргументации**:

### **1. Метод положительных ответов Сократа.**

Последовательное доказательство предлагаемого инициатором решения проблемы или задачи. Каждый шаг доказательства начинается со слов: «Согласны ли вы с тем, что...» (иногда менее «отчётливой», формы вопроса, в случае естественного диалога). Если адресат отвечает утвердительно, данный шаг можно считать пройденным и переходить к следующему. Если партнер отвечает отрицательно, инициатор продолжает словами: «Простите, я не совсем удачно сформулировал вопрос. Согласны ли вы с тем, что...» и т. д. до тех пор, пока адресат не согласится со всеми шагами доказательства и с предлагаемым решением в целом. Задавать иные вопросы, кроме вопроса «Согласны ли вы...», не рекомендуется. Особенно опасны вопросы: «А почему вы не согласны?» или «Почему вы возражаете против очевидных вещей?», т.к. это провоцирует конфронтацию, а не сотрудничество.

### **2. Метод двусторонней аргументации.**

Открытое предъявление как сильных, так и слабых сторон предлагаемого решения, дающее адресату понять, что инициатор влияния сам видит ограничения этого решения. Предоставление адресату возможности самому взвесить аргументы «за» и «против». Рекомендуется (авторами пособий по аргументации) применять лишь по отношению к высокоинтеллектуальным партнерам.

**Контраргументация** — это более частое явление, чем аргументация, особенно если обсуждение темы занимает не несколько минут, а несколько часов, дней, а сами собеседники сразу не могут договориться:

#### **1. Метод перелицовки аргументов партнера.**

Прослеживание хода решения проблемы или задачи, предложенного партнером, вместе с ним до тех пор, пока не будет найдено противоречие, свидетельствующее о справедливости противоположных выводов.

Вариант (а). Выслушивание доказательства партнера.

Вариант (б): Воспроизведение вслух того доказательства, которое предложил партнер.

Вариант (в): Прослеживание логики доказательства партнера с использованием наглядных средств.

Высокий пилотаж исполнения техники: помочь партнеру прийти к открытию «*Мы оба ошиблись*». Высший пилотаж: помочь партнеру самому прийти к открытию. Не рекомендуется быть «убийственно» убедительным и подчеркивать, что партнер допустил ошибку или противоречие. Рекомендуется тщательно придерживаться логики чужого решения, вместо того, чтобы убедительно предлагать свою.

## 2. Метод развертывания аргументации.

Предъявление партнеру новых, ранее не известных ему аргументов. Можно использовать только после того, как проведена работа с уже предъявленными аргументами партнера, иначе новые аргументы просто не будут услышаны.

## 3. Метод разделения аргументов.

Разделение аргументов инициатора на верные, сомнительные и ошибочные и обсуждение их по формуле:

1) *«Я согласен с вами в том, что...»* (далее воспроизводится соответствующий аргумент);

2) *«Правда, я уже менее уверен, что...»* или *«Не могу избавиться от некоторого сомнения в том, что...»* или *«Хотелось бы, чтобы это было так, однако мой опыт говорит, что не всегда...»* (далее воспроизводится сомнительный аргумент).

Такое «позитивное» начало диалога помогает партнеру почувствовать, что в принципе Вы готовы и согласиться с ним. Выражение сомнения помогает партнеру почувствовать, что Вы готовы трезво и честно взвешивать все аргументы.

3) *«Ну а что касается (далее следует ошибочный аргумент), то увы...»* (далее следует опровержение с помощью метода положительных ответов, перелицовки или развертывания аргументации).

Работа, проведенная на этапах 1 и 2, помогает партнеру эмоционально смириться с Вашим несогласием на этапе 3 и рационально оценить встречные аргументы и доказательства.

**Самопродвижение** — еще одна форма **цивилизованного влияния**; это вид самопрезентации, открытое предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации для того, чтобы быть оцененным по достоинству и благодаря этому получить преимущества в отборе кандидатов, назначении на должность и т. п. **Э. Джонс** предложил классификацию стратегий самопрезентации. **Самопрезентация** — управление впечатлением, которое инициатор производит на целевую персону, с целью поддержания или усиления своего влияния на нее. По определению Э. Джонса, самопродвижение — это проявление своей компетентности в подготовке, проведении и, возможно, комментировании своей презентации.

### **Общие правила самопродвижения:**

1) Почти каждое наше действие имеет самопрезентирующее значение.

2) «Случайные» сигналы могут оказаться более важными, чем намеренные. Если не можешь подтвердить свои возможности реальными действиями, то по крайней мере **не опровергай их своими же действиями.**

Самопродвижение отличается от самовосхваления тем, что инициатор влияния не просто утверждает о себе что-либо, но подкрепляет это реаль-

ными делами или неоспоримыми фактами, свидетельствами этих реальных дел.

#### **Техники самопродвижения:**

- 1) Реальная демонстрация своих возможностей.
- 2) Предъявление сертификатов, дипломов, официальных отзывов, патентов, печатных работ, изделий и др.
- 3) Предъявление графиков, расчетов, схем.
- 4) Раскрытие своих личных целей.
- 5) Формулирование своих запросов и условий

#### **Выводы:**

1. Приемы и контрприемы аргументации разнообразны: зависят от ситуации, партнера и Вашего стиля. При этом, контраргументация — это более частое явление, чем аргументация. Существуют специальные техники аргументации и контраргументации, условия эмоционального состояния, при котором возможна аргументация, а также специфические проявления эмоциональных состояний, которые могут свидетельствовать об воздействии манипулятора.

2. Парадокс самопродвижения заключается в том, что действительно компетентные люди характеризуются сниженной потребностью заявлять о своей компетентности. Самопродвижение, также как аргументация, обладает малой внутренней энергетикой, и поэтому нуждается в том, чтобы его сознательно и целенаправленно применяли. Самопродвижение требует умения проявить свою компетентность и, следовательно, знать и помнить, в чем эта компетентность заключается. Тем не менее, самопродвижение — это тоже аргументация: демонстрация фактов о собственной персоне (биографии), которые воспринимаются как аргументы.

3. К спорным видам влияния относятся: внушение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, формирование благосклонности целевой персоны, просьба, игнорирование.

#### **Вопросы для самоконтроля:**

Прочитайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Какие виды цивилизованного влияния Вам известны? Что такое аргументация и контраргументация? Какое явление встречается чаще?
2. Что такое «эмоциональный штиль»? Какие особенности проявления эмоциональных состояний важны для аргументации?
3. Какие виды техник самопродвижения Вы знаете? Какие из них сами применяли в деловом общении?
4. В чем заключается парадокс самопродвижения и его особенности? Согласны ли Вы с данной идеей?
5. Назовите принципы аргументации. Перечислите техники контраргументации.

## Задания и упражнения для самостоятельной работы:

### Упражнение «Мониторинг эмоций»

Вспомнить ситуации, когда у Вас появлялись «странные» эмоциональные переживания. Подумайте, могло ли так быть потому, что Вами манипулировали? Перечислите возникшие у Вас эмоции.

### Задание «Метод Сократа»

Проанализируйте принципы аргументации. Какие из них Вы сами нарушаете во время диалога. Подумайте, какие существуют более изящные формы выражения согласия по методу Сократа?

### Упражнение «Аргументируйте это!»

Аргументы отличаются по степени воздействия на ум и чувства людей. Проанализируйте данные **Таблицы 7** и определите, какие аргументы чаще всего используете Вы в общении. Почему?

**Таблица 7. Виды аргументов**

<b>Сильные аргументы</b>	<b>Слабые аргументы</b>	<b>Несостоятельные аргументы</b>
Точно установленные и взаимосвязанные факты и суждения, которые вытекают из них	Умозаключения, основанные на двух и более отдельных фактах, связь между которыми неясна	Суждения на основе подтасованных фактов
Законы, уставы, руководящие документы, если они исполняются и соответствуют реальной жизни	Уловки и суждения, построенные на алогизмах	Ссылки на сомнительные, непроверенные источники
Экспериментально проверенные выводы	Ссылки (цитаты) на авторитеты, неизвестные или малоизвестные слушателям	Потерявшие силу решения
Заключения экспертов	Доводы личного характера, вытекающие из обстоятельств или диктуемые побуждением, желанием	Домыслы, догадки, предположения
Цитаты из публичных заявлений, книг, признанных в этой сфере авторитетов	Доводы, версии, обобщения, сделанные на основе догадок, предположений, ощущений	Доводы, рассчитанные на предрассудки, невежество
Показания свидетелей и очевидцев событий	Выводы из неполных статистических данных	Выводы, сделанные на основе фиктивных документов
Статистическая информация		Выдаваемые авансом посулы и обещания
Результаты социологических опросов, проведенных		Ложные заявления

### Упражнение «Железный приём»

**Маргарет Тэтчер**, которую называли «железная леди», в деловой беседе любила использовать ответы по модели «Да, но...». Формально соглашаясь в начале своего ответа с доводами оппонента (например, советских тележурналистов), Маргарет Тэтчер всегда заканчивала фразу такими контраргументами, которые уничтожали формальное согласие.

Проанализируйте любимые приёмы Тэтчер. Какие из них можно отнести, на Ваш взгляд, к приёмам аргументации и почему? Сравните приём «Да, но...» с методом Сократа.

- 1) Игнорирование вопроса
- 2) Признание вопроса без ответа на него
- 3) Вопрос о самом вопросе
- 4) Атака на вопрос
- 5) Атака на лицо, задавшее вопрос
- 6) Отказ от ответа
- 7) Политическое замечание
- 8) Неполный ответ
- 9) Повтор ответа на предыдущий вопрос
- 10) Подтверждение того, что ответ был уже дан ранее
- 11) Извинение

### Упражнение «Техники аргументации и контраргументации»

Проанализируйте некоторые дополнительные техники аргументации и контраргументации. Какие из них Вы используете сами, а какие наблюдали в действии? Сравните их с уже известными Вам техниками аргументации. Какие новые нюансы техник Вы замечаете? Какой вариант техники, на Ваш взгляд эффективнее? Почему?

**1. Фундаментальный метод.** Заключается в том, что вы сразу знакомите собеседника с фактами, сведениями, составляющими основу Вашего доказательства.

**2. Метод поиска противоречия.** Состоит в том, что Вы выявляете противоречия в доводах, в аргументации собеседника.

**3. Метод достижения последовательных выводов.** В этом случае Вы постепенно, шаг за шагом, посредством частичных выводов приводите собеседника к желаемому выводу.

**4. Метод образного сравнения (наглядности).** Вы придаете яркость, образность, наглядность своим доводам, для этого можно использовать рисунки, схемы, графики и т. д..

**5. Метод игнорирования.** Вы временно откладываете, не обсуждаете какой-то аргумент, довод, если он не может быть ни опровергнут, ни принят.

**6. Метод акцентирования.** Акцент делается на тех доводах, которые интересуют одного из собеседников.

**7. Метод видимой поддержки.** Вы, выслушав довод собеседника, приводите новые доказательства в пользу его решения, а потом излагаете свое решение и доводы в его пользу, которые опровергают все доводы собеседника.

**8. Обращение к формальной структуре.** В данном случае вы для опровержения или поддержки какого-то решения обращаетесь к предписаниям, формальным обязанностям, нормам, закону и т. д.

### **Упражнение «Сила слов»**

Проанализируйте приведенные ниже «убеждающие слова», которые сами по себе обладают убедительной силой. Какие из них чаще всего встречаются в речах политиков, рекламе товаров и услуг? Какие чаще всего используете Вы? Составьте небольшое рекламное описание любого товара (3-5 предложений) на основе только данных «убеждающих слов».

#### **Глаголы:**

Размышлять, обеспечивать, усовершенствовать, осуществлять, разрабатывать, организовывать, проверять, развивать, рассчитывать, поддерживать, искать, анализировать, испытывать, улучшать, беречь, планировать, повышать, укреплять, предвещать, гарантировать

#### **Существительные:**

Решение проблемы, экономия, обеспечение будущего, инновации, новшество, усовершенствование, возможность, развитие, достижение, прибыль, безопасность, оборот, информация, опережение, скорость, доверие, повышение, квалификация, шансы, ноу-хау, превосходство, престиж, статус.

#### **Прилагательные:**

Простой, быстрый, легкий, лучший, рациональный, надежный, экономичный, выгодный, разнообразный, эффективный, гибкий, ценный, удобный, изменяемый, интересный, новый, инновационный, незаменимый, оригинальный, поразительный, стильный, полезный, современный, информационный.

### **Упражнение «Продвигайте себя!»**

Возьмите в качестве примера известную фирму (например, *Apple*). Какие качества, особенности они при позиционировании определяют как ведущие? Какую стратегию самопродвижения они используют?

Какие качества, способности Вы считаете важными в своей личности? Проанализируйте своё резюме на наличие данных характеристик. Какие техники самопродвижения используете Вы, когда устраиваетесь на работу? Какими фактами и поступками Вы можете подтвердить наличие данных качеств у себя?



Найдите самостоятельно в Интернете оригинальную рекламу самих себя Парижского агентства *Muchimuchi*, где изображено, как с годами менялся и развивался рекламный бизнес, и то, каким он является в данный момент (слоган кампании: «Реклама меняется, и мы тоже»). Рекламисты с юмором изобразили, не только изменения в мире, которые влияют на всех, но и усложнение задач, поставленных перед агентствами, а вместе с ними и самого рекламного бизнеса. Какой самопродвижения используется в данном случае?

### Задание «Виды влияния и факторы влияния»

Проанализируйте спорные виды влияния<sup>25</sup>, представленные в **Таблице 8**. В чем их особенность? Встречали ли Вы их в межличностном общении? Какие из них встречаются в массовых коммуникациях? Почему их можно отнести к «спорным» видам влияния?

**Таблица 8. Спорные виды влияния**

Вид влияния	Определение	Факторы и средства влияния
<b>Внушение</b>	Сознательное неаргументированное воздействие на человека или группу людей, имеющее своей целью изменение их состояния, отношения к чему-либо и создания предрасположенности к определенным действиям	Личный магнетизм Личный авторитет Уверенность вербального и невербального поведения Отчетливая, размеренная речь Использование условий и обстановки, усиливающих суггестивное воздействие (приглушенное освещение, ритмические звуки, ритуальные прикосновения и др.) Выбор наиболее внушаемых партнеров
<b>Заражение</b>	Передача своего состояния или отношения другому человеку или группе людей, которые каким-то образом (пока не нашедшим объяснения) переживают это состояние или отношение	Высокая энергетика собственного поведения Артистизм в исполнении действий Интригующее вовлечение партнеров в выполнение действий Постепенное наращивание интенсивности действий
<b>Заражение</b>	Передаваться состояние может как произвольно, так и произвольно, усваиваться произвольно или произвольно	Пристальный взгляд в глаза Прикосновение и телесный контакт
<b>Пробужде-</b>	Способность вызывать стрем-	Публичная известность

<sup>25</sup> Цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

<p><b>ние им-пульса к подражанию</b></p>	<p>ление быть подобным себе. Эта способность может как непроизвольно проявляться, так и произвольно использоваться. Стремление подражать и подражание (копирование чужого поведения и образа мыслей) также может быть и произвольным, и непроизвольным</p>	<p>Демонстрация высоких образцов мастерства Явление примера доблести, милосердия, служения идее Новаторство Личный магнетизм «Модное» поведение и оформление внешности Призыв к подражанию</p>
<p><b>Формирование благосклонности</b></p>	<p>Развитие у адресата положительного отношения к себе</p>	<p>Позитивные высказывания о себе, вплоть до самовосхваления Высказывание благоприятных суждений об адресате, вплоть до лести Подражание адресату Оказание ему услуги, одолжения</p>
<p><b>Просьба</b></p>	<p>Обращение к адресату с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия</p>	<p>Ясные и вежливые формулировки Проявление уважения к праву адресата отказать в просьбе, если ее выполнение неудобно ему или противоречит его собственным целям</p>
<p><b>Игнорирование</b></p>	<p>Умышленное невнимание, рассеянность по отношению к партнеру, его высказываниям и действиям Чаще всего воспринимается как признак пренебрежения и неуважения, однако в некоторых случаях игнорирование выступает как тактичная форма прощения бестактности или неловкости, допущенной партнером</p>	<p>Демонстративное пропускание слов партнера «мимо ушей» Невербальное поведение, указывающее на то, что присутствие партнера не замечается Невыполнение обещаний или опоздание с отсутствием попыток что-либо объяснить Молчание и отсутствующий взгляд в ответ вопрос, упрек или любое другое высказывание партнера Внезапная смена темы разговора Исключение из обсуждения подтекстов, намеков, подзадоривающих высказываний и т.д., и концентрация лишь на обсуждении сути дела</p>

## 2.2. Манипулятивное влияние и его виды

**Цель:** изучение видов и особенностей манипулятивного влияния.

*Поистине всегда там, где недостает  
разумных доводов, их заменяет крик  
, — Леонардо да Винчи*

*Каждый человек имеет право на собственное мнение  
— при условии, что оно совпадает с нашим  
, — Джош Биллингс*

**Манипуляция** — это промежуточная ступень от варварства к цивилизованному влиянию. Манипулятор побеждает хитростью, заставляя человека сделать что-то нужное, но так, чтобы человеку казалось, что он сам решил это сделать, причем принял это решение добровольно<sup>26</sup>.

