Содержание

Введение

. Манипуляции

.1 Основная информация о манипуляциях

.2 Манипулятивные технологии и защита от них

. Переговорный процесс

.1 Базовая информация о переговорах.

.2 Динамика и техники переговоров

. Практическое применение манипуляций

.1 Установление контакта

.2 Непосредственно манипулирование

Заключение

Список литературы

## Введение

Чаще всего термину “манипуляция” дают следующее определение - “манипуляция - это скрытое психологическое воздействие с использованием эмоций (чувств) партнёра, с целью получения выгоды автором манипуляции”. Однако под использованием чувств часто понимают их внушение, что далеко не всегда является справедливым. Этот вопрос будет подробно рассмотрен в данной работе. Кроме того, будут даны определения таким дефинициям, как переговоры, раппорт, НЛП.

Не возникает никаких сомнений в актуальности данной темы, так как теория манипуляции сознанием вызывает невероятный интерес общественности и, кроме того, эта теория продолжает развиваться, создаются новые направления. Например, нейролингвистическое программирование, занявшее место где-то между теорией манипуляции сознанием и психологией, - относительно новая отрасль науки. Кроме того, актуальность данной работы обуславливается недостаточной изученностью заявленной темы.

Целью данной курсовой работы является как исследование манипуляций непосредственно, так и в сфере ведения переговоров.

Задачи данной работы заключаются в анализе различных понятий, непосредственно связанных с манипулятивными технологиями и переговорами, рассмотрении различных техник манипулирования и тактик делового общения, а также в более подробном изучении предложенной темы.

Объект работы - это участники переговоров, они же субъекты конфликта. Предмет - манипулятивное воздействие, которое стороны оказывают друг на друга.

Работа написана при помощи работ отечественных и зарубежных авторов с использование метода анализа и компаративистики.

## 1. Манипуляции

## .1 Основная информация о манипуляциях

Прежде всего, стоит отметить, что исчерпывающего и общепринятого определения не существует, однако есть множество близких по смыслу и различающихся лишь в некоторых аспектах вариаций. Приведём некоторые из них, чтобы выделить наиболее общие элементы, которые помогут нам дать более полное определение данному термину.

По мнению Д.Ю.Устинова, манипуляция - это “скрытое психологическое воздействие с использованием эмоций, чувств партнёра, с целью получения выгоды автором манипуляции”. При этом Дмитрий Юрьевич отдельно подчёркивает, что манипулятор внушает объекту манипуляции определённые чувства, чтобы вынудить того принять решение, выгодное его оппоненту. Однако это определение кажется неточным, так как внушить чувство или эмоцию не представляется возможным. Манипулятор лишь использует их, “играет” на них. Главная задача субъекта манипуляции - внушить объекту идеи, не существующие у него намерения, которые принесут манипулятору некую выгоду.

Автор проекта “Продвинутая психология для совершеннолетних”, психолог Вит Ценёв предлагает следующее определение: “манипуляция - это целенаправленный стимул любой природы, целью которого является побуждение к появлению некоторой реакции”. И, если проигнорировать некоторую упрощённость, данная дефиниция кажется вполне правдоподобной. Автор считает, что манипуляция не создает реакций, а оказывает влияние на уже сформировавшиеся. А это ещё раз доказывает, что внушить объекту какие-либо эмоции невозможно - они сами возникают исходя из индивидуальных особенностей личности в ответ на действия манипулятора. Тем не менее, Вит Ценёв категорически не согласен с тем фактом, что манипуляция - это непременно скрытое воздействие. Он считает, что принуждать человека к невыгодному для него поведению можно и прямолинейно, не таясь. Автор приводит в пример угрозу физического насилия (“погрозить кулаком”), а подобное действие уже явно выходит за рамки манипуляции.

Евгений Леонидович Доценко в своей работе “Психология манипуляций” проанализировал определения манипуляции, сформулированные другими авторами, чтобы выделить критерии, при помощи которых можно было бы предложить собственное наиболее полное и верное определение. Его исследования показали, что большинство учёных, говоря о манипуляции, выделяют следующие признаки:

· Латентность

· Господство

· Управление

· Принуждение

· Влияние

· Программирование мыслей

При этом стоит отметить, что подавляющее большинство авторов, так или иначе, обозначило, что манипуляция - непременно скрытый процесс.

На основании проведённого исследования, Е.Л. Доценко определил манипуляцию как “вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведёт к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями”. Сам автор пишет в своей работе, что и эта формулировка не отражает всех нюансов феномена манипулятивного воздействия, однако в данной работе мы остановимся именно на определении Е.Л. Доценко.

В.Н. Панкратов называет манипуляции уловками и разделяет их на три группы: организационно-процедурные, психологические и логические. Расскажем о них подробнее.

Организационно-процедурные уловки используются только организатором переговоров. При этом могут преследоваться самые разные цели: срыв переговоров, столкновение диаметрально противоположных взглядов сторон или сведение переговоров к заведомо неприемлемым для оппонента результатам. Далее будет представлена характеристика основных организационно-процедурных уловок.

“Формирование первичной установки”. Суть уловки заключается в предоставлении слова в первую очередь тем, чьё мнение известно, импонирует окружающим и способно повлиять нужным образом на восприятие какой-либо идеи.

“Предоставление материалов в последний момент”. Когда необходимые документы предоставляются незадолго до начала обсуждения, это физически затрудняет процесс предварительного ознакомления с материалами.

“Выборочная лояльность в соблюдении регламента”. При использовании данной уловки одних выступающих заставляют соблюдать регламент, а других - нет.

“Перерыв в обсуждении”. В этом случае перерыв объявляется в ключевой момент дискуссии, когда может быть принято неподходящее для организаторов решение.

“Потеря документов”. Всё, что может негативно повлиять на ход обсуждения, “случайно” теряется.

Психологические уловки используют неприемлемые с точки зрения нравственности приёмы, основанные на психологическом воздействии на оппонента, с целью “выбить его из колеи”, разозлить, сыграть на чувствах стыда, самолюбия.

“Раздражение оппонента”. Суть уловки заключается в том, чтобы насмешками, упрёками вывести собеседника из себя и дождаться, пока он сделает ошибочное, невыгодное ему заявление.

“Использование непонятных слов и терминов”. Данная уловка удаётся лишь в том случае, если оппонент стесняется переспросить значение непонятного слова, или делает вид, что ему всё понятно. Тогда прогнозируемая реакция - раздражение, отчуждение, уход в психологическую защиту.

