

МАНИПУЛЯЦИИ, ИХ ТИПЫ И
ПРИЗНАКИ.
ЗАЩИТА ОТ МАНИПУЛЯЦИИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАНИПУЛЯЦИИ

Манипуляция - воздействие на адресата с целью добиться желаемого результата или погружения его в определенное состояние. Как правило, манипулятор управляет другими людьми как объектами, пытаясь использовать их.

Основными характеристиками манипуляции всегда являются :

- скрытость целей и истинных намерений манипулятора,
- перекалывание ответственности за происходящее на адресата.



МАНИПУЛЯЦИИ БЫВАЮТ ГЕДОНИСТИЧЕСКОГО И ПРАГМАТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА



Манипуляции **гедонистического характера** вводят индивида в определенное состояние.

Манипуляции **прагматического характера** всегда носят стратегический характер и, как правило, хорошо просчитаны.



Причин манипуляций несколько. Некоторые из них носят экзистенциальный характер и, как правило, так или иначе связаны с самоутверждением.

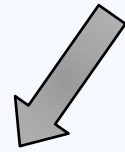
ПРОТИВОСТОЯНИЕ МАНИПУЛЯЦИЯМ

Противостоять манипулятивным воздействиям разного рода помогает такое качество как **ассертивность**, подразумевающее некоторую зрелость личности, адекватную самооценку и наличие собственной точки зрения.

Тип личности, обладающий таким качеством, как ассертивность, именуется **актуализатором**. Актуализатор старается не позволять собой манипулировать и ориентируется на самореализацию и открытость в отношениях.



ОТЛИЧИЯ МЕЖДУ МАНИПУЛЯТОРОМ И АКТУАЛИЗАТОРОМ



- Как правило, для **манипулятора** характерны обман, неискренность, фальшь. Манипулятор часто скрывает свои истинные мотивы. Практически все манипуляторы – циники, они придерживаются мнения "либо ты используешь людей, либо люди используют тебя".

- Соответственно если в отношениях присутствуют различные виды манипуляций, то изначально подразумевается, что коммуникант воспринимается как объект – "ОНО".

- Актуализатор** же, в отличие от манипулятора, честен и искренен в отношениях, является хозяином собственной жизни, пытается строить отношения конструктивно, доверяет людям.

- Напротив, в отношениях актуализирующего формата видится актуальность другого, уважается личность и индивидуальность партнера.

ТИПОЛОГИЯ МАНИПУЛЯТОРОВ Э. ШОСТРОМА

1. **Диктатор.** Для данного типа характерна постоянная демонстрация своей власти и силы. Он делает все, чтобы управлять окружающими: командует, заставляет, психологически подавляет, ссылается на авторитеты.
2. **Слабак.** Диаметральная противоположность диктатору и нередко его жертва. Как правило, имеет в своем арсенале и нередко использует эмоциональность и пассивность: "не видит", "не слышит", "не понимает", "не может".
3. **Калькулятор.** Его основная особенность – желание просчитать каждый шаг (свой и окружающих) и все держать под контролем. Нередко роль контроля бывает преувеличена. С одной стороны, он может быть нечестен, обманывать окружающих, с другой – постоянно их перепроверять.
4. **Прилипала.** Диаметральная противоположность предыдущему типу. Он преувеличивает свою зависимость, нередко паразитирует на окружающих, убеждая их в собственной слабости и беспомощности, вынуждая их делать всю работу за него.



ТИПОЛОГИЯ МАНИПУЛЯТОРОВ Э. ШОСТРОМА

5. **Хулиган.** Воздействует на людей с помощью угроз, агрессии.

6. **Славный парень.** Для этого типа характерно преувеличение своей любви, заботы, внимания к окружающим. Пытается всем во всем угодить.

7. **Судья.** Данный тип, как правило, мало кому верит, склонен к необоснованным обвинениям, обидчив, критичен.

8. **Защитник.** Нарочито подчеркивает свою поддержку других, снисходителен к недостаткам и слабостям, постоянно заботится о людях, даже когда его об этом не просят.

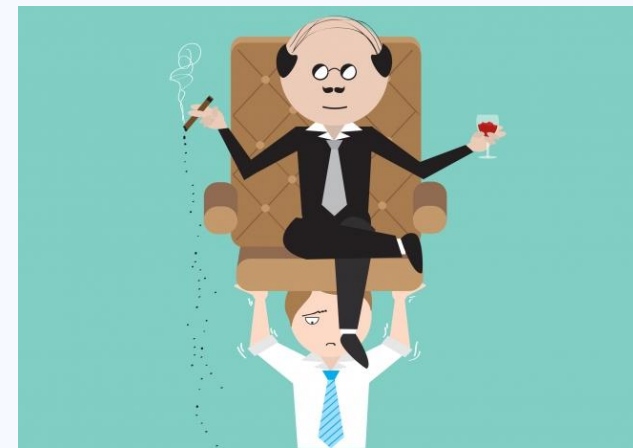


Согласно мнению Э. Шострома, приведенные 8 манипулятивных типов используют четыре манипуляционные системы:

1. **Активный манипулятор.** Пытается осуществить контроль над окружающими с помощью активных методов, нередко демонстрирует свое могущество посредством статуса, власти, давит своим авторитетом, нередко превращает подчиненных в собственных должников.