Адресат влияния действует под влиянием тех мыслей и чувств, которые смог вызвать в нем манипулятор, затронув значимые для адресата «струны души: по Е. Л. Доценко — это эксплуатация личностных (мотивационных) структур. Е.В. Сидоренко отмечает, что манипулятор — это мастер игры на чужих слабостях, мотивационных структурах, «струнах чужой души», и тем его игра тоньше и искусней, чем большее количество струн в чужой душе манипулятор может распознать и затронуть.

Для манипулятора другие люди — это *орудия, препятствия или добыча*, так же как и для варвара (поэтому манипуляция только внешне выглядит как цивилизованное влияние, а по существу это — варварская форма психологического воздействия).

В **Таблице 9** представлены отличия манипуляции от «чистых» форм влияния по *Х. Корнелиусу и Ш. Фэйр*. Критерием приемлемости воздействия служит результат: удовлетворенность, желание дальнейших контактов и т. д.

**Таблица 9. Сравнение приемлемого влияния и манипуляции**

<b>Манипуляция</b>	<b>Влияние</b>
В большинстве случаев исход желателен для влияющего	Исход может не затрагивать интересы влияющего
Часто исход не желателен для объекта влияния	Учитывается согласие или его отсутствие у другого
Информация, расходящаяся с желанием влияющей стороны, утаивается	Объекту влияния предоставляется вся информация
Объекту влияния не предоставляется возможность свободного и самостоятельного выбора	Объекту влияния дается свобода выбора

<sup>26</sup> Здесь и далее цит. по Сидоренко Е. В. *Тренинг влияния и противостояния влиянию*. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

**Диагностика манипуляции по М.В. Харитонову**<sup>27</sup> возможно с помощью двух групп приёмов:

1) **организационные приёмы** — это вопросы-маркеры, которые позволяют когнитивно оценить ситуацию и определить ситуации манипуляции.

**Первый вопрос:** «*Как распределена ответственность в деле?*». Манипулятор стремится передать ответственность за происходящее жертве. Сам же он ответственность на себя никогда не берёт.

**Второй вопрос:** «*Каковы соотношения между вашими затратами и вашим же выигрышем от дела?*». Манипулятор стремится выстроить ситуацию таким образом, чтобы затраты жертвы были максимальными, а выигрыш — минимальным.

2) **Психологическими признаками манипуляции являются следующие поведенческие особенности говорящего человека:**

a. **Рассогласование глаз и губ:** губы могут усиленно улыбаться, а вот глаза всегда остаются холодными. Любая неконгруэнтность в поведении может служить признаком манипуляции.

b. **Точка напряжения в теле.** Если внимательно приглядеться к манипулятору, заметно, что в теле появляется некоторое напряжение, скованность.

c. **Неестественность мимики и пантомимики.** У манипулятора мимика либо исчезает вообще, либо становится неестественно бурной — «мельница руками».

d. **Абсолютная, слово в слово, повторяемость рассказа.** Человек, говорящий правду варьирует свой рассказ, в нём появляются новые детали, а что-то исчезает. Манипулятор же заучил свой рассказ и боится сбиться. Отсюда — абсолютная повторяемость рассказа.

e. **Наличие в речи агрессивных словечек, обидных намёков на вашу бедность, внешность и так далее.** Манипулятор всегда презирает свою жертву и не всегда может это презрение скрыть.

f. **Стремление подавить вашу инициативу, если вы пытаетесь что-то уточнить.** Манипулятору не нужна инициатива жертвы, ведь в этом случае сценарий манипуляции может рухнуть.

g. **«Глазные ключи доступа»:** человек, смотрящий на Ваше левое ухо при ответе на Ваш вопрос, занят конструированием визуальной картинки (если он — правша): он как бы пытается создать в своём сознании образ того, как могло бы выглядеть выдуманное им событие.

h. **Как правило, у врущего человека тон голоса повышается (или, в принципе, речь и голос внезапно меняются: появляются паузы, повторы в речи).**

---

<sup>27</sup> Харитонов М.В. Психология современных массовых коммуникаций: монография.— СПб.: Издательство СПбАУЭ.-2010,— 352 с.

Существуют разнообразные **типологии манипуляторов**, например, выделяют 8 ролей манипуляторов:

**Первая позиция – диктатор.** Преувеличивает свою силу, стремится доминировать, приказывать, управлять.

**Вторая позиция – тряпка.** Стремится уклониться от выполнения обязанностей, а поэтому – «забывает», «не слышит» и тому подобное.

**Третья позиция – калькулятор.** Стремится всё и вся контролировать, хитрит, лжёт, увиливает от обязанностей.

**Четвёртая позиция – прилипала. В отечественной традиции – «сирота казанская».** Из всех сил преувеличивает свою зависимость от других людей, стремится быть предметом их забот.

**Пятая позиция – хулиган.** Преувеличенно демонстрирует свою агрессию, недоброжелательность, жестокость. Пытается управлять другими людьми с помощью разнообразных угроз.

**Шестая позиция – славный парень.** Он способен кого угодно задуть своей любовью, внимательностью, добротой. Плюс ко всему – жуткий моралист.

**Седьмая позиция – судья.** Такой человек чрезмерно критичен к другим, никому не верит, с трудом прощает других.

**Восьмая позиция – защитник.** Он демонстрирует окружающим своё чрезмерное сочувствие, готовность простить всё и вся. Подавляет у окружающих способность проявить самокритичность и самостоятельность.

### **Выводы:**

1) Существует несколько стратегий манипуляции по Е.В. Сидоренко. Если адресат раскрыл цели манипулятора и открыто заявил ему об этом, данная манипуляция прекращается, преобразуясь в цивилизованное или, наоборот, варварское взаимодействие. Если адресат раскрыл цели манипулятора, но решил сделать вид, что по-прежнему ни о чем не догадывается, чтобы добиться своих собственных скрытых целей, то это означает, что он использует встречную манипуляцию: начинается обмен манипуляциями, или манипуляционное взаимодействие. Если адресат понял, что манипулятор использует специальные средства для достижения какой-то тайной цели, и начинает выяснять эту цель или нейтрализовать действие этих средств, то это противостояние манипуляции. Если адресат понял, что манипулятор использует специальные средства для достижения какой-то тайной цели, но решает отдалиться на волю манипулятора (например, потому, что ему настолько приятны используемые манипулятором средства, что он не хочет отказываться от них и/или потому, что он согласен с целью), то это капитуляция.

### **Вопросы для самоконтроля:**

Прочитайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое манипуляция как вид влияния? Какие виды приёмов манипуляции Вам известны? Какие цели существуют у манипулятора?
2. Дайте определения психологическим типам манипуляторов? С каким из них Вы чаще всего сталкивались?
3. Какие существуют приёмы диагностики манипуляции? Как из них, на Ваш взгляд, самый эффективный и почему?
4. Какие отличия между манипуляцией и приемлемым влиянием существуют?
5. Какие стратегии манипуляции Вам известны? Какие, на Ваш взгляд, самые эффективные?

### Задания и упражнения для самостоятельной работы:

#### Упражнение «Типы манипуляций»

Проанализируйте типы манипуляций и способы защиты от них в **Таблице 10** (подробнее о данном вопросе можно прочесть в работе «Манипуляции в общении и их нейтрализации»<sup>28</sup>). С какими Вы чаще всего сталкивались на работе?

**Таблица 10. Типы манипуляций и способы защиты от них**

Типы	Примеры	Способы конструктивной контратаки
<b>Провокация защитных реакций или оправданий</b>	Жесткое, категоричное высказывание своей негативной оценки, принижение компетентности или личности собеседника	Не оправдываться, не защищаться. «Вербализация» своего состояния - реакции и нахождение общего отношения к ситуации. Предложить совместный поиск решения
<b>Провоцирование замешательства</b>	Дезориентация. Стремление опрокинуть, расстроить, нарушить планы. Приемы: неожиданные провокационные вопросы, оскорбления, принижение достоинства, «выпячивание» своего превосходства. Усиление агрессивных реакций	Уточняющие вопросы, просьба повторить или дать комментарии
<b>Игра на чувствах любви и дружбы с целью маскировки нежелания пойти навстречу, спро-</b>	Демонстрация готовности к сотрудничеству: формирование впечатления «своего парня». Увещевание в любви и дружбе. Заверения в понимании одновременно с сожалением по поводу невозможности помочь. Говорится о служебных обязанностях.	Освободиться от чувства вины и обязательств. «Бумеранг» заверений. Отказ от делового

<sup>28</sup> Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. Практическое руководство. – М.: Издательство Института Психотерапии. –2001,– 208 с.

<b>воцировать чувство вины, эмоциональной зависимости</b>	Отсутствие готовности взять ответственность на себя	взаимодействия
<b>Игра на нетерпеливости «Висящая морковка»</b>	Говорится, что цель почти достигнута, осталось совсем немного... Демонстрация готовности и активности. Но! «Если вы сможете сделать некоторую малость, то все будет в порядке. И так много раз. «Морковка» поднимается все выше...	Не впадать в обман и четко помнить о своих интересах и приоритетах
<b>Игра на чувствах безысходности</b>	Цель: подвести собеседника к убеждению, что есть только один выход. При этом сознание входит в состояние тревоги, сужается пространство поиска, снижается творческая активность	Сохранять хладнокровие, взять паузу на размышление, анализировать ситуацию, доводы, аргументы
<b>Игра на чувствах жадности</b>	Цель: воспользоваться потребностью в риске, психологией «игрока». Предлагается воспользоваться счастливой ситуацией, что откроет блестящие возможности в будущем. «Счастливый шанс при определенном риске. Приоритет инакомыслия, игры, удачи и т. д.	Оставаться на почве реальности, не давать волю жадности, оценить перспективы проигрыша и рисков. Предложить контрмеры защиты от потери
<b>Игра на уступках</b>	Использование запланированных уступок. Техника уступок: оппонент возражает, но с трудом соглашается на незначительные уступки, взамен требует больше «жертвы» - подмена небольших уступок большими «жертвами» - выгодами	Сохранять ясную перспективу, четко знать приоритеты, совершать эквивалентный обмен
<b>Намеренное затягивание времени. Аналог «Висящей морковки»</b>	Долгое и подробное обсуждение. Создание иллюзии, что соглашение может быть достигнуто в любой момент. Просьбы о временных или других уступках. Создание впечатления готовности сотрудничать. Но соглашение оттягивается	Одно из самых сложных противостояний. Проявлять настойчивость, «давить» сверху, играть на чувствах долга и личной обязанности. Указывать, что затягивание времени не в интересах собеседника
<b>Самореклама. Манипуляция авторитетом.</b>	Цель: произвести впечатление на собеседника, так заинтересовать, чтобы он сам захотел развивать отношения с «манипуля-	Проверка реальными действиями/делами

<b>Провоцирование личного интереса и уважения к «манипулятору»</b>	тором», убедить в выгоде будущих отношений. Такое поведение приводит к потере собственных приоритетов, ориентиров, снижению контроля над ситуацией, к желанию переложить свои дела (ответственность) на другого	
<b>«Убаюкивание» с целью позже обмануть, заманить в сети, попросить об уступках</b>	Небольшие услуги, подарки, любезности с уверениями бескорыстия. Позже - просьбы об одолжениях.	Быть начеку. Не позволять себе чувства обязанности и вины

### Упражнение «Приём щипка»

Е.В. Сидоренко<sup>29</sup> рассматривает интересный приём «психологического щипка», который позволяет манипулятору атаковать собеседника, «расшатать» его эмоциональное состояние (Таблица 11). «Щипок сверху» — это лесть, «щипок снизу» — грубость, оскорбление. «Универсальный щипок» можно толковать и так, и так (это высшая форма манипулятивного мастерства «психологического щипка»). Проанализируйте приведенные примеры приёмов манипуляции с помощью техники «щипка». Какие из них Вам встречались в практике общения?

Таблица 11. Приёмы манипуляции

Прием	«Щипок снизу»	«Щипок сверху»
Поддразнивающие высказывания	- Тебя что, так легко расстроить (задеть, обмануть, заставить подчиниться)? - Как всегда, боишься	- Я знаю, тебя не так легко расстроить (задеть, обмануть, заставить подчиниться) - И ты боишься
Подзадоривающие высказывания	- С этим человеком трудно вести переговоры, тут нужен такт, талант... - Эта вещь слишком дорогая, чтобы ты смог ее купить	- Только ты с твоим тактом и талантом сможешь вести с этим человеком переговоры - Эта вещь дорогая, как раз для тебя

Проанализируйте технику «универсального щипка». Какие примеры Вы можете привести ее использования?

«Универсальный щипок» действуют одновременно и сверху и снизу; человек не понимает, то ли ему польстили, то ли упрекнули в чем-то; содержат в себе внутреннее противоречие, два диаметрально противоположных вектора, и адресат волен выбирать, на какой из них отреагировать:

- Ты что, разбогател?
- Ты что, обеднел?
- Вы, я смотрю, человек без комплексов...

<sup>29</sup> Здесь и далее примеры цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.



- Я знаю, что ты спокойно относишься к определенным нарушениям.
- Ты всего добился упорным трудом, не то что некоторые, которым просто от природы повезло, и в этом никакой их заслуги ..
- Я уважаю, что ты не клюешь на все эти новомодные веяния...
- Как это по-русски — презирать иностранные языки... Мы ведь и без иностранцев — великая страна...
- Только ты можешь по-настоящему все проверить, остальным их новые идеи важнее точности...
- Ты единственный, кто не обращает внимания на критику...

### Упражнение «Психологическая игра»

Проанализируйте особенности психологической игры и манипуляции (Таблица 12). Какое явление, на Ваш взгляд, чаще встречается?

Таблица 12. Психологическая игра и манипуляция

Игрок	Манипулятор
Играет в одни и те же игры Может переключиться на другую «мишень», если первоначально выбранная «мишень» не поддерживает игру Может не помнить о неуспехе своей игры и продолжает те же попытки	Использует разнообразные приемы Сохраняет прежнюю «мишень», даже если она не поддается манипуляции, если без этого человека невозможно добиться цели Помнит о своей неудаче и ищет новых путей

Психологическая игра — бессознательно совершаемая манипуляция, чаще всего взаимная. По Е.В. Сидоренко манипулятор может отказаться от манипуляции и перейти к цивилизованному взаимодействию, а игрок не может.

### Упражнение «Сократ — манипулятор?!»

Прочитайте отрывок из диалога Сократа и Евтидема и определите, какой вид влияния применил Сократ? Являлся ли данный приём в данном случае оправданным? Докажите.

**Сократ.** Но, так как ты готовишься быть во главе демократического государства, то без сомнения, знаешь, что такое демократия.

**Евтидем.** Еще бы не знать!

**Сократ.** Так возможно ли, по-твоему, знать демократию, не зная демоса?

**Евтидем.** Клянусь Зевсом, нет.

**Сократ.** А демос что такое, знаешь ты?

**Евтидем.** Думаю, что знаю.

**Сократ.** Что же такое, по-твоему, демос?

**Евтидем.** По-моему, это бедные граждане.

**Сократ.** Стало быть, ты знаешь бедных?

**Евтидем.** Как же не знать?

**Сократ.** Так ты знаешь и богатых?

**Евтидем.** Ничуть не хуже, чем бедных.

**Сократ.** Каких же людей называешь ты бедными и каких богатыми?

**Евтидем.** У кого нет достаточных средств на насущное, те, думаю, бедные, а у кого их больше чем достаточно, те богатые.

**Сократ.** А заметил ли ты, что некоторым при самых ничтожных средствах не только хватает их, но еще возможно делать сбережения из них, а некоторым недостает даже очень больших?

**Евтидем.** Да, клянусь Зевсом! Хорошо, что ты мне напомнил: я знаю даже тиранов, которые по недостатку средств, точно крайние бедняки, вынуждены бывают прибегать к беззаконию.

**Сократ.** Если это так, то тиранов мы причислим к демосу, а владеющих небольшими средствами, если они домовиты, — к богатым.