“Ложный стыд”. Эта уловка заключается в использовании против оппонента ложного довода, который он может легко “проглотить”. Например, “Несомненно, вы читали о…” или “Вам, конечно же, известно, что…”. Чаще всего ваш собеседник просто кивнёт или сделает вид, что вспоминает, о чём идёт речь, потому, что признать своё невежество во всеуслышание ему стыдно. Если же оппонент рискнёт опровергнуть ложное высказывание, автор манипуляции легко может поставить его в ещё более неудобное положение подобным заявлением: “Как, вы этого не читали?”, с коннотацией “Тогда о чём с вами говорить?”. Далее инициатор уловки может либо закончить дискуссию (если это входит в его планы), либо продолжить уводить в сторону от обсуждаемой проблемы.

“Двойная бухгалтерия” - очень популярная уловка. Её суть заключается в том, что одни и те же аргументы признаются убедительными при защите своей позиции и абсолютно неприемлемыми при высказывании их оппонентом.

“Троянский конь” - не самая простая уловка, но крайне эффективная, если выполнить её правильно. Она заключается в том, чтобы сначала начать приводить доводы в защиту тезиса оппонента, а, когда собеседник примет противника на своей стороне (что он, скорее всего, сделает, так как всегда лестно выслушивать выступление в защиту собственной точки зрения, особенно от противоположной стороны), умело исказить первоначальные тезисы. В результате, когда оппонент спохватится, будет поздно, так как и его авторитет, и его доводы уже скомпрометированы.

Логические уловки базируются на сознательных нарушениях законов формальной логики или, наоборот, на их умелом использовании в свою пользу.

“Неопределённость тезиса”. Уловка позволяет автору манипуляции толковать нечётко сформулированный тезис в зависимости от собственных нужд.

“Порочный круг в доказательстве”. Суть уловки состоит в том, чтобы доказывать мысль с помощью её же самой, но сформулированной по-другому.

“Неполное опровержение”. Замысел уловки состоит в том, чтобы выбрать самый уязвимый довод оппонента, разбить его в резкой форме и сделать вид, что остальные его аргументы даже внимания не заслуживают. Разумеется, манипуляция удастся лишь в том случае, если собеседник сам не возвращается к обсуждению данной проблемы, чтобы не выглядеть глупо, либо лишается такой возможности (например, вследствие регламента).

“Неправомерные аналогии” заключаются в использовании несоразмерных сопоставлений. То есть объяснение сложных явлений на примере простых. Например, сравнение Российской демократии с девушкой, от которой нельзя ожидать слишком многого в силу её юного возраста.

## 1.2 Манипулятивные технологии и защита от них

Для того чтобы добиться для себя определённой выгоды в переговорах, зачастую приходится изменять информацию, корректировать её исходя из своих нужд. Е.Л. Доценко предлагает сгруппировать все производимые над информацией операции по нескольким параметрам.

Искажение информации может быть представлено как откровенной ложью, так частичной деформацией сообщения.

Утаивание информации чаще всего проявляется в умолчании, то есть в сокрытии определённых моментов. Чаще всего используется метод частичного освещения или избирательной подачи материала.

Способ подачи информации также играет значительную роль в её восприятии. Материал может быть подан несистематизированно, что осложнит его понимание, или же, напротив, подача информации будет производиться мелкими порциями, что также не является продуктивным. Однако и в том и в другом случае возможность обвинения в сокрытии какой-либо информации практически исключается.

Немаловажен и момент подачи информации, так как от порядка выставления на голосование пунктов зависит многое.

А теперь попытаемся разобраться в разнице между такими терминами, как “внушение” и “убеждение”, так как многие интуитивно понимают, что это не одно и то же, но не в силах вербализовать свои ощущения. Внушение - это разновидность психологического влияния, то есть процесса и итогов изменения манипулятором поведения другого человека, его установок, намерений, посредством взаимодействия с помощью вербальных, паралингвистических и невербальных психологических средств. Основными признаками внушения являются снижение осознанности и критичности при восприятии внушаемой информации и, помимо этого, отсутствие активного целенаправленного понимания. Вследствие этого манипуляция как внушение рассматривается как односторонний процесс. Кроме того, внушение качественно противопоставляется убеждению, которое, в свою очередь, является менее жёстким методом манипуляции, так как адресуется к собственному мнению оппонента. Вот что писал по этому поводу М.В.Бехтерев: “В то время как словесное убеждение обыкновенно действует на другое лицо силой своей логики и непреложными доказательствами, внушение действует путем непосредственного прививания психических состояний, то есть идей, чувствований и ощущений, не требуя вообще никаких доказательств и не нуждаясь в логике”.

Таким образом, внушение и убеждение - это две важнейшие формы влияния одного лица на другое. Чаще всего, они оказывают воздействие в одно и то же время, что повышает эффективность манипуляций и позволяет их автору быстрее достичь поставленных целей.

Не секрет, что нередко в процессе переговоров хотя бы одна из сторон решается прибегнуть к манипулятивным технологиям, чтобы смоделировать наиболее выгодное для себя положение, повлиять на исход дискуссии. В таком случае, другой стороне приходится занимать оборонительную позицию. Существует несколько основных техник защиты.

Главным образом, это психологическая защита от манипулирования. В контексте переговорного процесса под такой защитой подразумевается блокировка манипулятивных действий партнёра, отстаивание собственных интересов. Психологическая защита разделяется на внутреннюю и внешнюю, а также на активную, пассивную и динамическую - то есть трансформирующуюся. Далее приведём непосредственно сами способы защиты.

Прежде всего, это уход - пассивная форма защиты, направленная на увеличение дистанции или на прекращение контакта. Примером такой защиты будет являться смена темы беседы или возврат к исходным позициям обсуждения, а также прерывание беседы вовсе, например, на кофе брейк.

Ещё один вид защиты - блокировка. Это контроль воздействия, оказываемого манипулятором, выставление препятствий на его пути. В этом случае нужно попытаться обратить внимание оппонента на другой предмет разговора, что поможет снизить напор с его стороны.

Существуют также и активные методы защиты - управление, замирание, игнорирование. Используя их, манипулируемый сам стремится перейти к манипуляции. Ожидаемой реакцией в таком случае можно назвать снижение воздействия со стороны манипулятора и возможно даже прекращение манипулятивной атаки. Ещё одним потенциальным результатом может быть смена позиций манипулятора и манипулируемого.

Непредсказуемость в поведении - ещё одно средство защиты. Однако использовать его не так просто в силу свойственной всем людям стереотипности поведения и обилия штампов.