2. **Пассивный манипулятор.** Как правило, данный тип любит демонстрировать свою слабость и беспомощность во многих вопросах. "Позволяет" другим думать и делать за него, нередко выигрывает за счет "пассивности".



Согласно мнению Э. Шострома, приведенные 8 манипулятивных типов используют четыре манипуляционные системы:

3. **Соревнующийся манипулятор.** Воспринимает жизнь как бесконечную игру и видит в окружающих соперников и конкурентов. Имеет черты и активного, и пассивного манипулятора и пользуется ими в зависимости от ситуации.

4. **Безразличный манипулятор.** Данный тип всегда делает вид, что он равнодушен к общению, оно лишено для него всякого смысла. Избегает людей. Относится к другому человеку не как к личности, а как к марионетке.



Манипулирование можно ощутить, когда вы начинаете испытывать противоречивые эмоции (радость и тревога, гордость и обида), при общении с некоторыми людьми у вас могут возникнуть повторяющиеся, обычно не свойственные вам состояния: подавленность, эмоциональный дискомфорт, чувство вины, необоснованной благодарности и т.д.



МАНИПУЛЯЦИИ В БИЗНЕСЕ



Совершенно очевидно, что манипуляции в бизнесе и личной жизни применяются очень часто.

Форматов коммуникации, пригодных для манипуляций в бизнесе, много. Это может быть:

- воздействие рекламы на сознание реципиента,
- деловые переговоры,
- совещания,
- собеседования и т.п.

В процессе деловых переговоров, например, манипуляции могут проявляться как в *вербальном*, так и в *невербальном* форматах.

Невербальные манипуляции – это подстройка под позу собеседника, темп его речи, нарушение допустимых этикетом проксеминых зон (нахождение ближе допустимого), взгляд.

К **вербальным манипуляциям** можно отнести слишком хорошую осведомленность о фактах вашей личной и трудовой биографии, упоминание статусной субординации, постоянное подчеркивание вашего зависимого положения.



Манипулятор часто осознанно выбирает для переговоров неудобное для вас время и место. В его команде нередко бывают четко распределены диаметрально противоположные роли: "provokator – союзник", "добрый – злой" и т.д.

ПРИМЕРЫ МАНИПУЛЯЦИЙ В БИЗНЕСЕ

- Манипуляции в бизнесе применяются не только в отношениях с конкурентами, но и внутри команды, и при индивидуальном общении. Например, чтобы мотивировать членов команды на решение сложной и громоздкой задачи можно нарисовать им картины светлого будущего и успеха, в случае выполнения проекта. В большинстве случаев это работает.
- В продажах манипулятивные техники важны как нигде. Реклама постоянно воздействует на наши амбиции и слабые места ("любишь – докажи" и т.п.). В момент презентации товара рекламируются такие качества, которые создадут "комфорт", "подчеркнут вашу исключительность и неотразимость", "повысят вашу самооценку и уникальность" и т.д.



ПРИЁМЫ МАНИПУЛЯЦИЙ В БИЗНЕСЕ

Как правило, манипулятивное воздействие в деловой коммуникации осуществляется с помощью **следующих приемов**:

- 1) наступление: фактически данный прием включает в себя ряд действий, направленных на разрушение "обороны" партнера с помощью давления любой силы; нередко удар наносится по слабому месту;
- 2) ослабление позиции оппонентов;
- 3) демонстрация дружелюбия;
- 4) набивание цены;
- 5) уходы и уклонения от переговоров и конфронтаций, выжидание;
- 6) демонстрация слабости;
- 7) демонстрационные уступки;
- 8) всевозможные логические уловки.



ТЕХНИКИ ПРОТИВОСТОЯНИЯ МАНИПУЛЯЦИЯМ



1. **Информационный диалог.** Прояснение своей собственной позиции и позиции партнера с помощью технологии "вопрос – ответ": вопросы о сути дела, о целях, ограничение области обсуждения ("о чем конкретно мы сейчас говорим?"), отказ или отсрочка ответа, видимое отсутствие реакции.

2. **"Психологическое самбо".** Ответ вопросом на вопрос; невнятный запутывающий ответ, холодная вежливость, бесконечное уточнение ("что вы имеете в виду?").

3. **Цивилизованная конфронтация.** Открытое противопоставление и противостояние партнеру, выдержанное в рамках вежливости и делового этикета. Это может быть логическое противостояние, полемика, жесткое противодействие, "мягкий", но обоснованный отказ и т.п.

4. **Встречное манипулирование.** Использование против партнера идентичной технологии общения.

СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!