**Евтидем.** Вынуждает меня и с этим согласиться, очевидно, мое скудоумие; и я думаю, не лучше ли всего будет мне молчать: по-видимому, я ровно ничего не знаю (*После этого Евтидем ушел в совершенном отчаянии, полный презрения к себе, считая себя подлинно невежественным*).

### Упражнение «Алгоритм манипуляции»

Разберите алгоритм «прагматической манипуляции». Какой из этапов, на Ваш взгляд, самый сложный и почему?

*Цель — добиться выигрыша. Средства — настройка, щипок и этюд.*

1. **Настройка** — это создание подходящей психологической атмосферы, в которой можно будет удобно и эффективно играть на струнах адресата. В сущности, настройка — это предварительный обобщенный щипок. Манипулятор делает «выпады», прощупывает почву: это то льстивая фраза, то рискованная шутка, граничащая с насмешкой, то жалобный тон в расчете на человеческое участие партнера и т. д. Настройка может совершаться и с помощью невербальных приемов. **Паралингвистические и невербальные приемы манипуляции:**

- 1) Резкое убыстрение темпа (беседы, движений, сборов и т. п.).
- 2) Внезапное сокращение или увеличение дистанции.
- 3) Ограничение пространства.
- 4) Нерегламентированные прикосновения.

2. **Щипок или этюд.** На этой стадии применяется прицельный щипок или универсальный (**Таблица 13**).

**Таблица 13. Примеры приёмов прагматической манипуляции**

Приемы	Примеры
«Случайная» утечка информации - «случайные» высказывания, оброненные вскользь	«Знаешь, Таня из третьего отдела увольняется. Она, правда, просила никому не говорить». «Они вроде бы тебя хотят назначить директором по маркетингу»
Утаивание части информации до тех пор, пока не становится	«Через две минуты они придут. Мы должны будем что-то им отвечать на их предложение».

поздно что-либо предпринимать	«Мы уже начали обмен информацией, не дожидаясь подписания договора. Так что теперь уж все равно придется подписывать...»
«Невинный» обман, введение в заблуждение	«Вроде бы он согласился». «Думаю, насчет твоей кандидатуры, вопрос решенный, какие тут могут быть сомнения»
Оговор и клевета, совершаемые якобы по неведению или недоразумению	«Говорят, у него какие-то проблемы с отчетностью...». «Они были очень, очень удивлены твоим выступлением»
«Невинный» шантаж - «дружеские» намеки на ошибки, промахи и нарушения, допущенные адресатом в прошлом; шутивное упоминание «старых грехов» или личных тайн адресата; ссылки на то, что он уже связан обязательствами, «должен», «не успевает» и т. п.	«Помнишь, как мы в прошлый раз документы не по тому электронному адресу отправили? Трудненько было мне это дело замять...» «У тебя ведь пока незаконченное высшее? Да ты не беспокойся, они не узнают...»
Преувеличенная демонстрация своей слабости, неопытности, неосведомленности, «глупости» для того, чтобы пробудить у адресата стремление помочь, сделать за манипулятора его работу, передать ему ценную или даже секретную информацию, научить его	«Как я могу рассчитать этот коэффициент, если я всегда математики боялась, как огня? А ведь могут и в должности понизить из-за этого...» «Где мне взять эти данные, ума не приложу. Что мне делать?! И главное - никто не может помочь... (плачет)».

**3. Регуляция реакции адресата.** Манипулятору важно, чтобы струна не переставала звучать, а с другой стороны, чтобы она не звучала слишком интенсивно. Если он чувствует, что адресат слишком поглощен своими эмоциями, чтобы принять «правильное» (то есть нужное для манипулятора) решение, он может изменить интенсивность щипков или постараться компенсировать щипки снизу щипками сверху и т. п. Так, манипулятор чутко реагирует по закону «обратной связи».

**4. Получение выигрыша:** заставить адресата что-либо принять; от чего-либо отказаться; дать информацию; получить «лишнюю» информацию; попросить совета; последовать совету и т. п.

**Тест «Шкала измерения тактик самопрезентации (С. Ли, Б. Куигли и др.)»<sup>30</sup>**

**Описание методики**

<sup>30</sup> Цит. по книге Чикер В.А., Капустина А.Н., Захарова А.М. 18 программ тренингов: руководство для профессионалов.- СПб.: Речь, 2007. — 368 стр.

Шкала измерения тактик самопрезентации (С. Ли, Б. Куигли и др.) включает двенадцать самопрезентационных тактик, семь из которых относятся к ассертивному типу (А), а пять – к защитному типу самопрезентации (З).

Данные техники самопрезентации по своей сути схожи с техниками манипуляции.

Согласно С. Ли и Б. Куигли главным основанием для выделения стратегий самопрезентации послужили характерные особенности поведения людей, проявляющих в стремление получить социальное одобрение (стратегии аттрактивного поведения, самовозвышения и силового влияния) или избежать значимых потерь в социальном одобрении (уклонения и самопринижения). Стратегии и тактики самопрезентации носят как вербальный, так и невербальный характер. Независимо от степени осознания своих поведенческих действий человек использует, как правило, практически весь спектр тактик и стратегий. При этом предпочтение отдается тем или иным стратегиям и тактикам в зависимости от социального контекста, личностных особенностей, а также целей и задач, обусловленных в основном социальным статусом и типом профессиональной деятельности.

#### **Инструкция и тест**

Ниже приводятся утверждения, связанные с тем, как Вы себя воспринимаете. Пожалуйста, внимательно прочтите инструкцию и постарайтесь дать как можно более точные и искренние ответы на все утверждения. Не существует верных и неверных ответов. Отвечая на вопросы, пожалуйста, укажите рядом с каждым вопросом ту цифру, которая в большей степени соответствует Вашему поведению.

- |     | <b>Очень редко</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> | <b>7</b> | <b>8</b> | <b>9</b> | <b>Очень часто</b> |
|-----|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------|
| 1.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 2.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 3.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 4.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 5.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 6.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 7.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 8.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 9.  |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 10. |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |
| 11. |                    |          |          |          |          |          |          |          |          |          |                    |

12. Я заболеваю под грузом ответственности «делать все хорошо»
13. Я прошу прощения, если сделал что-то не так
14. Я навожу других на мысль о том, что не могу что-то сделать, для того чтобы получить помощь
15. Я стараюсь служить образцом того, как должен вести себя человек
16. После дурного поступка я стараюсь, чтобы окружающие поняли, что, если бы они были на моем месте, им пришлось бы поступить точно также
17. Я стараюсь заручиться поддержкой окружающих перед тем, как делать что-то, что может быть негативно воспринято
18. Я стараюсь загладить любую обиду, которую я причинил другим
19. Рассказывая другим о тех вещах, владельцем которых я являюсь, я также упоминаю об их стоимости
20. Я обращаю внимание на некорректные положения, заявления оппозиционных политических партий
21. Я стараюсь вызвать желание подражать мне, являясь для окружающих положительным примером
22. Когда я рассказываю кому-то о прошлых событиях, я претендую на больший вклад в выполнении положительных дел, чем это было на самом деле
23. Я рассказываю людям о своих достоинствах
24. Я стараюсь быть примером для подражания
25. Я заранее извиняюсь за действия, которые могут не понравиться другим
26. Я стараюсь убедить других вести себя так же положительно как я
27. Я подавляю других для того, чтобы самому выглядеть лучше
28. Я делаю одолжения для людей, чтобы расположить их к себе
29. Я признаю ответственность за плохой поступок, когда моя вина очевидна
30. Я преувеличиваю значимость моих достижений
31. Я нерешителен и надеюсь, что другие возьмут на себя ответственность за общее дело
32. Я угрожаю другим, когда полагаю, что это поможет мне получить от них то, что я хочу
33. Я высказываю мнения, которые понравятся окружающим
34. Я критически высказываюсь о непопулярных группах
35. Я стараюсь убедить других в том, что не отвечаю за неудачу
36. Когда дела не ладятся, я объясняю, что в этом нет моей вины
37. Я веду себя в соответствии с представлением о том, как другим следует себя вести
38. Я рассказываю другим о своих положительных качествах
39. Когда меня упрекают в чем-то, я извиняюсь
40. Я обращаю внимание на добрые дела, которые делаю, так как их могут не заметить другие люди
41. Я поправляю людей, которые недооценивают ценность подаренных мною подарков
42. Слабое здоровье - причина моих посредственных оценок в школе

43. Я помогаю другим, зная, что они помогут мне
44. Я выдвигаю одобряемые другими причины для того, чтобы оправдать такое поведение, которое может не понравиться окружающим
45. Когда мое поведение кажется окружающим неправильным, я привожу веские причины для его оправдания
46. Когда я выполняю работу с кем-то, я стараюсь, чтобы мой вклад казался более значительным (чем это есть на самом деле)
47. Я преувеличиваю негативные качества тех людей, которые конкурируют со мной
48. Я придумываю извинения за плохое поведение
49. Я придумываю причины для оправдания за возможную неудачу
50. Я выражаю раскаяние, когда делаю что-то неправильно
51. Я запугиваю других
52. Когда я нуждаюсь в чем-то, я стараюсь хорошо выглядеть
53. Я недостаточно хорошо подготавливаюсь к экзаменам, потому что слишком вовлечен в общественную работу
54. Я говорю другим, что они сильнее и компетентнее меня, для того чтобы они сделали что-то для меня
55. Я претендую на доверие при выполнении дел, которых я прежде не делал
56. Я отрицательно высказываюсь по поводу людей, принадлежащих к конкурирующим группировкам
57. Я препятствую собственному успеху
58. Тревога мешает моим действиям
59. Я поступаю таким образом, чтобы вызвать страх у других, с целью побудить их делать то, что мне нужно
60. Когда я успешно справляюсь с заданием, я подчеркиваю его значимость
61. Я выдвигаю весомые обоснования своего поведения, независимо от того, насколько плохим оно может показаться окружающим
62. Чтобы избежать упреков, я стремлюсь уверить окружающих в том, что не собирался причинить им какой-то вред
63. Я говорю людям комплименты, чтобы расположить их к себе
64. Совершив плохой поступок, я пытаюсь объяснить окружающим, что они на моем месте сделали бы то же самое

### **Ключ к тесту**

Подсчёт баллов производится по девятибалльной шкале (от 1 — «редко проявляется в поведении» до 9 — «очень часто проявляется в поведении»). Все вопросы распределяются на двенадцать групп тактик самопрезентации: с 1 по 5 — тактики защитного типа, с 6 по 12 — тактики ассертивного типа самопрезентации. Каждая тактика самопрезентации включает в себя определенные номера и количество вопросов (тактика 6 — «желание понравиться» включает 8 вопросов, остальные — по 5, поэтому сравнение результатов по данным шкалам возможно, если сумму ответов по каждой шкале дополнительно

умножить на **поправочный коэффициент** ). Подробное описание техник и стратегий — в **Таблице 14**.

1. Оправдание с отрицанием ответственности — 35, 36, 39, 48, 62.
2. Оправдание с принятием ответственности — 05, 44, 45, 61, 64.
3. Отречение — 04, 10, 17, 25, 49.
4. Препятствование самому себе — 12, 42, 53, 57, 58.
5. Извинение - 03, 13, 18, 29, 50.
6. Желание/старание понравиться — 09, 11, 28, 33, 38, 43, 52, 63.
7. Запугивание — 01, 02, 32, 51, 59.
8. Просьба/мольба — 07, 08, 14, 41, 54.
9. Приписывание себе достижений — 22, 23, 40, 46, 55.
10. Преувеличение своих достижений — 06, 19, 30, 41, 60.
11. Негативная оценка других — 20, 27, 34, 47, 56.
12. Пример для подражания — 15, 21, 24, 26, 37.

**Таблица 14. Стратегии и тактики самопрезентации по С. Ли, Б. Куигли**

<b>Стратегия самопрезентации</b>	<b>Тактики самопрезентации</b>	<b>Содержание тактик самопрезентации</b>
<b>1. Уклонение</b> («уход от ответственности и избегание решительных действий»)	Оправдание с отрицанием ответственности (3)	Вербальные заявления субъекта, отрицающие ответственность за негативные поступки или события (например, «Я этого не делал»)
	Отречение (3)	Вербальное объяснение субъектом причин поведения прежде, чем затруднительное или неприятное положение произойдет (для предотвращения обвинений)
	Препятствование самому себе (3)	Ссылка на внешние препятствия и помехи, как причины своих неудач (обычно ссылки на слабое здоровье, болезни, чрезмерные общественные нагрузки)
<b>2. Аттрактивное поведение</b> («поведение, вызывающее благоприятное впечатление о субъекте самопрезентации»)	Желание / старание понравиться (А).	Действия и поступки с целью вызвать у окружающих симпатии к субъекту, часто для получения определенной пользы от этого (тактика может принимать форму лести, конформности, возвышения других, оказания услуг, делания подарков и т. п.)
	Извинение (3)	Признание ответственности за любые обиды, вред, нанесенные субъектом другим, или за негативные поступки. Вербальные и невербальные выражения раскаяния и вины (поддерживается обществом, проявляются как норма вежливости)
	Пример для подражания (А)	Поведение, предъявляемое субъектом, как моральное и привлекательное, вызывающее уважение, подражание и/или восхищение (обычно это принципиальность в вопросах нравственности и морали, самоотверженное отношение к работе и т. п.; высшая форма проявления этой тактики - героизм)
<b>3. Самовозв</b>	Приписывание	Заявления субъекта о своих достоинствах и про-

ышение («демонстрация высокой самооценки и доминирования»)	себе достижений (А).	шлых достижениях
	Преувеличение своих достижений (А)	Убеждение субъектом других в том, что результаты его деятельности являются более позитивными, чем они являются в действительности.
	Оправдание с принятием ответственности (З)	Приведение оправдывающих и одобряемых другими причин для объяснения негативно воспринимаемого поведения и принятие ответственности за него (например, «на моем месте вы сделали бы то же самое»)
4.Самопринижение («демонстрация слабости»)	Просьба/ мольба (А).	Демонстрация собственной беспомощности, слабости и зависимости в целях получения помощи и др.
5.Силовое влияние («демонстрация силы и статуса»)	Запугивание (А).	Высказывание угроз с целью вызвать страх у объекта самопрезентации
	Негативная оценка других (А)	Высказывание негативных и критических оценок в адрес других людей или групп, с которыми эти люди ассоциируются

### 2.3. «Варварское влияние» и его виды

**Цель:** изучение видов «варварского влияния» и его особенностей.

Не обманывайтесь: худые сообщества  
развращают добрые нравы  
— Библия (Новый Завет)

**Варварское психологическое влияние** — это первая ступень собственно психологического влияния, очень близкая еще к физическому воздействию.

Варварское психологическое влияние можно разделить на два основных вида по Е.В. Сидоренко<sup>31</sup>: нападение и принуждение. **Нападение** — внезапная атака на чужую психику, совершаемая с сознательным намерением или без такового и являющаяся формой разрядки эмоционального напряжения. Психологическое нападение несет в себе многие черты нападения физического, являясь символическим его замещением. Человек воспринимается как препятствие на пути к цели. **Принуждение** — «приневоливанье» человека к выполнению определенных действий с помощью угроз и лишений. Принуждение выступает как примитивное использование других людей для реализации собственных целей как орудия.

<sup>31</sup> Цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.



В психологическом нападении в качестве всех атакующих инструментов используются исключительно психологические средства: вербальные, невербальные и паралингвистические. При этом степень «осознанности» нападающего может быть разной: от целенаправленного нападения («*Это заставит его испугаться и изменить тактику!*») до импульсивного («*Я вспыхнул случайно...*») и тотального («*Я вспыхнул, и это испугало его и заставило изменить тактику: попробую еще...*») нападений: т.е. нападение может совершаться с определенной целью, по определенной причине, по определенной причине и с определенной целью.

**Существует три формы варварского нападения:** деструктивная критика; деструктивные констатации; деструктивные советы.

**Деструктивная критика** — это пренебрежительные или оскорбительные суждения о личности человека; грубое агрессивное осуждение, поношение или осмеяние его дел и поступков, значимых для него людей, социальных общностей, идей, ценностей, произведений, материальных объектов и т. п.; риторические вопросы, направленные на обнаружение и «выправление» недостатков. Подобный приём закрепляет отрицательные модели поведения. По форме деструктивная критика часто неотличима от формул внушения: «*Ты безответственный человек*», «*Все, к чему ты прикасаешься, превращается в ничто*» и др.