Мы рассмотрели первую составляющую теоретической части - манипулятивные технологии, и теперь подведём краткий обзор всего выше написанного. Мы узнали, что существует множество определений термина “манипуляция” и выделили из них наиболее часто употребляемые компоненты. Помимо этого мы ознакомились с типологией и прочими характеристиками манипулятивных технологий, а также убедились, что убеждение и манипуляция - не одно и то же. И, наконец, мы изучили некоторые техники защиты от манипуляций. Теперь подробно расскажем об одной из сфер употребления манипуляций - переговорах.

## 2. Переговорный процесс

## .1 Базовая информация о переговорах

манипуляция технология переговоры контакт

Наиболее распространённое определение понятия “переговоры” выглядит так: “это совместное обсуждение конфликтующими сторонами спорных вопросов с возможным привлечением посредника с целью достижения согласия”. Переговоры ведутся тогда, когда двум или более людям нужно прийти к согласию в решении какой-либо проблемы. Обычно они протекают в виде деловой беседы по вопросам, представляющим интерес для участвующих сторон, и направлены на налаживание связей. Переговоры отличаются по своим целям, так как они могут быть различны.

Основной функцией переговоров является нахождение решения, которое будет приемлемым для обеих сторон. Однако, как мы поняли из предыдущей главы, участники переговоров зачастую пытаются ущемить интересы оппонента ради собственной выгоды. Поэтому основная функция переговоров в реальных условиях не всегда актуальна. Кроме неё выделяют и такие функции, которые сформулированы исходя из целей сторон:

· Информационная (стороны обмениваются мнениями, взглядами на проблему, но пока не готовы к совместным действиям)

· Коммуникативная (установление новых отношений и связей)

· Регуляции действий контроля (по поводу выполнения соглашений)

· Отвлечения внимания (например, когда одна из сторон стремится выиграть время)

· Проволочек (сторона соглашается на переговоры, чтобы создать иллюзию готовности решения проблем)

Также нельзя забывать, что переговоры бывают двух видов: ведущиеся в рамках сотрудничества и в условиях конфликтного взаимодействия. Разумеется, первоначальное сотрудничество может вылиться в конечном итоге в конфликт, равно как и конфликтное взаимодействие может трансформироваться в сотрудничество и привести к взаимовыгодному решению проблемы.

Существует множество подходов к классификации переговоров, но мы подробно остановимся только на следующем, основанном на выделении разнообразных целей участников:

· Продление действующих соглашений

· Нормализация конфликтных отношений (зачастую производится при поддержке третьей стороны)

· Перераспределение (в этом случае одна из сторон обычно занимает более активную и даже агрессивную позицию, чем вторая)

· Создание новых условий (заключение договоров, соглашений)

Прежде чем приступить непосредственно к процессу переговоров, обе стороны должны основательно подготовиться. Во-первых, необходимо проанализировать проблему, то есть обозначить предмет переговоров, собрать информацию о партнёре, найти различные альтернативы, а также определить свои интересы и интересы партнёра. Далее следует составить план переговоров, под чем подразумевается формирование переговорной концепции, нахождение целей, задач, стратегии переговоров, выполнение экономических расчётов, подготовка необходимой документации. Далее стоит задуматься об организационных вопросах. Непосредственно процесс ведения переговоров структурировать крайне сложно, так как каждые отдельно взятые переговоры носят индивидуальный характер и едва ли можно “подогнать” их под общую схему, которая будет считаться эталоном ведения деловой беседы. Отметим лишь самые общие моменты, характерные переговорному процессу:

· Приветствие

· Введение в суть проблемы

· Предложения о ведении переговоров

· Изложение позиций участников

· Диалог

· Решение проблемы

· Завершение

А теперь, когда мы ознакомились с типологией переговоров и порядком их проведения, рассмотрим наиболее распространённые приёмы ведения переговоров:

Под “уходом” подразумевается закрытие позиции. Например, одна из сторон может попросить отложить рассмотрение вопроса, перенести момент принятия решения на другой день. При прямом “уходе” данный вопрос предлагается отложить. В случае косвенного, даётся крайне неопределённый ответ.

Приём “затяжки” предполагает целую серию различных видов “уходов” и применяется тогда, когда участник переговоров по каким-либо причинам пытается отсрочить принятие решения.

“Выжидание” проявляется в стремлении сначала выслушать мнение оппонента, а потом уже высказаться самому. Смысл в том, что участник переговоров, использующий этот приём, может скорректировать свою точку зрения в зависимости от того, что услышал от противоположной стороны.

“Выражение согласия” с высказанными мыслями партнёра по переговорам призвано подчеркнуть общность.

В то время как “выражение несогласия” ведёт к обратному результату.

Техника под названием “салями” характеризуется медленным раскрытием собственной позиции. Её суть заключается в затягивании процесса переговоров с целью получить как можно больше необходимой информации от оппонента.

Использовав по максимуму все известные методы убеждения и разнообразные переговорные тактики, стороны рано или поздно всё же находят решение, в той или иной мере удовлетворяющее обоих. Итоги переговоров можно условно распределить по трём группам:

. Победа - победа, когда обе стороны получают то, чего хотят.

. Победа - проигрыш, когда интересы одной из сторон ущемлены.

. Проигрыш - проигрыш, когда результаты переговоров не устраивают ни одну из сторон.

Для того чтобы исходом переговоров стала первая модель, упорно работать над налаживанием продуктивных взаимоотношений должны все участники переговоров. Обе стороны должны осознавать свои цели, но при этом понимать, что они есть и у их оппонентов, причём, чаще всего, диаметрально противоположные. Если участники переговоров стремятся найти обоюдовыгодное решение, они должны использовать известный психологический метод - метод эмпатии. В контексте переговоров эмпатию можно определить как понимание интересов противоположной стороны и их уважение. Помимо сопереживания оппонентам, участникам переговоров стоит соблюдать деловой этикет, так как это продемонстрирует их профессионализм и готовность к конструктивному общению. Необходимо заметить, что манипулирование едва ли способствует достижению такого благоприятного исхода переговоров. Во-первых, манипулятор обычно преследует свои личные цели, никоим образом не предусматривающие соблюдение интересов оппонента, что в свою очередь препятствует использованию метода эмпатии. Во-вторых, нельзя исключать возможности того, что манипулируемый заметит оказываемое на него со стороны оппонента воздействие. В этом случае, он может либо открыто возмутиться недостойным поведением партнёра, либо начать “контратаку”, в худшем варианте - и вовсе прекратить переговоры. В любом случае, исход переговоров, при котором все стороны выходят победителями, будет невозможным.