**Деструктивные констатации** — это упоминания и напоминания об объективных фактах биографии, которые человек не в состоянии изменить и на которые он чаще всего не мог повлиять (национальная, социальная и расовая принадлежность; городское или сельское происхождение; род занятий родителей; противоправное поведение кого-либо из близких; их алкоголизм или наркомания в семье; наследственные и хронические болезни; природная конституция, прежде всего рост; черты лица; близорукость или другие нарушения зрения, слуха и т. п.); «дружеские», «безобидные» ссылки и намеки на ошибки, промахи и нарушения, допущенные адресатом в прошлом; шутовское упоминание «старых грехов» или личных тайн адресата. Если адресат приходит в состояние растерянности, беспомощности, смущения и т. п., констатация оказалась деструктивной, какими бы ни были намерения инициатора воздействия. Наивное, искреннее варварство — это тоже варварство.

**Деструктивные советы** — это непрошенные рекомендации и предложения по изменению позиции, способа поведения и т. п.; безапелляционные указания, повеления и инструкции, не подразумеваемые социальными или рабочими отношениями партнеров.

**Принуждение** — это «стимуляция» человека к выполнению определенных действий с помощью угроз (открытых или подразумеваемых) или лишений. Принуждение возможно только в том случае, если принуждающий действительно обладает возможностями реализации угроз, то есть

полномочиями в лишении адресата каких-либо благ или в изменении. Рассмотрим формы принуждения по Е.В. Сидоренко<sup>32</sup>:

- 1) Объявление жестко определенных сроков или способов выполнения работы без каких-либо объяснений или обоснований.
- 2) Наложение не подлежащих обсуждению запретов и ограничений.
- 3) Запугивание возможными последствиями.
- 4) Угроза наказанием, в наиболее грубых формах — физической расправой.

### Выводы:

1. Варварское психологическое влияние по Е.В. Сидоренко: нападение и принуждение. Критерием «импульсивного» («наивного») варварского нападения является его совершенная «бескорыстность», желание выплеснуть раздражение, эмоции. Данный вид нападения не дает никакого межличностного выигрыша. Если «наивный» варвар получает удовольствие от вызванного им эффекта под маской импульсивной неконтролируемой реакции («сорвался», «не выдержал», «вспыл») — это уже целенаправленное нападение, приближающееся к манипуляции или психологической игре. **Манипуляция** — преднамеренное и скрытое побуждение другого человека к переживанию определенных состояний, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения инициатором его целей. **Психологическая игра** — последовательная (неосознаваемая) цепочка действий, содержащая в себе «ловушку» для партнера и направленная на получение одностороннего психологического выигрыша.

2. Для противостояния «варварскому нападению» в большей степени, чем манипуляции или, тем более, аргументации, необходим «эмоциональный штиль» (при этом формула «*Я спокоен*» предпочтительнее формулы «*Я не волнуюсь*»).

3. Психологическое нападение и принуждение чаще всего использует слова, которые обращены, прежде всего, к эмоциональному, а не когнитивному в человеке.

### Вопросы для самоконтроля:

Прочитайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое «варварское влияние»? Какие виды варварского влияния Вам известны? Какие цели существуют у инициатора варварского влияния?

2. Дайте определения психологическому нападению и принуждению? В чем разница между данными видами влияния? С каким видом Вы чаще всего сталкивались?

---

<sup>32</sup> Цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

3. Что такое манипуляция и психологическая игра?
4. Какие формы психологического нападения и принуждения Вам известны?

### Задания и упражнения для самостоятельной работы:

#### Упражнение «Виды варваров»

Сравните цели «варварского влияния» по Е.В. Сидоренко<sup>33</sup> в **Таблице 15**. Автор использует яркую метафору варвара с дубинкой (инициатора варварского влияния) и музыкального инструмента («души» адресата влияния). С каким видом варварского влияния Вы чаще всего встречались? Сами использовали?

**Таблица 15. Цели варварского влияния**

Наивный варвар	«Играющий» варвар	«Манипулирующий» варвар-гедонист	«Манипулирующий» варвар-прагматик	Искушенный варвар-манипулятор
Ой, как сильно я ударил случайно	Мне зачем-то надо все время ударять.	Ой, как забавно звенит, когда я ударяю	Когда я ударяю, он часто говорит много интересного	Сейчас ударю, и он мне все скажет!

#### Упражнение «Форма нападения»

Проанализируйте формы нападения и приведите свои примеры их применения (**Таблица 16**). Какой вид нападения, на Ваш взгляд, самый разрушительный? почему?

**Таблица 16. Формы нападения**

Формы нападения	Примеры
<b>Деструктивная критика</b>	<p>«Тебе трудно даются такие вещи»</p> <p>«Кроме тебя, так плохо эту работу никто не мог бы сделать»</p> <p>«Все, к чему ты прикасаешься, превращается в ничто»</p> <p>«Меня поражает твоя страсть к дешевым вещам»</p> <p>«Вечно ты окружаешь себя подозрительными людьми»</p> <p>«Твои дети всегда отличались невоспитанностью»</p> <p>«У тебя не друзья, а секта каких-то несостоявшихся личностей»</p> <p>«В твоём возрасте - и такая тяга к мелодраме!» Как ты можешь так нелепо одеваться?»</p> <p>«Тебе не приходит в голову, что это глупость?»</p> <p>«Ты что, совсем соображение потерял?»</p> <p>«Как можно пользоваться таким ужасным дезодорантом?»</p>
<b>Деструктивная констатация</b>	<p>Ну да, ты же из маленького города»</p> <p>«Ты ведь интеллигент всего лишь во втором (первом) поколении...»</p>

<sup>33</sup> Здесь и далее цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

	<p>«Ты ведь говорил, что в твоей семье есть и другие отклонения»  «В прошлые годы ты бы считался нацменом, вот тогда у тебя были бы дополнительные преимущества»  «Я помню, вуз ты закончил не самый престижный»  «Когда ты сердисься, я почему-то вспоминаю твоего брата, который попал в места не столь отдаленные..»  «Этот костюм скрывает непропорциональность твоей фигуры»  «Ты не видишь, наверное, из-за слабого зрения»  «Ты и раньше смотрел сквозь пальцы на такие нарушения»  «Помнишь, у тебя были проблемы с отчетностью»  «У тебя презентация тогда, помнишь, не была подготовлена»  «Я часто вспоминаю, сколько мы возились всем отделом, чтобы исправить твою ошибку»  «Я никогда не забуду, как ты тогда напился»  «Хорошо, что Аня не знает, что у тебя было с Натальей Алексеевной» и т. п.</p>
<b>Деструктивный совет</b>	<p>Ты бы лучше..»  «Ты бы еще сделал...»  «А почему бы тебе не..»  «На твоём месте я бы...»  «Тебе следует .»  «В твоём положении не стоит...»  «Пора бы уже тебе усвоить..»  «Надо работать над собой!»  «Иди и скажи ему.»  «Немедленно заведи своё заявление...»  «Никогда больше не делай этого...»  «Извинись»  «Немедленно напиши рапорт на него»  «Больше никогда не разговаривай с ним!»  «Не смей больше говорить об этом в моём (его её) присутствии»  «Впредь знай своё место»  «Запомни на будущее, что это тебя не касается» и т. п.</p>

### **Упражнение «Формы принуждения»**

Проанализируйте примеры форм принуждения. С какой формой Вы чаще всего сталкивались? Приведите свои примеры реализации данных форм варварского влияния:

1) **Объявление жестко определенных сроков или способов выполнения работы без каких-либо объяснений или обоснований:**

*«Вы должны три раза проверить свои расчеты, это мое золотое правило».*

*«На работу все должны приходить только в темных костюмах».*

*«Если презентация не будет сделана в Power Point, то вы вообще не будете делать никакой презентации».*

2) **Наложение не подлежащих обсуждению запретов и ограничений:**

*«Работать в офисе после того, как я ухожу, запрещается».*

*«Вы не имеете права подойти к клиенту, если я с ним веду переговоры, даже если это ваш личный знакомый».*

3) **Запугивание возможными последствиями:**

*«Те, кто собирается мне сейчас возразить, потом долго будут это расхлебывать».*

*«Те, кто не будет участвовать в корпоративном празднике, потом пожалеют об этом».*

4) **Угроза наказанием, в наиболее грубых формах — физической расправой:**

*«Те, кто отказывается от одинакового для всех обеда, который нашей фирме дается со скидкой, лишаются права пользования корпоративной кухней».*

*«Вы либо делаете это ко вторнику, либо увольняетесь».*

*«Если не согласишься, мне придется применить силовые методы».*

## 2.4. Ресурсы личности, способствующие противостоянию влиянию

**Цель:** изучение ресурсов личности, способствующих противостоянию влиянию: самомониторинга, эмоционального интеллекта, ассертивности, харизмы.

*Самый сильный тот, у кого есть  
сила управлять самим собой*

**,— Сенека**

*Трагедия переживания себя, как отдельного от всех других, — это то  
зablуждение, которое становится нашей тюрьмой*

**,— А. Эйнштейн**

**Ассертивность** — это (от англ. «настаивать на своем») поведение, сочетающее внутреннюю силу и вежливость к окружающим; способность в ситуации внешнего давления корректно отстаивать свои интересы и свою линию поведения, спокойно говорить «нет» тому, что вас не устраивает и продолжать в социально приемлемой форме эффективно настаивать на своих правах. Ассертивное поведение — непосредственное, честное и решительное выражение другому человеку своей позиции, своих чувств, мыслей и желаний с уважением чувств, позиции, мыслей, прав и желаний другого человека<sup>34</sup>.

Например, вам по телефону (или на улице) предлагают товары или услуги, в которых вы не нуждаетесь («У нас дешевая распродажа. Вы знаете

---

<sup>34</sup> Здесь и далее цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

о новых уютгах фирмы N?»); просят о чем-то, что нужно им, не предлагая ничего интересного взамен (Таблица 17).

Таблица 17. Примеры ассертивных и неэффективных ответов

Ситуация	Неэффективно	Ассертивно
Нужно отказать	«Отстаньте! У меня нет времени об этом говорить»	«Извините, я не смогу вам помочь, я сейчас занята», «Спасибо, не надо», «Спасибо за ваше предложение, мне это не нужно (жестче – «не интересно»)».
Просят снова	«Что вы пристаёте? Вы не слышали, что я сказала?»	Выслушайте человека и снова спокойно и вежливо скажите «нет»
Человек не уступает	«Оставьте меня в покое!»	«Пожалуйста, не давите на меня»
Продолжает настаивать	«Вы доводите меня до истерики!»	Извинитесь и уйдите

*И.К. Лафатер* полагал, что если «хочешь быть умным, научись разумно спрашивать, внимательно слушать, спокойно отвечать и переставать говорить, когда нечего больше сказать». Исторически сложившийся первым в объяснении успешного лидерства конкурентный подход исходит и из того, что у руководителя существует особое качество, присущее ему и не выявленное у подчинённых. Различные исследователи выделяли разные отличительные качества (например, интеллект), но одной из интересных интерпретаций данной идеи является определение **харизмы** как свойства личности руководителя, проявляющегося в сильном влиянии на подчинённых. Научное исследование этого социально-психологического явления было проведено еще *М. Вебером*, который предположил, что харизма имеет социальное происхождение, и источниками ее являются успех и признание подчинённых. Опираясь на концепцию *М. Вебера*, *А. Уилнер* и *М. Ганзе*<sup>35</sup> предприняли попытку операционализировать понятие «харизма», выделив её составляющие, для того, чтобы измерить данное качество. Так *М. Ганзе* выделял следующие компоненты харизмы как индивидуально-психологические качества личности: обмен энергией и эмоциональное заражение последователей; внушительная внешность; независимость характера; развитые риторические способности; стремление к тому, чтобы им восхищались; уверенная манера держаться; способность быстро оценивать ситуацию и держать её под контролем; обаяние и притягательность. Необходимо подчеркнуть, что проведенные исследования показали, что разделение харизмы на части и оценка личности по отдельным составляющим не позволяет точно диагностировать харизматическую личность, что, по-видимому, связано с тем, что харизма – это неаддитивное качество лично-

<sup>35</sup>Белов В.В., Белова Е.В., Корзунин В.А. Психодиагностика способностей к управленческому лидерству. – СПб., 2015. – 223 с.

сти. Бесспорным является то, что харизма – это во многом **коммуникативное качество**. Знаменитый оратор Древней Греции *Демосфен*, избавляясь от дефектов речи, учился не столько ораторскому искусству, сколько влиянию на слушателей. Успешность деятельности руководителя зависит от наличия в его арсенале определенных коммуникативных компетенций и личностных качеств. В данном разделе будут рассмотрены основные **техники ведения переговоров и приемы аргументации**, а также методики на диагностику индивидуальных коммуникативных особенностей<sup>36</sup>.

*М. Вебер* полагал, что харизма в действительности имеет социальное происхождение, и источниками ее являются: успех и признание подчиненных (*Наполеон* считал, что «успех — красноречивейший в мире оратор»).

**Общая концепция харизматического лидерства** предполагает, что такой лидер проявляет следующие черты:

1) постоянно подчеркивает важность общих ценностей и общего видения будущего;

2) постоянно подчеркивает идентичность; сосредоточен на развитии связующих уз между своими последователями и формировании у них чувства «кто мы есть» и «за что мы стоим» как организация;

3) моделирует желаемое поведение: проявляет личную приверженность ценностям, идентичности и целям, которые он (или она) продвигает, проявляет самопожертвование, свидетельствующее о приверженности этим целям и ценностям;

4) выражает силу: создает и производит впечатление уверенности в себе, физической и социальной смелости, решительности, оптимизма и новаторства.

При этом, харизматические лидеры обретают силу благодаря тому, что их последователи идентифицируются с ними. Последователи же идентифицируются с харизматическими лидерами в надежде, что те добьются успеха. Данная надежда подкрепляется обещаниями самих лидеров. Харизматические лидеры обладают способностью преобразовывать сложные идеи в простые послания, передающие смысл через символы, метафоры и притчи.

**Специфическая концепция харизматического лидерства** утверждает, что харизма существует только в том случае, когда есть следующие пять взаимодействующих друг с другом элементов:

1) имеется человек необыкновенных качеств и дарований;

2) социальный или организационный кризис либо ситуация безнадежности;

3) данным человеком (потенциальным лидером) выдвигаются радикально новое видение и идеи, обещающие преодолеть кризис;

---

<sup>36</sup>Цит. по Белова Е.В. Психология управленческой деятельности: практикум в двух частях Часть 1. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2016. – 80 с. Часть 2. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. – 77 с.

4) существует группа последователей, привлеченных одаренной личностью (лидером) и поверивших в его видение будущего и в его исключительные возможности;

5) в попытках преодоления переживаемого кризиса лидеру постоянно сопутствует успех, что подтверждает и его необыкновенные дарования, и правомерность предлагаемого им видения будущего.

Проанализировав существующую литературу, *А. Нахаванди* выделяет следующие характеристики харизматического лидера: высокий уровень уверенности в себе; сильнейшая убежденность в правильности своих идей; высокий уровень энергии и энтузиазма; высокий уровень экспрессивности, внешняя выразительность; блестящие коммуникационные и ораторские навыки; активное моделирование роли и формирование имиджа. По *С. И. Макшанову*, харизма имеет следующие составляющие: физическая привлекательность; физическая привлекательность; интеллект выше среднего уровня; социально приемлемая маргинальность личности; наличие экстремального опыта в истории жизни.

#### **Выводы:**

1. Основа эффективного противостояния влиянию — ассертивное поведение, развитый эмоциональный интеллект, отсутствие (или осознание) собственных иррациональных установок.

2. **Список основных прав человека по К. Келли, которые поддерживают его уверенность в себе, это:** право на одиночество, право на независимость, право на успех, право быть выслушанным и принятым всерьез, право получить то, за что уплачено, право иметь права, то есть действовать уверенно, право отвечать отказом на просьбу, не считая себя при этом эгоистичным и не испытывая чувства вины, право обращаться с любыми просьбами, право делать ошибки и отвечать за них, право не самоутверждаться. При этом уверенность не является бесчувственностью. Важным условием развития уверенности в себе является способность к выражению положительного, заботливого отношения к другим.

3. **Харизматичность поведения** подразумевает развитие красноречия (построения речи и манеры произносить ее); концентрацию речи на интересах слушателей; развитие навыков внушения, заражения, формирования импульса к подражанию; проявление своей личностной самобытности в любой ситуации, вместо следования предполагаемым ожиданиям окружающих; превращение любого собственного выступления в совместное со слушателями «действие» (возможно, даже «шоу»).

#### **Вопросы для самоконтроля:**

Прочитайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое «ассертивность»? В чем отличие ассертивности от самоуверенности и агрессивности?



2. Что такое «иррациональные установки»? Какие виды иррациональных установок Вам известны? Какие из них характерны для Вас, Ваших знакомых?

3. Что такое харизма? С чем связана харизма, как психологическое качество?

4. Опишите общую и специфическую концепции харизматического лидерства.

### **Задания и упражнения для самостоятельной работы:**

#### **Упражнение «Иррациональные установки»**

Прочитайте и проанализируйте принципы ассертивного поведения: *Мануэль Смит* разработал модель ассертивного (самоутверждающего) поведения, которое разрушает манипулятивные мифы. Какие из данных мифов характерны для Вас?

1. Я имею право ставить оценку собственному поведению, мыслям и эмоциям и быть за их последствия в ответе.

Манипулирующее суеверие: Я никогда не могу оценить свое поведение самостоятельно, мое поведение и мою личность может правильно оценить только кто-то другой, более умный чем я.

2. Я имею право не извиняться и не объяснять моё поведение.

Манипулирующее суеверие: У меня нет своей личной территории, где я мог делать все, что я хочу.

3. Я имею право самостоятельно обдумать, отвечаю ли я вообще или до какой-то степени за решение проблем других людей.

Манипулирующее суеверие: Я не могу сам решать, кому мне помогать, а кому нет. Если мне сказали забыть про свои дела - значит, это правильно.

4. Я имею право изменить моё мнение.

Манипулирующее суеверие: Что бы ты ни ляпнул, в том числе неподумавши, позже свое мнение безнаказанно менять нельзя.

5. Я имею право ошибаться и отвечать за ошибки.

Манипулирующее суеверие: Даже в ситуации поиска я не имею права на случайные ошибки, и в случае ошибки обязан быть наказан переживаниями, оставить самостоятельность и подчиниться внешнему контролю.

6. Я имею право сказать: «Я не знаю».

Манипулирующее суеверие: Я обязан знать все, что от меня хотят другие.

7. Я имею право быть независимым от доброжелательности остальных и от их хорошего отношения ко мне.

Манипулирующее суеверие: Я должен любыми средствами добиваться, чтобы понравиться всем и каждому.

8. Я имею право принимать нелогичные решения.

Манипулирующее суеверие: У меня нет своей личной территории, где я могу чудить в свое личное время.

9. Я имею право сказать: «Я тебя не понимаю».

Манипулирующее суеверие: Я должен читать мысли окружающих и без слов понимать каждого, кому чего надо. Если у меня этого не получается, я невежда....

10. Я имею право сказать: «Мне это безразлично».

Манипулирующее суеверие: Меня должно интересовать и волновать все, что интересует и волнует других. А если это не так, я черствый, плохой и меня никто не будет любить!

### Упражнение «Уверенный человек»

Проанализируйте внешние и внутренние признаки уверенности личности. Какие из них есть у Вас?

Внешние: спокойный, прямой, «небегающий» взгляд; расслабленное тело без зажимов; звучный, нескованный голос; отсутствие суевы в движениях, эмоциях, фразах; смелое, без страха, формулирование своих желаний и настаивание на них; знание своих законных прав и умение отстаивать их.

Внутренние: готовность принимать решения; готовность отдавать распоряжения и требовать их выполнения; внутреннее спокойствие.

Мастера психологического тренинга *В. Е. Альберти* и *М. Л. Эммонс*<sup>37</sup> выделили несколько моделей поведения, типичных для людей, действующих неуверенно, уверенно или агрессивно. Проанализируйте их (рисунок 4).

Неуверенное поведение	Агрессивное поведение	Уверенное поведение
<b>Как действующее лицо</b>		
Ущемляет свои интересы. Испытывает чувство душевной боли и беспокойства. Испытывает чувство неловкости и недовольство собой. Позволяет другим решать за себя. Не достигает желаемой цели	Ущемляет интересы других. Выражает свои чувства, ущемля чувства других. Решает за других. Достигает желаемой цели, пренебрегая интересами других	Доволен собой. Выражает свои чувства. Испытывает чувство удовлетворения. Может достичь желаемой цели. Делает выбор для себя
<b>Как лицо, по отношению к которому направлено поведение</b>		
Испытывает чувства вины и гнева	Испытывает чувства обиды и унижения	Испытывает чувство удовлетворения

**Рис. 4. Неуверенное, уверенное или агрессивное поведение**

<sup>37</sup> Здесь и далее цит. по Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.

**Составьте таблицу наблюдения за своим поведением:** в течение дня заносите в нее ваши мысли и действия в наиболее типичных для вас ситуациях. Дайте оценку своему поведению:

**У — уверенное,**

**А — агрессивное,**

**П — пассивное, уступчивое, неуверенное**

Проведите самоанализ. Подсчитайте количество проявлений уверенного, агрессивного, уступчивого поведения. Проанализируйте, в каких ситуациях проявляется каждый из трех типов поведения.

### **Упражнение «Знай свои права»**

Проанализируйте **права уверенных людей по Кэтрин Д. Заслофф.**

**Вы имеете право:**

1. иногда ставить себя на первое место;
2. просить о помощи и эмоциональной поддержке;
3. протестовать против несправедливого обращения или критики;
4. на своё собственное мнение и убеждения;
5. совершать ошибки, пока не найдёте правильный путь;
6. предоставлять людям решать свои собственные проблемы;
7. говорить «нет, спасибо», «извините, НЕТ»
8. не обращать внимания на советы окружающих и следовать своим собственным убеждениям;
9. побыть одному (ой), даже если другим хочется вашего общества;
10. на свои собственные чувства – независимо от того, понимают ли их окружающие;
11. менять свои решения или избирать другой образ действий;
12. добиваться перемены договоренности, которая вас не устраивает.

В каких правах Вы себе отказываете и почему? В каких правах Вы отказываете другим и почему?

Посмотрим на ситуацию «от противного»: проанализируйте то, что Вы никогда не обязаны делать.

- быть безупречным (ой) на 100%;
- следовать за толпой;
- любить людей, приносящих вам вред;
- делать приятное неприятным людям;
- извиняться за то, что были самим (ой) собой;
- выбиваться из сил ради других;
- чувствовать себя виноватым за свои желания;
- мириться с неприятной ситуацией;
- жертвовать своим внутренним миром ради кого бы то ни было;
- сохранять отношения, ставшие оскорбительными;
- делать больше, чем вам позволяет время;
- делать что – то, что на самом деле не можете сделать;

- выполнять неразумные требования;
- отдавать что – то, что на самом деле не хочется отдавать;
- нести на себе тяжесть чьего – то неправильного поведения;
- отказываться от своего «я» ради кого бы то или чего бы то ни было.

### **Упражнение «незаконченное предложение»**

Завершите предложения:

*Мне хорошо, когда ...*

*Мне грустно, когда ...*

*Я чувствую себя глупо, когда ...*

*Я сержусь, когда ...*

*Я чувствую себя неуверенно, когда ...*

*Я боюсь, когда ...*

*Я чувствую себя смело, когда ...*

*Я горжусь собой, когда ...*

Проанализируйте результат. В каких предложениях появились Ваши «рычаги давления», «иррациональные установки»?

### **Упражнение «Обязанности свободного человека»**

**Прочитайте обязанности свободного человека. Согласны ли Вы с ними? Почему?**

1. нельзя жить в обществе и быть свободным от общества – или то, или другое;
2. мнение, отличное от вашего, может быть верным;
3. никто не обязан вести себя так, как вам того хочется;
4. неприемлемый для вас образ жизни может быть нормой для кого-то другого;
5. совет, основанный на чужом опыте, может уберечь вас от ошибок;
6. ваше чувство вины может указывать на недопустимость вашего поведения;
7. окружающие тоже имеют право ставить себя на первое место;
8. никакие правила не освобождают вас от ответственности за ваши поступки.

### **Упражнение «Вербальные формулы асертивного поведения»**

Проанализируйте вербальные формулы асертивного поведения на примере любой речи политика. Какой приём наиболее эффективен, на Ваш взгляд?

1. метод «Черчилля-Рузвельта-Рейгана» техника СОС: **смотреть—остановиться—сказать.**
2. метод КРЭАМ: контраст—рифма—эхо—аллитерация—метафора.

Подробнее о данных формулах можно прочитать в работе *Д. Хьюмса* «Секреты великих ораторов. Говори как Черчилль, держись как Линкольн»<sup>38</sup>.

### **Упражнение «Самоэффективность и харизма»**

Концепция самоэффективности относится к умению людей осознавать свои способности выстраивать поведение, соответствующее специфической задаче или ситуации. Приобретение самоэффективности может происходить любым из четырех путей (или любой их комбинации): способности выстроить поведение (*собственный опыт*), косвенного опыта (*наблюдение: «возможно я смогу»*), вербального убеждения и состояния физического (эмоционального) возбуждения. Какой из данных приёмов применяли Вы? Влияет ли данный параметр нашей личности на харизматичное поведение? Докажите свою точку зрения. Приведите примеры лидеров, которые отличались харизматичностью?

### **Тест самомониторинга Снайдера<sup>39</sup>**

#### **Описание методики**

Шкала измерения самомониторинга (Self-Monitoring Scale) была создана *М. Снайдером* и представляет собой набор из 18 высказываний, которые характеризуют индивидуальные различия в управлении впечатлением, гибкость (лабильность) поведения во взаимодействии с другими людьми. Гибкость поведения достигается за счет контроля и изменения собственного поведения и учета состояния и поведения партнера по общению, а также требований коммуникативной ситуации.

#### **Инструкция и тест**

В тексте приведены высказывания, которые касаются ваших личных поступков в разных ситуациях. Поскольку здесь нет совершенно одинаковых высказываний, то внимательно прочтите каждое из них перед тем, как ответить. Если Вы считаете, что утверждение верно или в основном верно, то поставьте «+». Если же Вам кажется, что высказывание не подходит к описанию вашего поведения или в основном не подходит, то поставьте «-».

1. Мне трудно подражать поведению других людей.
2. На встречах, вечеринках, в компании я не пытаюсь сделать или сказать то, что должно нравиться другим людям.
3. Я могу защищать только те идеи, в которые верю сам.
4. Я могу импровизировать речь даже по такой теме, в которой я совсем не разбираюсь.

---

<sup>38</sup> Хьюмс Д. Секреты великих ораторов. Говори как Черчилль, держись как Линкольн. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. — 304 с.

<sup>39</sup> Цит. по книге Чикер В.А., Капустина А.Н., Захарова А.М. 18 программ тренингов: руководство для профессионалов.- СПб.: Речь, 2007. — 368 стр.

5. Я думаю, что у меня есть способность оказывать впечатление на других людей и развлекать их.
6. Я, вероятно, мог бы стать хорошим актером.
7. В группе я редко являюсь центром внимания.
8. В различных ситуациях и с разными людьми я веду себя совсем по-разному.
9. Вряд ли я достигаю успеха тогда, когда пытаюсь понравиться другим людям.
10. Я не всегда тот человек, каким кажусь другим людям.
11. Я не изменю своего мнения или поведения, чтобы понравиться другим людям.
12. Я согласился бы быть тамадой на вечеринке.
13. Я никогда не был удачен в играх, требующих импровизации.
14. Мне трудно изменить свое поведение, чтобы соответствовать определенной ситуации или подстроиться под определенного человека.
15. На вечеринках и в компании я предоставляю возможность другим людям рассказывать шутки и анекдоты.
16. Я чувствую себя немного скованным в группах и компаниях, и не могу в полной мере выразить себя.
17. Я могу смотреть в глаза другому и невозмутимо лгать, если это надо для дела.
18. Я могу обмануть других людей тем, что кажусь дружелюбным по отношению к ним, когда в действительности они мне вовсе не симпатичны.

### Ключ

Максимальное количество баллов — 18 (самый высокий уровень самомониторинга). Оценивается количество совпадений с ключом: т.е. если в вопросе, который указан в списке положительных у Вас +, то Вы засчитываете себе балл. Положительные вопросы (+): 4, 5, 6, 8, 10, 12, 17, 18. Отрицательные вопросы (-): 1, 2, 3, 7, 9, 11, 13, 14, 15, 16. Оценивается общая сумма совпадений положительных и отрицательных вопросов. Интересным представляется сравнение средних значений показателей самомониторинга людей разных типов профессий (таблица 18).

**Таблица 18. Средние значения и стандартные отклонения показателей самомониторинга**

Группы	Средняя
Общая выборка студентов (мужчины и женщины, n = 110)	10,4
Мужчины (n = 52)	10,9
Женщины (n = 52)	9,5
Публичные профессии (n = 40)	12,3
Технические профессии (n = 47)	8,9

**Характеристика людей с высокой оценкой по шкале самомониторинга:** особенно чувствительны к экспрессивным реакциям и самопрезентации других; хорошо читают «ситуацию» и осуществляют контроль и управление

ние собственной вербальной и невербальной самопрезентацией; готовы модифицировать свое поведение, демонстрируют значительную вариативность поведения, используя большое количество поведенческих стратегий для того, чтобы получить позитивные результаты в любом социальном взаимодействии; они адаптивны, гибки и прагматичны, им свойственна социальная смелость, активность, они более жизнерадостны, разговорчивы, подвижны, дипломатичны в отношениях с окружающими; при стремлении создать благоприятное впечатление о себе демонстрируются только лучшие качества; намного лучше способны намеренно выражать и передавать широкий спектр эмоций вербальными и невербальными средствами и могут эффективно и убедительно демонстрировать сложные черты характера и поведенческие реакции, такие как настороженность, замкнутость, интровертированность, а затем «изображать» себя уже дружелюбными, открытыми, экстравертированными.

При этом люди с низким уровнем самомониторинга также обладают как положительными с точки зрения социальной адаптивности, так и отрицательными особенностями поведения: не столь внимательны к социальной информации, являются менее гибкими в демонстрации разных форм экспрессивного поведения; их поведение управляется внутренним эмоциональным состоянием, их ценностями и принципами, они выражают себя так, как чувствуют; их самопрезентативное поведение не определяется особенностями данной конкретной ситуации; во взаимодействии с другими могут проявляться прямолинейность, сдержанность в контактах, упорство в отстаивании своего мнения; самодостаточно по натуре, в меньшей степени подвержены влиянию ситуации, воздействию манипуляторов, принципиальны, откровенны.

### **Тест «Диагностика эмоционального интеллекта» (методика Н.Холла)<sup>40</sup>**

Методика предложена *Н. Холлом* для выявления способности понимать межличностные отношения, репрезентируемые в эмоциях и управлять эмоциональной сферой. Наряду с практическим и социальным интеллектом является важнейшей компетенцией современного руководителя, позволяя эффективно управлять коллективом.

#### **Инструкция**

Вам будут предложены высказывания, которые, так или иначе, отражают различные стороны Вашей жизни. Пожалуйста, отметьте тот балл (от -3 до 3), который больше всего отражает степень Вашего согласия с высказыванием.

**Обозначение баллов:** -3 балла: полностью не согласен; -2 балла: в основном не согласен; -1 балл: отчасти не согласен; 1балл: отчасти согласен; 2 балла: в основном согласен; 3 балла: полностью согласен;

1. Для меня как отрицательные, так и положительные эмоции служат источником знания о том, как поступать в жизни.

---

<sup>40</sup> Цит. по: Белова Е.В. Психология: практикум. Часть 1. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. – 88 с.

2. Отрицательные эмоции помогают мне понять, что я должен изменить в моей жизни.
3. Я спокоен, когда испытываю давление со стороны.
4. Я способен наблюдать изменение своих чувств.
5. Когда необходимо, я могу быть спокойным и сосредоточенным, чтобы действовать в соответствии с запросами жизни.
6. Когда необходимо, я могу вызвать у себя широкий спектр положительных эмоций, такие, как веселье, радость, внутренний подъем и юмор.
7. Я слежу за тем, как я себя чувствую.
8. После того как что-то расстроило меня, я могу легко совладать со своими чувствами.
9. Я способен выслушивать проблемы других людей.
10. Я не заикливаюсь на отрицательных эмоциях.
11. Я чувствителен к эмоциональным потребностям других.
12. Я могу действовать успокаивающе на других людей.
13. Я могу заставить себя снова и снова встать перед лицом препятствия.
14. Я стараюсь подходить творчески к жизненным проблемам.
15. Я адекватно реагирую на настроения, побуждения и желания других людей.
16. Я могу легко входить в состояние спокойствия, готовности и сосредоточенности.
17. Когда позволяет время, я обращаюсь к своим негативным чувствам и разбираюсь, в чем проблема.
18. Я способен быстро успокоиться после неожиданного огорчения.
19. Знание моих истинных чувств важно для поддержания «хорошей формы».
20. Я хорошо понимаю эмоции других людей, даже если они не выражены открыто.
21. Я хорошо могу распознавать эмоции по выражению лица.
22. Я могу легко отбросить негативные чувства, когда необходимо действовать.
23. Я хорошо улавливаю знаки в общении, которые указывают на то, в чем другие нуждаются.
24. Люди считают меня хорошим знатоком переживаний других людей.
25. Люди, осознающие свои истинные чувства, лучше управляют своей жизнью.
26. Я способен улучшить настроение других людей.
27. Со мной можно посоветоваться по вопросам отношений между людьми.