Вариант “победа - проигрыш” возможен в следующих ситуациях. Прежде всего, когда одна из сторон гораздо лучше подготовлена к ведению переговоров либо имеет больший опыт. Кроме того, к такому результату может привести виртуозное использование манипулятивных технологий. Ещё данный расклад может быть возможен в силу серьёзной ошибки одной из сторон, которую оппоненты умело обыграли.

Последний исход не всегда означает, что стороны не пришли ни к какому консенсусу. Возможно, решение было принято, но впоследствии оказалось невыгодным для обеих сторон. В таком случае, партнёрам остаётся пенять как на недоработки оппонентов, так и на свои собственные.

Кроме того, существует три типа совместных решений:

· Компромиссное решение

· Ассиметричное решение

· Принципиально новое решение

При компромиссе стороны вынуждены идти на взаимные уступки. Такое решение возможно, когда обе стороны идут на контакт и готовы в чём-то ущемить свои интересы, чтобы добиться обоюдовыгодного результата.

Ассиметричное решение характеризуется тем, что уступки одной из сторон несоизмеримо больше, чем уступки другой стороны. Такое возможно, например, при закреплении поражения одной из сторон.

Последний тип решения заключается в том, что в результате переговоров стороны приходят к принципиально новому решению, делающему противоречие несущественным. Такой исход возможен лишь тогда, когда обе стороны готовы выйти за рамки привычного восприятия проблемы. Такой тип решения требует нестандартного подхода.

## .2 Динамика и техники переговоров

Очевидно, что начало процесса переговоров имеет место задолго до того, как участники сядут за круглый стол и начнут отстаивать каждый свою позицию. Обе стороны тщательно готовятся к проведению переговоров, потому как от уровня подготовки зависит немало. Процесс переговоров состоит из нескольких этапов, и далее мы подробно рассмотрим их:

Подготовка к переговорам ведётся по организационному и содержательному направлениям. К организационным моментам относится определение места и времени встречи. Содержательное направление подготовки включает в себя: анализ проблемы, формирование собственной позиции и подхода к переговорам, “набрасывание” возможных вариантов решения. Участники должны хорошо продумать свои предложения, выразить их таким образом, чтобы формулировка была предельно простой и не допускала двусмысленности. Также следует ответственно отнестись к их аргументации, поскольку в правильности своих предложений оппонента ещё нужно будет убедить. Чтобы повысить эффективность подготовки, можно:

· Провести правовую, экономическую или какую-либо другую экспертизу;

· Составить балансные листы (возможные позитивные и негативные последствия для каждого из потенциальных решений);

· Провести “мозговой штурм”, то есть групповое обсуждение отдельных вопросов;

· Обратиться за помощью по оценке вариантов решения к экспертам;

Ведение переговоров начинается в тот момент, когда стороны берутся за обсуждение проблемы. Выделяют следующие основные этапы проведения переговоров:

· Уточнение позиций и интересов участников;

· Обсуждение, включающее в себя обоснование своей точки зрения на внесённые предложения;

· Координирование позиций и выработка договорённостей;

· Анализ результатов переговоров;

· Выполнение сторонами взятых на себя обязательств.

На этапе уточнения позиций стороны ликвидируют информационную неопределённость, излагают свои позиции и разъясняют их для оппонентов.

Далее стороны аргументируют свою позицию, вносят корректировки и высказываются по поводу высказанных оппонентами предложений. В результате данного этапа должны определиться рамки потенциальной договорённости.

При согласовании позиций выделяются две фазы: согласование формулы в общем виде, а затем - детально.

Предпоследний этап переговоров, анализ результатов переговоров, есть не что иное, как субъективная оценка итогов. В случае если стороны высоко оценивают полученные результаты, переговоры можно считать успешными. Кроме того, важна и степень решения проблемы, так как успешность переговоров непосредственно зависит от того, были поставленные вопросы решены или нет.

И, наконец, заключительный этап - это выполнение обеими сторонами взятых на себя обязательств. На этом этапе определяется степень надёжности партнёров, поскольку здесь необходимо на деле доказать, что бывшие оппоненты готовы оправдать доверие друг друга, строго следуя договорённостям.

Теперь, когда мы определились с этапами переговоров, мы можем перейти к переговорным техникам. Выделяются четыре вида подачи позиции, которыми участники переговоров могут воспользоваться: открытая позиция, закрытая позиция, подчеркивание общности позиций, подчеркивание различий в позициях.

Если выступление характеризуется формулированием собственной позиции без сравнения ее с позицией оппонента, такое действие считается открытием позиции. Когда же участник переговоров критикует позицию противоположной стороны, не сравнивая со своей собственной, то это свидетельствует о позиции закрытой. В случае если участник сравнивает две или более позиций, то в зависимости от того, что подчеркивается в выступлении, можно оценить это либо как указание на общность, либо как подчеркивание различий. Подчеркивание общности и открытие позиции принадлежат к “мягкому”, кооперативному поведению, в то время как подчеркивание различий и закрытие позиций являются аналогами “жесткого”, конкурентного типа ведения переговоров.

Для достижения конструктивного взаимодействия с оппонентом рекомендуются следующие принципы:

· избегать приемов, вызывающих конфронтацию (действия обеих сторон должны быть нацелены на сотрудничество);

· внимательно слушать оппонента, не перебивать его; стараться наладить эффективное общение;

· не допускать со своей стороны пассивного поведения, так как это свидетельствует о плохой проработке позиции, нежелании вести переговоры, вследствие чего могут возникнуть затруднения в достижении соглашения;

· не стоит убеждать партнера в ошибочности его позиции - едва ли он готов изменить свое мнение о проблеме лишь потому, что вы с ним не согласны;

· не нужно упрекать партнёра в слабости в случае его согласия, так как это не является проявлением слабости - он просто стремиться выйти из конфликта.

Другое дело - переговоры с оппонентом с более сильной позицией. Вот что советует делать в такой ситуации Дж. Рубин:

. взывайте к принципам равенства;

. апеллируйте к длительным отношениям;

. указывайте на выгодность сотрудничества в дальнейшем;

. увязывайте разные вопросы в один «пакет». Если вы слабее в чем-то одном, можно оказаться сильнее в другом (такой приём позволяет сбалансировать силы сторон);

. объединяйтесь с сочувствующими занимаемой вами позиции;

. обращайтесь к общественному мнению;

. просите помощи у посредника.

Вот некоторые тактические приемы, которые могут применяться независимо от того, на каком этапе находится процесс переговоров.

. “Пакетирование” заключается в том, что совокупность вопросов предлагается к рассмотрению в виде “пакета”, т. е. обсуждается вопросы в комплексе, а не по отдельности.