28. Я хорошо настраиваюсь на эмоции других людей.
29. Я помогаю другим использовать их побуждения для достижения личных целей.
30. Я могу легко отключиться от переживания неприятностей.

### **Ключ**

По каждой шкале высчитывается сумма баллов с учетом знака ответа. Чем больше плюсовая сумма баллов, тем больше выражено данное эмоциональное проявление.

*Шкала «Эмоциональная осведомленность»* (знание своих эмоциональных проявлений) - пункты 1, 2, 4, 17, 19, 25.

*Шкала «Управление своими эмоциями»* (эмоциональная гибкость) - пункты 3, 7, 8, 10, 18, 30.

*Шкала «Самотивация»* (произвольное управление своими эмоциями) - пункты 5, 6, 13, 14, 16, 22.

*Шкала «Эмпатия»* (умение сопереживать текущему эмоциональному состоянию собеседника, умение понять собеседника по невербальным признакам) - пункты 9, 11, 20, 21, 23, 28.

*Шкала «Распознавание эмоций других людей»* (умение воздействовать на эмоциональное состояние других) - пункты 12, 15, 24, 26, 27, 29.

Уровни парциального эмоционального интеллекта в соответствии со знаком результатов имеют следующие градации: 14 и более - высокий; 8-13 - средний; 7 и менее - низкий. *Интегративный уровень эмоционального интеллекта* как сумма значений по всем шкалам с учетом доминирующего знака определяется по следующим количественным показателям: 70 и более - высокий; 40-69 - средний; 39 и менее - низкий.

### **Упражнение «Харизма по Лебону»**

Проанализируйте два вида обаяния по Лебону («Обаяние составляет самую могущественную причину всякого господства; боги, короли и женщины не могли бы никогда властвовать без него») в **Таблице 19**. Какой тип обаяния в нашем мире более часто встречается, на Ваш взгляд и почему?

**Таблица 19. Виды обаяния по Лебону**

<b>Обаяние приобретенное, или искусственное —</b>	<b>Обаяние личное —</b>	<b>Обаяние приобретенное, или искусственное —</b>
«...то, которое доставляется именем, богатством, репутацией». Может совершенно не зависеть от личного обаяния	«Не зависит ни от титула, ни от власти...»	«...то, которое доставляется именем, богатством, репутацией». Может совершенно не зависеть от личного обаяния
Гораздо больше распространено, чем	«...оно составляет достоинство лишь немногих лиц	Гораздо больше распространено, чем личное.

личное.	и сообщает им какое-то магнетическое очарование, действующее на окружающих, несмотря даже на существование между ними равенства в социальном отношении...»	
---------	--	--

### Упражнение «Мастер продаж»

Гибкость коммуникативных навыков позволяет тренировать и интеллектуальную гибкость. Приведите три и более аргумента, чтобы доказать необходимость:

1. Совершения пробежек: а) дамы средних лет; б) пожилого мужчины; с) подростка.
2. Страхования имущества: а) многодетной семьи; б) студента технических специальностей; в) нефтяного магната.
3. Изучения дисциплины «Психология управленческой деятельности: а) программиста; б) специалиста по связям с общественностью; с) бизнесмена
4. Делать пожертвования в общество защиты бездомных собак: а) девушек; б) юношей; с) пожилых семейных пар.

### Упражнение «Мастера переговоров»

Проанализируйте предложенные (Таблица 20) способы ведения переговоров<sup>41</sup>. В чем их преимущества и недостатки? Когда их использование представляется наиболее эффективным? Приведите примеры использования данных приемов в рекламе.

**Таблица 20. Способы ведения переговоров**

Название способа	Характеристика способа
Способ оттягивания	Сначала объясните, в чем заключается польза товара, и только потом называйте цену. Не торопитесь сразу соглашаться с требованиями клиента, это делает ваше предложение малоценным.
Способ бутерброда	Перечислите все преимущества для клиента, которые дает ему предложение, а потом озвучьте цену. Другой вариант: цена, потом — все преимущества. Лучше завершать выступление описанием пользы для клиента.
Способ сэндвича	Цена дается между двумя порциями характеристик товара. Последним идет самый сильный аргумент, подтверждающий необходимость принятия предложения и его выгоду для клиента.

<sup>41</sup>Цит. по 18 программ тренингов: руководство для профессионалов / Чикер В.А., Капустина А.Н., Захарова А.М. – СПб.: Речь, 2007. — 368 с.

Способ сравнения.	Соотнесите цену с пользой продукта, со сроком его эксплуатации, с иными расходами клиента: «Хотя товар стоит на X рублей больше, чем другой, зато он служит в два раза дольше, значит, вы дополнительно получается Y времени его работы».
Способ деления	«Расшифруйте» цену: разложите ее на более мелкие составляющие, пояснив то, за что платят какую сумму.
Обращение к эмоциями	Чаще взывайте к эмоциям партнеров, дайте понять, что они достойны того, чтобы позволить себе нечто особенное.
Способ подведения итогов	Запишите в правой колонке все недостатки, которые перечислил клиент, затем вместе с ним проанализируйте все достоинства и преимущества предложения и перечислите их в левой колонке таблицы. После этого спросите клиента, неужели он хочет из-за единичных недостатков отказаться от такого количества преимуществ?
Аргументы, указывающие на недостатки	Укажите цену, которая устраивала клиента, затем объясните ему, наличие каких недостатков или отсутствие каких преимуществ связано с более низкой ценой. При этом исключаемое преимущество можно зачеркивать в таблице и комментировать, что означает отсутствие данного преимущества.
Согласительный способ	Воздерживайтесь от скидок, предлагайте иные бесплатные услуги; уступка за уступку возможна, когда идти на уступки только в том случае, если объем заказа большой (за этим заказом поступят другие, не меньшие).
Способ продажи отличий	Не продавайте цены, а те качества, продукты, достижения, сильные стороны, которые отличают товар от других, например: инновации, эффективность обслуживания; богатый опыт; отзывы и рекомендации довольных партнеров; высококачественные консультации и классные специалисты; систематическое обслуживание; близость к клиенту с точки зрения местонахождения и т.д.

### Методика «Стили ведения переговоров»<sup>42</sup>

**Инструкция:** прочитайте вопросы и ответьте на них «а», «б» или «в» в зависимости от того, насколько предложенный вариант поведения соответствует Вашему.

1. Во время переговоров на чем Вы настаиваете?
  - а) на соглашении; б) на своем решении; в) на использовании объективных критериев при выборе решения.
2. Стремитесь ли вы во время переговоров к единственному решению?
  - а) стремлюсь к единственному ответу, приемлемому для обеих сторон;
  - б) стремлюсь к единственному решению, приемлемому для себя;
  - в) представляю множество вариантов на выбор.
3. Ради соглашения идете на уступки или требуете преимуществ?
  - а) примиряюсь с односторонними потерями ради достижения соглашения;
  - б) требую односторонних преимуществ в награду за соглашение;
  - в) продумываю возможность взаимной выгоды.

<sup>42</sup>цит. по Деловое Общение. Учебное пособие./ Е.Н. Скаженик. – Таганрог: ТРТУ, 2006. — 169 с.

4. При ведении переговоров намечаете ли вы «нижнюю границу» - т.е. результат переговоров, выраженный в виде худшего из допустимых вариантов?

а) открываю свою «нижнюю границу»; б) скрываю свою «нижнюю границу»; в) не устанавливаю «нижнюю границу».

5. Во время переговоров вы выдвигаете предложения или прибегаете к угрозам?

а) прибегаю к угрозам; б) изучаю интересы сторон; в) выдвигаю предложения.

6. Во время переговоров меняете ли вы свои позиции?

а) легко меняю позиции; б) твердо придерживаюсь намеченных позиций; в) сосредотачиваюсь на выгодах, а не на позициях.

7. Во время переговоров доверяете ли вы их участникам?

а) да; б) нет; в) действую независимо от доверия или недоверия.

8. Требовательны ли вы в подходе к участникам переговоров и решениям?

а) нет; б) да; в) стараюсь быть мягким к участникам переговоров и требовательным к решениям.

9. Ради сохранения отношений идете ли вы на уступки в ходе переговоров?

а) уступаю ради сохранения отношений; б) требую уступок в качестве условия продолжения отношений; в) отделяю спор между людьми от решения задачи переговоров.

**Ключ:**

**Если у вас преобладают ответы «а»,** Ваш стиль переговоров – уступчивость, а цель переговоров – соглашение.

**Если у вас больше ответов «б»,** Ваш стиль переговоров – жесткий. Цель переговоров – только победа, причем односторонняя (конкуренция).

**Если больше ответов «в» -** Ваш стиль переговоров – сотрудничество. Цель – взаимовыгодные решения.

**Тест «Методика выявления «коммуникативных и организаторских склонностей» (КОС-2)»<sup>43</sup>**

**Описание методики:** данная методика является одной из популярных в определении лидерских качеств и предназначена для выявления коммуникативных и организаторских склонностей личности (умение четко и быстро устанавливать контакты с людьми, стремление расширять контакты, участие в групповых мероприятиях, умение влиять на людей, стремление проявлять инициативу и т. д.). Отдельно определяется уровень коммуникативных и организаторских склонностей.

---

<sup>43</sup> цит. по: Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие / под ред. Д. Я. Райгородского. – Самара: Бахрах-М, 2001. - 672 с.

**Инструкция:** Методика содержит 40 вопросов, на каждый из которых надо дать ответ «да» или «нет» («+» или «-»). Отвечайте честно и быстро.

**Вопросы:**

1. Есть ли у Вас стремление к изучению людей и установлению знакомств с различными людьми?
2. Нравится ли Вам заниматься общественной работой?
3. Долго ли Вас беспокоит чувство обиды, причиненной Вам кем-либо из Ваших товарищей?
4. Всегда ли Вам трудно ориентироваться в создавшейся критической ситуации?
5. Много ли у Вас друзей, с которыми Вы постоянно общаетесь?
6. Часто ли Вам удается склонить большинство своих товарищей к принятию ими Вашего мнения?
7. Верно ли, что Вам приятнее и проще проводить время с книгами или за каким-либо другим занятием, чем с людьми?
8. Если возникли некоторые помехи в осуществлении Ваших намерений, то легко ли Вам отказаться от своих намерений?
9. Легко ли Вы устанавливаете контакты с людьми, которые значительно старше Вас по возрасту?
10. Любите ли Вы придумывать или организовывать со своими товарищами различные игры и развлечения?
11. Трудно ли Вам включаться в новые для Вас компании (коллективы)?
12. Часто ли Вы откладываете на другие дни дела, которые нужно было бы выполнить сегодня?
13. Легко ли Вам удается устанавливать контакты и общаться с незнакомыми людьми?
14. Стремитесь ли Вы добиться, чтобы Ваши товарищи действовали в соответствии с Вашим мнением?
15. Трудно ли Вы осваиваетесь в новом коллективе?
16. Верно ли, что у Вас не бывает конфликтов с товарищами из-за невыполнения ими своих обещаний, обязательств, обязанностей?
17. Стремитесь ли Вы при удобном случае познакомиться и побеседовать с новым человеком?
18. Часто ли в решении важных дел Вы принимаете инициативу на себя?
19. Раздражают ли Вас окружающие люди, и хочется ли Вам побыть одному?
20. Правда ли, что Вы обычно плохо ориентируетесь в незнакомой для Вас обстановке?
21. Нравится ли Вам постоянно находиться среди людей?
22. Возникает ли у Вас раздражение, если Вам не удастся закончить начатое дело?

23. Испытываете ли Вы затруднение, если приходится проявлять инициативу, чтобы познакомиться с новым человеком?

24. Правда ли, что Вы утомляетесь от частого общения с товарищами?

25. Любите ли Вы участвовать в коллективных играх?

26. Часто ли Вы проявляете инициативу при решении вопросов, затрагивающих интересы Ваших товарищей?

27. Правда ли, что Вы чувствуете себя неуверенно среди незнакомых людей?

28. Верно ли, что вы редко стремитесь к доказательству своей правоты?

29. Полагаете ли, что Вам не представляет особого труда внести оживление в малознакомую группу?

30. Принимаете ли Вы участие в общественной работе в школе (на производстве)?

31. Стремитесь ли Вы ограничить круг своих знакомых?

32. Верно ли, что Вы не стремитесь отстаивать свое мнение или решение, если оно не было сразу принято товарищами?

33. Чувствуете ли Вы себя непринужденно, попав в незнакомый коллектив?

34. Охотно ли Вы приступаете к организации различных мероприятий для своих товарищей?

35. Правда ли, что Вы не чувствуете себя достаточно уверенным и спокойным, когда приходится говорить что-либо большой группе людей?

36. Часто ли Вы опаздываете на деловые встречи, свидания?

37. Верно ли, что у Вас много друзей?

38. Часто ли Вы оказываетесь в центре внимания своих товарищей?

39. Часто ли Вы смущаетесь, чувствуете неловкость при общении с малознакомыми людьми?

40. Правда ли, что Вы не очень уверенно чувствуете себя в окружении большой группы своих товарищей?

**Ключ:** оценивается количество совпадений с ключом. За каждое совпадение приплюсовывается балл. Чем больше баллов – тем сильнее выраженность данного свойства.

**Коммуникативные склонности:** «+» (вопросы «Да»): 1,5,9,13,17,21,25, 29,33,37; «-» (вопросы «Нет»): 3,7,11,15,19,23,27,31,35, 39.

**Организаторские склонности:** «+» («Да»): 2,6,10,14,18,22,26,30,34,38; «-» («Нет»): 4, 8,12,16,20,24,28,32,36,40.

### **Шкала «Способность к публичному выступлению»<sup>44</sup>**

---

<sup>44</sup> цит. по: Почебут Л.Г. Тренинг публичного выступления // 18 программ тренингов: руководство для профессионалов / Под ред. Чикер В.А. СПб. – 2007, с. 121–143.

Для самоанализа выступлений можно использовать шкалу Э. Эриксона «Способность к публичному выступлению».

**Инструкция:** пожалуйста, внимательно прочтите следующие утверждения. Если Вы согласны с приведенными утверждениями, то отвечайте «да» («+»), если не согласны — «нет» («-»).

1. Моя речь производит хорошее впечатление.
2. Мне легко разговаривать почти со всеми людьми.
3. Мне легко смотреть на слушателя, когда я говорю с ним.
4. Мне бывает трудно разговаривать со своим начальником, учителем.
5. Даже одна мысль о необходимости говорить в общественном месте меня пугает.
6. Одни слова мне труднее произносить, чем другие.
7. Когда я говорю, то обычно думаю о том, как у меня это получается.
8. Я легко могу поддержать любой разговор.
9. Моя речь иногда смущает моих собеседников.
10. Я люблю знакомить одного человека с другим.
11. Я часто задаю вопросы при групповом обсуждении проблемы.
12. Мне бывает трудно контролировать свой голос, когда я говорю.
13. Мне трудно выступать перед аудиторией.
14. Моя речь позволяет мне делать то, что мне нравится.
15. Когда я говорю, меня довольно легко и приятно слушать.
16. Иногда мне не нравится, как я говорю.
17. Я чувствую себя совершенно уверенно в разговорах с любыми людьми.
18. Я охотно говорю только с некоторыми людьми.
19. Я говорю лучше, чем пишу.
20. Я часто нервничаю, когда говорю.
20. Мне трудно заговорить с незнакомыми людьми.
21. Я совершенно уверен в своей речи.
22. Я хотел бы говорить так же четко, как и другие люди.
23. Я часто не могу ответить спрашивающему из-за того, что боюсь заговорить.

**Интерпретация результатов:** предлагаемая шкала создана в 1969 г. и предназначена для выявления тревоги перед публичным выступлением. Эта шкала также называется «Карта контроля состояния речи». Шкала выявляет степень тревоги перед публичным выступлением и потенциальное заикание (чем больше баллов — тем выше значение тревоги). Цель тестирования обычно не сообщается респонденту.

При подсчете результатов теста ответ «да» оценивается в 1 балл, ответ «нет» — 0 баллов. Средняя оценка тревоги — 12 баллов.

**Ключ:** вопросы «Да» («+»): 1,2,3,7,8,10,11,14,15,17,19,22; вопросы «Нет» («-»): 4,5,6,9,12,13,16,18,20,21,23,24.

### Тема 3. Влияние в массовых коммуникациях

**Цель:** определить специфику феномена влияния в масштабах массовых коммуникаций

*Наши убеждения – это наши предрассудки,  
которые сформировались у нас до 18 лет  
,— А. Эйнштейн*

*Кто владеет информацией, тот владеет миром, —  
Наман Ротшильд*

Влияние в массовых коммуникациях основано на харизме лидера, а также стереотипности мышления аудитории.

Существует семь классов стереотипов в массовых коммуникациях: 1) Индивидуально-личностные стереотипы: «роковая женщина», «слабый пол», «сильный мужчина»; 2) Семейные стереотипы: «заботливая бабушка», «хорошая жена»; 3) Производственные стереотипы: «настоящий рабочий», «типичный банкир»; 4) Социальные стереотипы: «богач», «бедняк», «студент», «крестьянин»; 5) Государственные стереотипы: «Франция – страна высокой моды», «Япония – родина бытовой электроники»; 6) Национальные стереотипы: «англичанин – настоящий джентльмен», «трудолюбивый немец»; 7) Глобальные стереотипы: «эпоха индустриального труда», «компьютерная революция».

Рассмотрим подробнее социально-психологические эффекты, важные для массовых коммуникаций.

**Эффекта Коллинса** — автор названия эффекта экспериментально установил, что при восприятии коммуникатора реципиенты отчетливо делятся на две группы. Первая из них ориентируется на внешние стимулы, идущие от коммуникатора, не ищет скрытых мотивов в его поведении, мало приписывают ему подобные мотивы и редко ошибаются при оценке партнера по общению. Вторая группа, напротив, игнорирует, открыто идущие от коммуникатора стимулы, постоянно ищет скрытых мотивов его поведения. Соответственно, область приписывания тут очень велика, как и вероятность ошибки. Преодоление эффекта Коллинса достигается через синхронизированную работу вербального и невербального поведения коммуникатора.

**Эффект Келли** также был выявлен экспериментально. Келли разделил группу испытуемых на две подгруппы. Первой из них было поручено выполнять некоторое экспериментальное задание, а второй – наблюдать за процессом. Хитрость эксперимента заключалась в том, что задание было принципиально невыполнимым. Примерно через два часа, когда обнаружился явный неуспех исполнителей, эксперимент входил во вторую фазу – фазу поиска виноватых в том, что задание оказалось невыполненным. И тут ярко проявлялись различия между подгруппами. Для «наблюдателей»



вина целиком и полностью лежала на «исполнителях». Последние, в свою очередь, склонны были искать причину неудачи в инструменте, материалах, в условиях задачи, в экспериментаторе, но только не в самих себе. Важнейшим следствием этого эксперимента будет понимание простого факта, что одно и то же событие оценивается разными способами, в зависимости от социальной позиции индивида: снаружи или внутри ситуации.

Два эффекта А. Бодалёва имеют разную степень популярности среди специалистов по рекламе и PR. **Первый из них** широчайше известен — речь идёт о том эксперименте, где Бодалёв предъявлял одну и ту же фотографию мужчины двум подгруппам студентов. При этом первой подгруппе сообщалось, что на фотографии изображён известный учёный, а второй — крупный преступник. После чего обеим подгруппам ставилась задача — описать внешность человека на фотографии. Заданные в начале акта социальной перцепции установки незамедлительно начинали своё воздействие и одни и те же детали портрета описывались по-разному. Используются закономерности этого эффекта и в так называемом «чёрном пиаре», но речь об этом у нас ещё впереди. **Второй из эффектов Бодалёва** известен меньше, хотя значимость его для рекламного бизнеса трудно переоценить. В этом эксперименте А. Бодалёв предъявлял одного и того же человека группе студентов в ситуации до экзамена и в ситуации после экзамена. Время экспозиции в обоих случаях было одинаковым — три минуты. Ставилась задача: запомнить его внешность. В ситуации «до экзамена» запоминалось крайне мало черт внешности, одна — две, не более. В ситуации «после экзамена» запоминалась не только внешность человека, но и делались попытки построить его психологический портрет. Основной смысл этого эффекта заключается в том, что предстоящая трудная деятельность суживает поле перцепции, заставляя индивида сосредоточиться на наиболее важных задачах.

**Эффект Циллиха** впервые был выявлен в конце 20-х годов прошлого столетия. Циллих, собственно, организовал целую серию экспериментов, однако нас интересует лишь один из них. Было набрано две подгруппы школьников, примерно одинакового уровня успеваемости. Первая подгруппа состояла из индивидов, соответствующих эталонам красоты в данной культуре. Во вторую же подгруппу входили обычные дети. Экспериментатор просил красивых детей умышленно делать ошибки при ответах учителям. Однако последние в этой ситуации продемонстрировали ярко выраженную тенденцию завышать оценки красивым детям, рационализируя их неудачи. Это выражалось в вербальных формулах: «Ты сегодня не вполне здоров, но материал ты знаешь» и т.п. А с обычных детей всегда спрашивали «по всей строгости закона». Аналогичный эффект был получен в 70-х годах двадцатого столетия в экспериментах Э. Аронсона на аттракцию. Мы склонны прощать красивым людям их ошибки, и ценим их выше, чем тех красавцев, которые не ошибаются никогда. Учёт закономерностей

эффекта Циллиха крайне необходим при подборе ведущих, дикторов, комментаторов на телевидении.

**Эффект Клапареда** заключается в том, что наилучшего результата при воздействии на аудиторию достигает тот коммуникатор, чья **форма** подачи информации совпадает с установками аудитории именно на форму.

**Эффект стереотипизации.** Представляет собой процесс приписывания сходных характеристик всем какой-либо социальной группы или общности без достаточного осознания возможных различий между ними.

**Эффект новизны** — по отношению к знакомому социальному объекту наиболее значимой оказывается последняя, то есть более новая информация. Именно на особенностях этого эффекта строятся «войны компроматов», приёмы «чёрного пиара». Сложился даже устойчивый список наиболее действенных обвинений, которые традиционно оказываются эффективными.

**Эффект первичности** — при знакомстве с новым социальным объектом лучше всего запоминается первая информация о нём. Именно на основе этой первой информации и строится наше впечатление о данном социальном объекте. Поэтому-то и столь важно первым прийти в информационное пространство со своей оценкой социального объекта.

**Эффект ореола** понимается как распространение в условиях дефицита информации о человеке общего оценочного впечатления о нём на восприятие его поступков и личностных качеств. Ореол может быть позитивным и негативным. Так, если первое впечатление о человеке в целом благоприятно, то в дальнейшем всё его поведение, черты и поступки начинают переоцениваться в положительную сторону. В них выделяются и преувеличиваются в основном лишь положительные моменты, а отрицательные как бы недооцениваются или не замечаются. При этом принципиально неважно, в какой сфере человеческой деятельности индивид, выступающий коммуникатором, ранее достиг успеха.

#### **Выводы:**

1. В области социальной психологии широко представлены эксперименты, иллюстрирующие влияние стереотипов и установок на восприятие людей. Так, влияние проявляется не только на уровне межличностного, но и массового общения.

2. Особенностью общения посредством средств массовых коммуникаций является необходимость учёта ряда эффектов, выявленных в межличностном и внутригрупповом общении. **Социальная перцепция** понимается как зависимость процесса целостного восприятия индивидом социальных объектов от его прошлого опыта, его целей, намерений, значимости ситуации. **Аттракция** определяется как понятие, обозначающее возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого.

### **Вопросы для самоконтроля:**

Прочитайте и ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое социально-перцептивные эффекты? Какие эффекты наиболее важны для массовых коммуникаций? Приведите примеры их использования.
2. Знаете ли Вы, что такое эффект Хоторна, эффект Зайноца, эффект Барнума? Воспользовавшись литературой для самостоятельной работы по **Теме 3**, ответьте на вопрос: какие еще социально-психологические эффекты, важные для влияния Вам известны?

### **Задания и упражнения для самостоятельной работы:**

#### **Упражнение «Анализ кейсов»**

Объясните предложенные ситуации с точки зрения эффектов социальной перцепции.

##### *Кейс 1.*

На рубеже 2003-го – 2004-го годов в городе возросло количество дорожно-транспортных происшествий с участием пожилых людей и стариков. Для решения проблемы руководство городской дорожной милиции обратилось с письмом к Митрополиту Санкт-Петербургскому и Ладожскому Владимиру. В письме содержалась просьба включить в Рождественские и Крещенские проповеди призывы к более аккуратному и внимательному поведению на дорогах. Данную PR-акцию следует признать и оригинальной и красивой.

##### *Кейс 2.*

Во время первичных выборов кандидата на пост Президента США от демократической партии в 2004-ом году конкуренты из республиканской партии применили нейтрализующий приём. Для того чтобы отвлечь внимание от демократов, президент-республиканец Джордж Буш передвинул на неделю вперёд своё ежегодное обращение к нации. В противном случае его выступление неминуемо воспринималось бы американскими избирателями как форма ответа на обвинения конкурентов из числа демократов. А, как известно, «оправдывающийся уже виновен».

#### **Упражнение «Фрагменты великих речей»**

Проанализируйте фрагменты великих речей, представленные ниже. Определите, каким великим ораторам принадлежат данные фрагменты речей. С помощью приёма «пауз», разбейте данные отрывки так, чтобы сила их воздействия возросла. Проверьте правильность выполненной работы

по книге *Д. Хьюмса* «Секреты великих ораторов. Говори как Черчилль, держись как Линкольн»<sup>45</sup>.

### **Фрагмент 1.**

Битва, которую генерал Вейган называл битвой за Францию, окончена. Полагаю, что сейчас начнется битва за Англию. От исхода этой битвы зависит существование христианской цивилизации. От ее исхода зависит жизнь самих англичан так же, как и сохранение наших институтов и нашей империи. Очень скоро вся ярость и могущество врага обрушатся на нас, но Гитлер знает, что он должен будет либо сокрушить нас на этом острове, либо проиграть войну. Если мы сумеем противостоять ему, вся Европа может стать свободной и перед всем миром откроется широкий путь к заливным солнцем вершинам. Но если мы падём, то весь мир, включая Соединенные Штаты, включая все то, что мы знали и любили, обрушится в бездну нового средневековья, которое светила извращенной науки сделают еще более мрачным и, пожалуй, более затяжным. Обратимся поэтому к выполнению своего долга и будем держаться так, чтобы, если Британской империи и ее содружеству наций суждено будет просуществовать еще тысячу лет, люди сказали: «Это был их самый славный час».

### **Фрагмент 2.**

Восемь десятков и семь лет минуло с того дня, как отцы наши основали на этой земле новую нацию, стоящую на идеалах Свободы и свято верящую, что люди созданы равными. Теперь все мы ведем великую гражданскую войну, которая покажет, сможет ли эта нация — или любая другая, верящая в те же идеи и столь же им преданная, — выстоять в этой борьбе. Мы встретились на гигантском поле брани этой войны. Мы пришли, чтобы сделать клочок этой земли последним пристанищем для тех, кто положил свою жизнь за будущую жизнь нации. Нам пристало и подобает сделать это. Но в высшем смысле мы не можем посвятить, мы не можем освятить, мы не можем почтить эту землю. Храбрые мужи, сражавшиеся здесь, выжившие и погибшие, уже осветили ее, и нам с нашими убогими попытками, не под силу что-то прибавить или отнять от их подвига. Мир не заметит и не запомнит того, что мы здесь сказали, но он не забудет никогда того, что они сделали. И мы, живые, поклянемся здесь в верности тем, кто сражался здесь, начатому ими делу, которое они так храбро защищали. Мы поклянемся здесь в верности великой цели, поставленной перед нами великими павшими, равняясь на их величайшую преданность тому делу, которому они были верны до конца. И ныне мы торжественно объявляем, что они погибли не зря, что на земле этой нации перед Богом грядет новое воплощение свободы, и власть народа, волей народа, для народа не исчезнет с лица земли.

### **Фрагмент 3.**

---

<sup>45</sup> Хьюмс Д. Секреты великих ораторов. Говори как Черчилль, держись как Линкольн. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. — 304 с.

Сегодня мы являемся свидетелями не победы партии, а торжества свободы, символизирующего конец, равно как и начало, знаменательных новшеств и перемен. Ныне я принес перед вами и всемогущим Богом ту же самую торжественную присягу, которую нам завещали отцы-основатели сто семьдесят пять лет назад.

Мир сейчас стал совсем иным. Человек держит в своих бранных руках силу, способную уничтожить все виды человеческой бедности и все виды человеческой жизни. Однако на всем земном шаре по-прежнему актуальна та революционная вера, за которую сражались наши отцы, — вера в то, что права даруются человеку не щедротами государства, но Божьей дланью.

#### **Фрагмент 4.**

«Элизабет». Это королевское имя! вспомните Елизавету Английскую — величайшую монархиню эпохи Возрождения. Как и ее тезка, Элизабет Доул активно работала в правительственной сфере, в министерствах труда и транспорта. Однако «Элизабет» — имя не только королевское, но и поэтическое. вспомните великую английскую поэтессу Элизабет Барретт Браунинг, написавшую бессмертные строки: «Как я люблю тебя? считай». Да, Элизабет Доул присущи остроумие поэта, душа милосердного самаритянина

и дух гуманиста, которые проявляются в том, как она откликается на горе тех, кто пострадал от наводнения, урагана или эпидемии. И наконец, вспомните Элизабет Кэди Стэнтон, первого и величайшего борца за права женщин. Пожалуй, Элизабет Доул своей карьерой адвоката, советника Белого дома, члена кабинета министров, президента Американской ассоциации Красного Креста вдохновляет всех женщин и мужчин, разумеется, тоже. представляю вам замечательную гражданку Америки, руководящую с умом, с усердием и со всей душой, — Элизабет Доул.

#### **Фрагмент 5.**

Бейсбол — это спорт статистики, и рекорд всех рекордов принадлежит Кэлу — наибольшее число сыгранных подряд матчей! Это подвиг эпической высоты, героической величины, сверхъестественного масштаба. В чем же секрет его стойкости — источник силы этого человека, рожденного в Абердине, маленьком городке на берегу Чесапикского залива? Все жители Мэриленда знают, что река Саскуэханна впадает в этот залив. Но знаете ли вы, где она берет начало? Она начинается на севере штата Нью-Йорк тончайшим ручейком в нескольких милях от Куперстауна. Как видите, Кэла Рипкена всю жизнь питали воды, текущие из Галереи славы. Пришел черед твоей славы, Кэл Рипкен.

#### **Фрагмент 6.**

Как сказал бы Авраам Линкольн, «Пять десятков лет минуло с того дня, как Мэлон Тэтчер основал в этом городе новый банк». Я вспомнил Линкольна, поскольку существует легенда о том, как он прошел шесть миль, чтобы вернуть четыре цента покупателю из своей бакалейной лавки.

Наш основатель, Мэлон Тэтчер также известен своей добротой и любезностью. Однажды клиент банка, фермер, проколол колесо своей машины прямо возле банка. Он заглянул в багажник. У него не было с собой монтировки. Тогда какой-то лысоватый старичок в джинсах и клетчатой рубашке подошел к нему и сказал: — У меня есть монтировка в машине, возьмите. — А разве вам она не нужна? — спросил бедолага фермер. — Сейчас нет, а завтра завезите ее в банк. Фермер так и сделал. Подъехав к банку, он спросил у кассира: — А где тут у вас дворник? — У нас нет дворника, — удивился кассир. — Мы вам поможем, только опишите этого человека, — попросил клерк. — Ну, такой пожилой мужчина, лысоватый, седой. — Вы имеете в виду мистера Тэтчера! Это наш президент. Отличительной чертой этого банка всегда было дружелюбие и качество обслуживания. Мэлон Тэтчер умер много лет назад, однако прекрасные традиции этого банка живы до сих пор.

### **Вопросы к зачету**

1. Понятие «влияние» и виды влияния. Психологическое влияние
2. Особенности психологического влияния: мотивация и личностные особенности участников.
3. Стереотипы и иррациональные установки как рычаги влияния.
4. Отечественные и зарубежные модели влияния.
5. Вербальные и невербальные техники влияния.
6. Приемы распознавания манипуляции.
7. Оценка личностных ресурсов противостояния влиянию: эмоциональный интеллект, харизма.
8. Оценка личностных ресурсов противостояния влиянию: асертивность, самоэффективность.
9. Оценка личностных ресурсов противостояния влиянию: когнитивный стиль личности.
10. Цивилизованные приемы влияния и контрвлияния: аргументация.
11. Цивилизованные приемы влияния и контрвлияния: самопродвижение и конструктивная критика.
12. Вербальные техники влияния, управления конфликтами, ведения переговоров и проведения совещаний.
13. Виды и техники манипуляции.
14. Приемы противостояния манипуляции.
15. Варварские приемы влияния: нападение, деструктивная критика, констатация и советы.
16. Стресс и психологическое влияние.
17. Техники внушения и заражения.
18. Методы диагностики и развития личностного потенциала противостояния влиянию.
19. Ментальные ловушки и психологическое влияние.
20. Влияние в организациях и массовых коммуникациях.