. “Выдвижение требований в последнюю минуту” применяется в самом конце переговоров, после того, как все вопросы были решены. В этой ситуации один из участников выдвигает новые требования и, если оппонент стремится сохранить уже достигнутые результаты, он может уступить.

. “Постепенное повышение сложности” обсуждаемых вопросов применяется при совместном анализе проблемы.

. “Разделение проблемы на отдельные составляющие” заключается в отказе от попыток решать проблему целиком. При таком приёме выделяются отдельные компоненты.

Тактические приемы, которые применяются на определенных этапах переговоров.

На этапе уточнения позиций:

. “Завышение требований”. Суть этого приёма заключается во включении в свою позицию пунктов, которые потом можно будет безболезненно снять, притворившись, что это - уступка, и потребовать аналогичных шагов со стороны оппонента.

. Приём “Отмалчивание” применяют для закрытия позиции, и заключается в создании неопределенности на первом этапе переговоров.

В то время как открытие позиций может осуществляться посредством таких тактических приемов, как:

. Прямое открытие позиции в выступлении или в ответе на вопросы.

. Открытие позиции посредством уточнения позиции партнера.

На этапе обсуждения позиций:

Большая часть приемов, применяемых на этом этапе, основывается на подчеркивании различий.

. Указание на слабости позиции оппонента. Разновидности реализации заключаются в:

указании на недостаточность полномочий;

указании на возбужденное состояние партнёра;

указании на отсутствие других вариантов;

указании на противоречия в высказываниях;

отрицательных оценках неаргументированных действий.

. Упреждающая аргументация. В таком случае задается вопрос, ответ на который обнажает несостоятельность позиции оппонента.

З. Искажение слов оппонента, то есть изменение формулировки позиции оппонента с выгодой для себя.

. Давление на оппонента с целью добиться уступок, может быть реализовано в следующих формах:

предупреждение о последствиях, нежелательных для оппонента;

указание на возможность прерывания переговоров;

указание на возможность блокировки;

демонстрация силы;

предъявление ультиматума.

Угроза может считаться эффективной, если заинтересованность стороны, на которую она направлена, достаточна для того, чтобы поддаться автору угрозы.

. Поиск взаимовыгодных решений. Метод заключается в том, чтобы, выслушав оппонента, сопоставить его позицию со своей и попытаться найти общие моменты.

На этапе согласования позиций:

. Принятие предложения полностью;

. Частичное согласие с предложением;

. Отклонение предложения оппонента (подчеркивание различий);

. Внесение очевидно неприемлемых предложений направлено на то, чтобы, получив отказ в его принятии, обвинить оппонента в желании сорвать переговоры;

. Вымогательство: одна сторона выдвигает требование, нежелательное для оппонента и нейтральное для себя. Цель сего действия - получить уступку в обмен на снятие этого требования;

. Растущие требования. Когда противник в чем-то уступает, незамедлительно предъявляется новое требование;

. Оправдание своей неуступчивости ссылкой на объективные обстоятельства;

. Возвращение предложений на доработку;

. Возвращение к дискуссии применяется для того чтобы избежать принятия соглашений и в том случае, когда одному из участников действительно что-то непонятно.

. Двойное толкование. Такой приём заключается в следующем: в результате переговоров стороны выработали соглашение, но одна из них вложила в формулировку двойной смысл, которого не заметил оппонент. Таким образом, соглашение истолковывается в пользу своих интересов, не нарушая его. Однако подобное поведение является конфликтогенным.

Все эти тактические приёмы по своей цели делятся на две группы: приёмы, которые призваны облегчить достижение обоюдовыгодного соглашения, либо те, которые используются для получения одностороннего выигрыша. Каждая из сторон, прежде чем приступить к переговорам, должна определить для себя, каких результатов она стремится добиться, и, исходя из этого, выбрать подходящую тактику. Как мы выяснили из предыдущей главы, спектр поведенческих тактик широк и многообразен: позиция может быть как агрессивной, так и мягкой, демократичной. Последняя тактика переговоров теоретически является более благоприятной, так как она не противоречит нормам морали. Однако в современных условиях подобная позиция принимается за слабость и неконкурентоспособность. Поэтому в следующей главе мы попытаемся рассмотреть различные манипулятивные технологии, используемые в процессе переговоров, научимся распознавать их и применять самостоятельно.

## 3. Практическое применение манипуляций

## .1 Установление контакта

Для того чтобы стать манипулятором, недостаточно просто ознакомиться с основными техниками и приёмами. Следует понимать, что манипулирование сознанием - это искусство, и, чтобы ваши манипуляции приносили желаемые плоды, нужно овладеть им в совершенстве. Для этого необходимо чуть больше углубиться в психологические аспекты сознания человека, поскольку без этих знаний манипулятор едва ли будет в состоянии контролировать ситуацию и направлять её в нужном ему направлении.

Итак, первостепенная задача манипулятора - установление раппорта. Этот термин был введён Ф.А. Месмером, чтобы обозначить физический контакт, посредством которого передавался некий “магический флюид” от гипнотизёра к пациенту. В настоящее время данное понятие гораздо шире. В книге Х.Фексеуса, известного в Швеции специалиста по невербальной коммуникации, раппорту даётся такое определение: “Раппорт - это погружение в мир другого человека; осторожное зеркальное отражение физиологии, а также невербальных и языковых паттернов”. В данном случае, раппорт - это не что иное, как установление доверительных отношений с другим человеком. Вот что Х.Фексеус пишет о пользе раппорта: “Подстраиваясь под человека, вы получаете сразу два преимущества. Во-первых, вашему собеседнику легче понять, о чём вы говорите, потому что вы владеете языком аналогичной невербальной коммуникации. Его подсознание не пытается перевести ваши сигналы и понятийные символы, потому что вы оба уже говорите на одном языке. Собеседнику больше не надо “фильтровать” информацию, поступающую от вас, а это значит, что риск недопонимания близится к нулю”. Вторым преимуществом автор называет симпатию, которую начинает испытывать к вам ваш партнёр по коммуникации. Это вызвано тем, что людям обычно нравятся те, кто похож на них. Именно так раппорт и работает - сначала мы подстраиваемся под собеседника, внушаем ему доверие и симпатию к своей персоне, а затем начинаем постепенно менять своё поведение, увлекая за собой партнёра. Таким образом, мы сможем вызвать необходимые изменения в его поведении. Например, если мы видим, что партнёр по переговорам, что называется, “не в духе”, необходимо срочно принять меры, иначе его плохое настроение может негативно сказаться на состоянии других участников и на процессе переговоров в целом. А теперь, непосредственно, о том, как устанавливается раппорт. Прежде всего, некоторое время нужно уделить наблюдению за партнёром: отследить темп его речи, манеру двигаться, артикулировать, и прочие индивидуальные особенности. Далее следует начать повторять за собеседником, но так, чтобы это не бросалось в глаза, выглядело естественным, ведь ключевой момент заключается не в том, чтобы собеседник обратил внимание на ваши попытки соответствовать ему, а чтобы он уловил это лишь на подсознательном уровне. При этом существует два способа осуществить данный приём: присоединение и отзеркаливание. Разница заключается лишь в том, какой стороной тела реагировать на движения собеседника. Допустим, ваш собеседник двигает правой рукой. Используя присоединение, вы вслед за ним приводите в движение правую руку, при отзеркаливании - левую. Ещё один важный для создания раппорта инструмент - это голос. Здесь всё обстоит так же, как и с движениями: нужно подстраиваться под речь собеседника. Если он говорит тихо и медленно - целесообразно максимально приблизить свою речь к этим параметрам, так как чаще всего человек говорит в том темпе, в котором он усваивает информацию. Следовательно, если вы и ваш собеседник говорите с разной интенсивностью, велика вероятность возникновения недопонимания и, в дальнейшем, разногласий. Однако будьте осторожны: не стоит копировать речевые дефекты и другие черты, о которых человек знает и которых он стесняется. Для установления раппорта, помимо визуального и аудиального подражания, необходимо соглашаться с собеседником. Не обязательно соглашаться с ним во всём - достаточно на начальном этапе просто находить в его высказывании ту часть, с которой вы действительно согласны. Или сказать следующую фразу: “На твоём месте, я бы поступил так же в этой ситуации”. Собеседник воспринимает данные слова как признак того, что вы его понимаете. Итак, мы познакомились с техниками, полезными при создании раппорта, а теперь узнаем, как его использовать. Для начала необходимо проверить, действительно ли контакт между вами и собеседником возник. Для этого попытайтесь изменить что-нибудь в своих средствах выражения невербальной коммуникации: в движениях или в голосе. Если собеседник будет подражать вам - раппорт установлен. Если нет, стоит попытаться наладить контакт ещё раз. Как раз для этого и нужен раппорт - для “ведения” собеседника в нужном вам направлении. Раппорт - это фундамент манипуляции. Без него бессмысленно пытаться построить сложную манипулятивную конструкцию - она просто развалится. Поэтому в условиях переговоров не стоит сразу пытаться манипулировать оппонентом. Для начала понаблюдайте за ним, выделите характерные для него движения, особенности речи и используемые слова, затем установите раппорт и только потом начинайте аккуратно “уводить” собеседника за собой.

Существует ещё один метод, который полезен на начальном, “доманипулятивном”, этапе. Это - аттракция. В переводе с английского слово attraction означает “притяжение”. В этом-то и заключается смысл данного приёма - мы привлекаем к себе внимание другого человека, располагаем к себе. Существует множество разных способов достижения аттракции. Вот что пишет об одном из них В.П.Шейнов: “…принадлежность к одной общности значительно способствует аттракции. И многие используют это, когда надо убедить. Например: "Вы тоже мать и поймете меня..." или "Мы с вами учились в одном институте..." и т.п.”. Эффективность данного приёма обуславливается тем, что у всех нас существует потребность в принадлежности к какой-либо общности. Когда вокруг нас люди, в совокупности с которыми мы образуем некое единство, нам становится спокойнее, мы чувствуем себя увереннее, и в то же время, мы расслабляемся. Именно потерей бдительности и пользуется в данном случае манипулятор. Ещё одно средство расположить к себе собеседника - сделать комплимент. В.П.Шейнов даёт такое определение данному понятию: “Комплиментом называется небольшое преувеличение достоинства, которое собеседник желает видеть в себе”. При этом автор, сравнивая лесть и комплимент, отмечает последний как более тонкий и действенный инструмент. Разницу же между комплиментом и похвалой Виктор Павлович сформулировал следующим образом: “При похвале осуществляется так называемая "пристройка сверху". Действительно, похвала - это положительная оценка. Ясно, что оценку нижестоящему производит вышестоящее лицо (старший по должности или положению), а не наоборот.

При комплименте же в отличие от похвалы происходит "пристройка снизу", вы как бы возвышаете собеседника над собой”. Повысить эффективность комплимента можно за счёт антикомплимента себе. Приведём пример: “Как тебе удаётся всё успевать? И курсовую раньше всех написала, и с подругами погулять сходила, и все задания текущие выполняешь, да ещё вид свежий, отдохнувший! Я и половины этого за день сделать не успеваю - по ночам всё доделываю. Вот и выгляжу, как зомби”. Но у искусства комплиментов есть свои правила:

· комплимент должен быть относительно кратким;

· не должен содержать в себе нравоучений;

· необходимо избегать двусмысленных оборотов;

Кроме того, есть ещё некоторые приёмы, которые сделают комплимент ещё более приятным. Во-первых, чем более персонифицирован комплимент - тем лучше. То есть, в высказывании должны описываться какие-либо черты, характерные именно для вашего собеседника, таланты, особенно хорошо у него развитые. Во-вторых, особенно сильное воздействие оказывают комплименты, которые возможно домыслить. Например, гость может сказать следующее, обращаясь к хозяйке жилища: “У вас очень красиво и уютно! Здесь действительно чувствуешь себя как дома”. Женщина сама домыслит, что это её заслуга - ведь мало заполнить квартиру дорогой мебелью, нужно всё тщательно подобрать и расставить таким образом, чтобы обстановка располагала к тихому семейному счастью. Чтобы комплименты получались естественными, нужно тренироваться. И, надо заметить, этому не способствует стереотип о том, что комплименты нужно делать только “нужным людям”. Чтобы научиться делать комплименты виртуозно, необходимо практиковаться.

Все мы любим, когда нас внимательно слушают. И, оказывается, другие также это ценят. В этом и заключается ещё один способ добиться возникновения аттракции. Но быть внимательным слушателем непросто. Зачастую собеседник излагает даже интересный материал так, что при всём желании сосредоточить внимание на том, что он говорит, крайне сложно. Кроме того, почти каждому человеку свойственна одна мешающая процессу слушания особенность: он жаждет высказаться. Таким образом, получается, что человек лишь ждёт своей очереди, чтобы высказаться. А это ещё один фактор, препятствующий восприятию информации. Мысленно мы уже репетируем то, что скажем сами, пропуская “мимо ушей” слова собеседника. И в обычных условиях это не очень хорошо, а уж во время ведения переговоров и вовсе неприемлемо. Есть несколько способов, с помощью которых можно заставить себя слушать. Самый эффективный - приём “активного слушания”, то есть, когда вы пытаетесь предугадать, что скажет выступающий дальше. Тогда вы даже сможете подсказать оратору, когда тот будет испытывать трудности в подборе нужного слова. Это покажет ему, что вы внимательно его слушаете, и возникнет аттракция. Следует отметить, что существует два вида слушания: рефлексивное и нерефлексивное. Нерефлексивное слушание заключается в умении молчать, не прерывать речь говорящего своими комментариями. Этот тип подходит, если ваш собеседник очень хочет высказаться или занимает более высокое положение. Рефлексивное слушание основывается на активной обратной связи с выступающим. В.П.Шейнов выделяет следующие виды рефлексивного слушания:

. Выяснение (“Что Вы подразумеваете под…?”)