### **Литература для самостоятельной работы**

Для более эффективного процесса самостоятельной работы дополнительная литература сгруппирована по темам практикума.

#### **Тема 1. Основы психологии влияния: сущность и виды влияния**

1. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. — СПб: Питер, 2001. — 352 с

2. Белова Е.В. Психология: практикум в двух частях. Часть 1. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. – 88 с. Часть 2. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. – 48 с.
3. Белова Е.В. Психология массовых коммуникаций. Практикум. - СПб.: Мысль, 2016. - 96 с.
4. Белова Е.В. Психология управленческой деятельности: практикум в двух частях Часть 1. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2016. – 80 с. Часть 2. – СПб.: Издательство СПбГУТ, 2014. – 77 с.
5. Белова Е.В. Ценностные ориентации российских предпринимателей// Российский научный журнал «Экономика и управление», №5 (55), 2010, с.119-122.
6. Доценко Е. Л. Механизмы психологической защиты от манипулятивного воздействия. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата психологических наук. М.: МГУ, 1994. 19 с.
7. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.
8. Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии . — СПб.: Питер, 2004. — 400 с.
9. Карпов В.В., Белова Е.В., Васильева С.А. Психология предпринимательства. — СПб.: СПбАУиЭ, 2011. – 342 с.
10. Майерс Д. Социальная психология. – 7-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 800 с.
11. Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб.: Речь, 2004. — 256 с.
12. Сидоренко Е. В. Мотивационный тренинг. Практическое руководство. СПб.: Речь, 2005. – 240 с.
13. Теории личности. Основные положения, исследования и применение: учебное пособие для вузов/ Л. А. Хьелл, Д. Дж. Зиглер. - 3-е изд.- СПб.: Питер, 2007. - 607 с.
14. Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий / - СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. – С. 20, 22
15. Хьюмс Д. Секреты великих ораторов. Говори как Черчилль, держись как Линкольн. — М.: Альпина Бизнес Букс , 2012. — 304 с.
16. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер Ком, 1999. — 279 с.
17. Чикер В.А., Капустина А.Н., Захарова А.М. 18 программ тренингов: руководство для профессионалов.- СПб.: Речь, 2007. — 368 стр.
18. Dunbar R. Grooming, Gossip, and the Evolution of Language: Harvard University Press, — 1998.— p. 242.

## **Тема 2. Виды психологического влияния: «цивилизованное», манипулятивное и «варварское влияние»**

5. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Л., 1992.
6. Бехтерев В. М. Внушение и толпа // Психология господства и подчинения: Хрестоматия / Сост. А. Г. Чернявская. Мн.: Харвест, 1998. С. 406—423.
7. Вебер М. Харизматическое господство // Психология и психоанализ власти. Т. 2. Хрестоматия. Самара: Издательский Дом «БАХРАХ», 1999. С. 55—68.
8. Московичи С Психология харизматического вождя // Психология и психоанализ власти. Т. 2. Хрестоматия. Самара: Издательский Дом «БАХРАХ», 1999. С. 408-448.
9. Михайлова Е.В. Обучение самопрезентации. — М.: ГУВШЭ, 2006. — 167 с.
10. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. Практическое руководство.— М.: Издательство Института Психотерапии. –2001,— 208 с.



11. Прайор К. Не рычите на собаку! Книга о дрессировке людей, животных и самого себя! . — СПб.: Эксмо, 2014. -288с.
12. Психогимнастика в тренинге / Под ред. Н. Ю. Хрящевой. СПб.: Ювента, И. Т., 1999. Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ власти. Т. 2. Хрестоматия. - Самара: Издательский Дом «ВАХРАХ», 1999. - 576 с.
13. Сидоренко Е. В. Личностное влияние и противостояние чужому влиянию// Психология влияния. Хрестоматия. СПб.: Питер, 2000. (Журнал практического психолога. 1999, № 4. С. 35-52).
14. Сидоренко Е. В. Мотивационный тренинг. СПб.: Речь, 2000.
15. Сидоренко Е. В., Хрящева Н. Ю. Межличностное общение. В кн.: Психология. Учебник (под ред. А. А. Крылова). Москва: Проспект, 1998. С. 336-355.
16. Смит Г. К. Тренинг прогнозирования поведения: тренинг сенситивности. / Пер. с англ. СПб.: Речь, 2001.
17. Чалдини Р. , Мартин С, Гольдштейн Н. Психология убеждение. 50 доказанных способов быть убедительным. – М.: Манн, Иванов и Фербер., 2013.- 224 с.
18. Шейнов, В. П. Скрытое управление человеком. Психология манипулирования / В. П. Шейнов. - Мн. :Харвест, 2004. - 815 с.

### **Тема 3. Влияние в массовых коммуникациях**

1. Брайант Д, Томпсон С. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. — 432 с.
2. Галло К. Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. — 224 с.
3. Зелинский С.А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс. - СПб.: Издательство - Торговый Дом СКИФИЯ, 2008. – 240 с.
4. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. – М.: АСТ, 2013. – 656 с.
5. Кукла А. Ментальные ловушки. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. - 152с.
6. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. — СПб.: Питер, 2002. — 368 с.
7. Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб.: Питер, 2002. — 368 с. — (Серия «Мастера психологии»).
8. Почепцов Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001. — 656 с.
9. Почепцов Г.Г. Информационные войны, М.-К., «Рефл-бук» и «Ваклер», 2000. — 536 с.
10. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. — СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. — 448 с. (Проект «Психология-BEST»).
11. Харитонов М.В. Психология современных массовых коммуникаций: монография.– СПб.: Издательство СПбАУЭ.-2010,– 352 с.
12. Харитонов М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях. – СПб: Речь, 2008.- 198 с.

### **Краткий глоссарий по дисциплине**

**Авторитет (от лат. *auctoritas* — власть, влияние)**— общепризнанное влияние лица или организации в различных сферах общественной жизни, основанное на знаниях, нравственных достоинствах, опыте; влияние, основанное на признании заслуг, опыта, знаний, личностных достоинств руководителя.

**Алгоритм** — пошаговая последовательность действий.

**Аргументация** — систематическое предъявление доводов в пользу собственной позиции.

**Аттракция** — (от англ. *attract* — притягивать, привлекать) механизм взаимопонимания в процессе общения, процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, результатом чего является формирование межличностных отношений.

**Аффилиации мотив** — стремление принадлежать группе, а также строить близкие отношения с окружающими людьми.

**Барьер психологический** — психическое состояние, проявляющееся в неадекватной пассивности субъекта, что препятствует выполнению им тех или иных действий. Эмоциональный механизм барьеров психологических состоит в усилении отрицательных переживаний и установок - стыда, чувства вины, страха, тревоги, низкой самооценки, ассоциированных с задачей.

**Варварство** — грубость, дикость нравов, невежественное отношение к культурным ценностям.

**Вербальные сигналы** — слова, и прежде всего их смысл, но также и характер используемых слов, подбор выражений, правильность речи либо разные виды ее неправильности.

**Власть** — это легитимная, институционализированная форма влияния, которое проявляется как законное требование, как возможность манипулировать или контролировать поведение других в собственных целях; потенциальная возможность оказывать влияние на людей.

**Влияние психологическое** — воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств, с предоставлением права и времени отвечать на это воздействие.

**Внушение** — сознательное неаргументированное воздействие на человека или группу людей, имеющее своей целью изменение их состояния, отношения к чему-либо и предрасположенности к определенным действиям.

**Воздействие** — то же, что влияние.

**Гедонист** — человек, стремящийся к удовольствию, наслаждению.

**Гедонистическая манипуляция** — затрагивание чужой душевной струны для наслаждения реакцией адресата.

**Деструктивная критика** — 1) пренебрежительные или оскорбительные суждения о личности человека; грубое агрессивное осуждение, поношение или осмеяние его дел и поступков, значимых для него людей, социальных общностей, идей, ценностей, произведений, материальных объектов и т. п.; риторические вопросы, направленные на обнаружение и «выправление» недостатков. 2) Конструктивная критика, обращенная к человеку в тот момент, когда он ошеломлен неудачей, провалом и т.п.

**Деструктивные констатации** — упоминания и напоминания об объективных фактах биографии, которые человек не в состоянии изменить и на которые он чаще всего не мог повлиять (национальная, социальная и расовая принадлежность; городское или сельское происхождение; род занятий родителей; противоправное поведение кого-либо из близких; их алкоголизм или наркомания в семье; наследственные и хронические болезни; природная конституция, прежде всего рост; черты лица; близорукость или другие нарушения зрения, слуха и т. п.); «дружеские», «безобидные» ссылки и намеки на ошибки, промахи и нарушения, допущенные адресатом в прошлом; шутивное упоминание ошибок или личных тайн адресата.

**Деструктивные советы** — непрошенные рекомендации и предложения по изменению позиции, способа поведения и т. П.; безапелляционные указания, повеления и инструкции, не подразумеваемые социальными или рабочими отношениями партнеров.

**Дистанция власти** — степень преобладания влияния начальников над влиянием подчиненных при принятии решений.

**Заражение** — передача своего состояния или отношения другому человеку или группе людей, которые каким-то образом (пока не нашедшим объяснения) перенимают это состояние или отношение. Передаваться состояние может как произвольно, так и произвольно, усваиваться — также произвольно или произвольно.

**Игнорирование** — умышленное невнимание, рассеянность по отношению к партнеру, его высказываниям и действиям. Чаще всего воспринимается как признак пренебрежения и неуважения, однако в некоторых случаях игнорирование выступает как тактичная форма прощения бестактности или неловкости, допущенной партнером.

**Игра психологическая** — бессознательно совершаемая манипуляция, чаще всего взаимная.

**Идентификация** — механизм взаимопонимания в процессе общения, мысленный процесс уподобления себя партнеру по общению с целью познать и понять его мысли и представления.

**Интроспективный метод** — метод психологии, основанный на самонаблюдении.

**Индивидуальность** — неповторимая система особенностей человека как индивида, субъекта деятельности и личности.

**Информационный диалог** — прояснение позиции партнера и собственной позиции путем обмена вопросами и ответами, сообщениями и предложениями.

**Комплекс угрожаемого авторитета руководителя** — в организации такое явление, которое проявляется в том, что руководитель опасается предложений, критических замечаний своих подчиненных, боится делегировать полномочия, полагая, что это может «уронить его авторитет», и старается спасти свой авторитет любой ценой.

**Конструктивная критика** — подкрепленное фактами обсуждение целей, средств или действий инициатора воздействия и обоснование их несоответствия целям, условиям и требованиям адресата.

**Контраргументация** — аналитический разбор доводов оппонента и встречное предъявление ему собственных доводов.

**Конфронтация** — открытое и последовательное противопоставление адресатом своей позиции и своих требований инициатору воздействия.

**Конформизм** (лат. *conformis* – подобный, сообразный) – некритичное принятие человеком чужого мнения (возможно, неправильного), сопровождаемое неискренним отказом от собственного мнения, в правильности которого человек внутренне не сомневается.

**Личный магнетизм** — Свойство личности создавать вокруг себя поле психологического притяжения (реже - отталкивания). Сродни понятиям харизма и обаяние.

**Манипуляция** — скрытое от адресата побуждение его к переживанию определенных состояний, изменению отношения к чему-либо, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения инициатором собственных целей.

**Мониторинг** — сплошное наблюдение явления в его полной динамике; сканирование, прослеживание.

**Мотив** - побуждение к деятельности, связанное с удовлетворением определенной потребности. Возникая на основе потребности, мотив представляет собой ее предметное воплощение.

**Невербальные сигналы** — неречевые способы коммуникации и экспрессии (взаимное расположение в пространстве, позы, жесты, мимика, контакт глаз, оформление внешности, прикосновения, запахи и др.).

**Обаяние** — очарование, притягательная сила.

**Отказ** — выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия.

**Паралингвистические сигналы** — особенности произнесения речи и неречевых звуков, качества голоса.

**Подражание** — воспроизведение слов, поступков, манер другого человека; заимствование стиля оформления внешности, оборотов речи; копирование увлечений, пристрастий, причуд и т. п.

**Понимание** — механизм взаимопонимания в процессе общения, отражение в сознании взаимодействующих субъектов целей, мотивов, эмоций, установок друг друга и принятие этих целей, позволяющих устанавливать взаимоотношения.

**Прагматическая манипуляция** — использование эмоциональной реакции адресата для достижения инициатором своих тайных целей: заставить адресата что-либо принять, от чего-либо отказаться, — дать информацию, получить «лишнюю» информацию, попросить совета, последовать совету и т. п.

**Принуждение** — приневоливание человека к выполнению определенных действий с помощью угроз и лишений; подчинение другого человека своим требованиям с помощью угрозы применения санкций. В наиболее грубых формах принуждения могут использоваться угрозы физической расправы, ограничения свободы и физические воздействия. В последних двух случаях принуждение перестает быть собственно психологическим средством влияния

**Пробуждение импульса к подражанию** — активизация инициатором у других людей стремления стать подобным ему, копируя его слова, манеры, действия, образ мыслей и т.п. Эта способность может как произвольно проявляться, так и произвольно использоваться. Стремление подражать и подражание (копирование чужого поведения и образа мыслей) также может быть как произвольным, так и произвольным

**Психодиагностика** (греч. psyche – душа и diagnostikos – способный распознавать) – отрасль психологической науки, разрабатывающая методы выявления и измерения индивидуально-психологических особенностей личности.

**Психологическое самбо** — психологические средства самообороны, и прежде всего речевые формулы, призванные охранить от варварского нападения и манипуляции.

**Рефлексия** — механизм взаимопонимания в процессе общения, осмысление индивидом того, как он сам воспринимается и понимается партнером по общению.

**Самопрезентация** — управление впечатлением, которое инициатор производит на целевую персону, с целью поддержания или усиления своего влияния на нее.

**Самопродвижение** — проявление собственной компетентности в действиях; наглядная демонстрация своих возможностей в удовлетворении потребностей целевой персоны.

**Самоконтроль** — осознание и оценка субъектом собственных действий, психических процессов и состояний. Формирование произвольной саморегуляции предполагает возможность человека осознавать и контролировать ситуацию, процесс.

**Саморазвитие** — рост «Я», движение к эмоциональной и когнитивной зрелости.

**Самореализация** — реализация собственного потенциала.

**Саморегуляция** (от лат. regulare - приводить в порядок, налаживать) — целесообразное функционирование живых систем разных уровней организации и сложности. Психическая саморегуляция является одним из уровней регуляции активности этих систем, выражающим специфику реализующих ее психических средств отражения и моделирования действительности, в том числе рефлексии субъекта.

**Сила** — применение физического воздействия с целью навязать свою волю другим.

**Социальная психология** - научная дисциплина, изучающая закономерности поведения и деятельности людей, обусловленные фактом их включения в социальные группы, а также психологические характеристики самих этих групп.

**Социальная перцепция** — зависимость процесса целостного восприятия индивидом социальных объектов от его прошлого опыта, его целей, намерений, значимости ситуации.

**Страх** - эмоция: возникающая в случаях реальной или воображаемой угрозы существованию организма, его ценностям, идеалам и принципам; и направленная на источник опасности.

**Творчество** — (здесь) создание нового, пренебрегающее влиянием образца, примера или моды, либо преодолевающее его.

**Тренажер психологический** — система упражнений для тренировки психологических реакций определенной группы, например, техник психологического самбо или информационного диалога.

**Уклонение** — избежание любых форм взаимодействия с инициатором воздействия, в том числе случайных личных встреч и столкновений, и/или сокращение и регламентация времени, условий, процедуры взаимодействия.

**Харизма** — психологическая притягательность, способность вызывать у людей приверженность своим целям и энтузиазм в их достижении; целостное свойство личности, проявляющееся в сильном влиянии лидера на своих последователей.

**Цивилизованная личностная сила** — способность человека оказывать влияние на других людей с соблюдением правил этикета и собственных этических норм.

**Энергетическая мобилизация** — намеренная активизация факторов, производящих, питающих, восстанавливающих и усиливающих индивидуальную энергию; в частности, преобразование любых отрицательных или амбивалентных эмоций в гнев.

**Этикет** — свод правил поведения, обхождения, принятых в определенном сообществе людей. Этикет — это регламент формы обхождения с людьми; формы самовыражения; формы обращения с предметами.

**Эмпатия** — механизм взаимопонимания в процессе общения, мысленный процесс уподобления себя другому человеку, но с целью «понять» переживания и чувства познаваемого человека.