. Перефразирование (“Насколько я понимаю, Вы имеете в виду…”)

. Отражение чувств (“Вероятно, Вы очень расстроены…”)

. Резюмирование (“To sum up…”)

Особенно важно во время деловых переговоров делать записи. Во-первых, тем самым вы обезопасите себя от возможности упустить важную информацию из вида, и, во-вторых, покажете оппоненту, что вы внимательно его слушаете, то есть увеличите шанс возникновения у него аттракции по отношению к вам.

Из этой части работы мы узнали, как расположить к себе оппонента и теперь готовы приступить к ознакомлению с наиболее эффективными методами манипулирования.

## 3.2 Непосредственно манипулирование

Существует множество разнообразных способов манипулировать другим человеком, и все они так или иначе уже описаны. Но, тем не менее, найти труд, в котором было бы исчерпывающе и доступно рассказано о том, как манипулировать, не так просто. Если перед нами научная работа - в ней зачастую не хватает конкретики, если же это научно-популярное чтиво, нередко не представляется возможным отыскать заявленную научность. Попытаемся найти “золотую середину” и доступно и достоверно объяснить, как именно нужно манипулировать.

Пока вы наблюдали за оппонентом, чтобы собрать информацию, необходимую для установления рапорта, и делали всё возможное, чтобы у него возникла аттракция по отношению к вам, у вас также была возможность найти его уязвимые места. Допустим, вы выявили у вашего оппонента отсутствие конгруэнтности, тогда вы сможете найти противоречия в его высказываниях, даже тех, которые не относятся к обсуждаемому вопросу, и указать на них, что отрицательно скажется на восприятии всего, что он впоследствии скажет. Если он и вовсе решится что-нибудь сказать после унижения на глазах других членов переговоров - не исключено, что чувство стыда нейтрализует противника. Можно привести ещё много абстрактных примеров, но едва ли они будут полезны - ведь речь идёт об индивидуальных особенностях. Поэтому перейдём к более универсальным техникам.

Во-первых, всем нравится хорошее к себе отношение. Человеку всегда хочется ответить добром на добро. И если мы видим, что партнёр по переговорам проявляет заботу о нас, нам хочется что-то сделать взамен. Например, уступить в каком-то важном для оппонента вопросе. При этом этот метод весьма безопасен - даже если оппонент поймёт, что вы ждали от него соответствующего отношения, его это вряд ли возмутит или покажется аморальным. Потому что это естественно. Метод заботы следует применять в начале переговоров, так как тогда он ещё и поспособствует установлению положительной связи между сторонами.

В противовес невинному способу заботы можно поставить следующий метод - метод раздражения. Если вам удастся вывести оппонента из себя (например, постоянными придирками и критикой в адрес вносимых им предложений), вероятность грубой ошибки с его стороны возрастёт в разы. В бизнесе даже существует такой феномен - “принятие решения под воздействием эмоций”. Разумеется, применение этой манипуляции не способствует установлению долгосрочных доверительных отношений с партнёром, поэтому тщательно взвесьте все “за” и “против”, прежде чем пользоваться ей.

Внушить оппоненту неуверенность - это фигура высшего пилотажа. Добиться этого можно с помощью такой тактики: вы втягиваете его в разговор на тему, в которой разбираетесь лучше, чем он. Далее доказываете ему, что он ничего не понимает. Звучит это очень просто, в то время как в условиях реальных переговоров вам придётся столкнуться с реальными людьми, которых не так легко в чём-нибудь убедить.

Далее - авторитетность. Ссылаясь на некоторые авторитетные источники, вы загоняете противника в угол. Главное - выбрать субъект или объект, который действительно внушает оппоненту доверие. И если вы обнаружили таковой, вы можете приписывать ему мнения и взгляды, ему не присущие, тем самым манипулируя партнёром.

А теперь обратимся к техникам нейролингвистического программирования. Но для начала отметим, что НЛП - это технология целенаправленной коммуникации. Цель НЛП - влиять на собеседника в процессе беседы. Притом в психотерапии эти цели чаще всего заключаются в благородном желании помочь пациенту, что, тем не менее, не мешает другим использовать технологии для своей выгоды. Как писали основатели нейролингвистического программирования, Р.Бэндлер и Д.Гриндер, 95% усилий использующего НЛП уходит на сбор информации и лишь 5% - непосредственно на воздействие на адресата. Сейчас обратимся к техникам НЛП.

Рефрейминг . Его суть заключается в изменении взгляда адресата на какую-либо ситуацию. Главные идеи - ничего не однозначно, отношение к предмету зависит от того, с какой стороны на него посмотреть. Для того чтобы использовать эту методику, нужно уметь рассматривать привычные вещи под непривычным углом. Так как методика НЛП, как мы уже сказали выше, использует коммуникацию для влияния на адресата, манипулятору достаточно переформулировать высказывание таким образом, чтобы изменить к нему отношение манипулируемого. Отдельно выделяют разговорный рефрейминг. Кроме того, рефрейминг делиться на следующие составляющие: рефрейминг контекста и рефрейминг содержания. Рефрейминг контекста - это изменение содержания высказывания с целью придать ему новый смысл. Приведём несколько примеров:

) -Нетбук не такой мощный, как ноутбук.

Зато он дешевле и легче.

) -Я жадный.

Скорее бережливый.

Рефрейминг содержания - создание нового смысла в утверждении за счёт перевода внимания на другую часть содержания. Для этого нужно спросить себя: “Что ещё это может значить?”. Приведём такой пример:

) -Он же доносчик!

На самом деле, он просто очень ответственный и смелый человек - ведь не так-то просто пойти против всех.

) -Но она такая нерешительная…

По-твоему, тщательно обдумывать принимаемые решения - это плохо?

Якорение. Р.Бэндлер и Д.Гриндер так определяли эту технику: “якорение - это тенденция одного из элементов переживания вызывать всё переживание в целом”. Современное определение выглядит так: “якорение - это привязка состояний человека к некоторым шаблонам поведения или входам восприятия для последующего воспроизводства и использования; процесс, посредством которого любой стимул оказывается связанным с некоторой реакцией и запускает ее”. Иными словами, якорение - не что иное как осознанно или неосознанно установленная условно-рефлекторная связь. Эта методика высокоэффективна, однако если вы видите вашего партнёра впервые в жизни, едва ли вам удастся найти какой-либо “якорь” и воспользоваться им. Однако, вы сможете создать “якорь” на будущее, чтобы вы смогли им воспользоваться, в случае если ваши деловые отношения продолжатся. Немаловажным фактором во время деловых переговоров является управление состоянием оппонента. Имеется в виду как управление эмоциями, то есть краткосрочными реакциями партнёра, возникающими в процессе коммуникации, так и влияние на его общее функциональное, душевное или физическое состояние. Приведём некоторые методы опосредованного воздействия на состояние партнёра по переговорам:

· В том случае если вы - принимающая сторона, в ваших интересах проводить переговоры в как можно более комфортных условиях;

· Не забывайте о необходимости отдыха - делайте перерывы в обсуждении, особенно если переговоры затягиваются;

· Обеспечьте оппонентов всем необходимым; позаботьтесь об их потребностях: оппоненты должны иметь возможность покурить, выпить кофе, и т.д.

Помимо всего выше написанного, существуют и некоторые трюки, зачастую используемые в переговорном процессе. Они подробно описаны в книге В.П. Шейнова “Скрытое управление человеком”. Рассмотрим некоторые из них:

· Хороший парень - плохой парень. Суть данного трюка заключается в том, что в начале сотрудничества с оппонентом имеет дело некий неприятный тип, грубый и требовательный, а затем он заменяется на его полную противоположность. На контрасте у оппонента сразу же сложится раппорт с новым партнёром, и ему захочется пойти на какие-то уступки для такого приятного человека.

· Вырывание по частям. Характеризуется выдвижением новых требований, когда договор уже почти заключён. При этом используются следующие уловки: блеф, использование ложных фактов, сокрытие части информации, психическая атака, умеренное затягивание переговоров или отказ от них.

· Отвлекающий манёвр. Задача манипулятора - провести какое-либо своё предложение без критики. В этом случае данная мысль не формулируется чётко, проводится в как можно более неприметной форме. Перед ней же высказывается такая мысль, которая неизменно привлечёт особое внимание оппонента. На неё и будет направлена вся критика, в то время как наиболее важная для манипулятора мысль останется незатронутой вниманием оппонента.

Итак, в этой главе мы ознакомились со многими манипулятивными техниками, в том числе и с техниками нейролингвистического программирования и другими хитростями, применяемыми при переговорах. Стоит отдельно подчеркнуть, что для того, чтобы научиться манипулировать в условиях реальных переговоров, нужно долго тренироваться. Необходимо научиться скрывать свои истинные намерения от оппонента, что не так-то просто, учитывая тот факт, что он, скорее всего, также знаком с манипулятивными технологиями (даже если он не практикует манипулятивный подход в ведении переговоров, он может быть знаком с защитными техниками). Поэтому, если вы дорожите отношениями с партнёром, не пытайтесь манипулировать им, по крайней мере, до тех пор, пока не станете действительно искусным манипулятором.

## Заключение

Итак, в данной работе было изучено манипулятивное воздействие на человека посредством речи в рамках переговорного процесса, что выявило неизбежную актуальность проблемы в условиях развития современного общества.

В процессе исследования было дано несколько определений манипуляции и выбрано наиболее полное и точное. Были также исследованы переговоры в контексте коммуникационной деятельности, а также применение в переговорах манипулятивных технологий.

Манипуляция была рассмотрена с точки зрения переговорного процесса, были изучены и проанализированы манипулятивные способы подачи информации и основные составляющие манипулятивного воздействия.

В ходе работы мы выявили как положительные, так и отрицательные качества манипуляции, в связи с чем были рассмотрены наиболее распространённые виды защиты от манипулятивных воздействий.

Также мы изучили такие понятия, как “раппорт”, “аттракция”, “комплимент” и другие. Кроме того, мы обратились к наиболее эффективным техникам нейролингвистического программирования.

В заключение хочется отметить, что мы не рассматривали феномен манипуляции в моральном аспекте, так как давать ему какую-либо однозначную оценку крайне сложно. Остановимся на том, что манипуляции присутствуют во всех сферах нашей жизни: как в каждодневном межличностном общении, так и в профессиональной деятельности. Не стоит забывать и о том, что нами манипулируют и в более широком понимании: например, коммерческие организации посредством рекламы, СМИ и правительство. Разумеется, мы не сможем полностью избавиться от влияния, оказываемого на нас, но если мы научимся распознавать манипулятивные технологии, отражать их и, быть может, даже использовать самостоятельно, ситуация в целом изменится. В любом случае, видеть, когда вас хотят обмануть и предотвращать это - крайне полезный навык. А что касается этичности манипулирования другими людьми - это каждый решает для себя сам.

## Список литературы

Монографии и статьи:

. Устинов Д.Ю. Манипуляции в общении. - М., 2008

. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М., 1997

. Панкратов В.Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация: Практическое руководство. - М., 2001

. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию или переговоры без поражения. - М., 1992

. Лебедева М. М. Политическое урегулирование конфликтов. - М.,1997

. Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. - М., 2003

. Дональдсон М. Умение вести переговоры. - М., 2004

. Лебедева М. М. Вам предстоят переговоры.- М., 1993

9. Рубин Дж.., Пруйт Д., Ким де Сунг. Социальный конфликт: эскалация, тупик, разрешение. - СПб., 2002

. Фексеус Х. Искусство манипуляции. Как читать мысли других людей и незаметно управлять ими. - М., 2011

. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком. - Мн., 2004

. Шейнов В.П. Манипулирование сознанием. - Мн., 2004

. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. - М., 2006

. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. - М., 1980

. Мицыч П. Как проводить деловые беседы. - М., 1987

. Шейнов В.П. Психология и этика делового контакта. - М., 1996

. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. - СПб., 2003

. Бандурка А., Бочарова С., Землянская Е.Психология управления. Харьков, 1998

19. Мастенбрук В. Переговоры. - Калуга. 1993

Интернет-ресурсы:

1. Вит Ценёв. Определение манипуляции. Режим доступа: <http://psyberia.ru/psyhodiary/manipulation> . Дата обращения: 16.04.13