

## Тема 5.

Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.

Лёвина С. А.

к.с.н., доцент

СЗИУ РАНХиГС

Игры, в которые играют люди.  
Люди, которые играют в игры.

# Жизненный сценарий.

- В раннем детстве (до 6, а то и до 3 лет) у ребенка под воздействием родителей или значимых взрослых формируется план своей жизни – это и есть сценарий. В дальнейшем принятие решений во взрослой жизни будет соответствовать этому сценарию.
- В рекламе очень часто используются эти сценарии. Продукт встраивается в уже готовый сценарий, где определенное решение является очевидным и понятным.

# 4 основные позиции, которые разыгрываются в играх и сценариях

Я+, ТЫ+

Я+, ТЫ -

Я-, ТЫ+

Я-, ТЫ-

ВЛУ  
ВАНД  
опиди  
иврава  
вагва  
иифи  
ды  
борб  
чльи  
промо  
ип  
лвини  
изои  
сам  
валрх  
вин  
онн  
ниж  
а  
сам  
поиск  
а  
ипи  
инч  
и  
неда  
ожен  
ип  
тин  
лоу  
т  
сти  
жн  
бзна  
вип  
лози  
т  
охоис  
охоис

# Шесть типов осуществления сценария

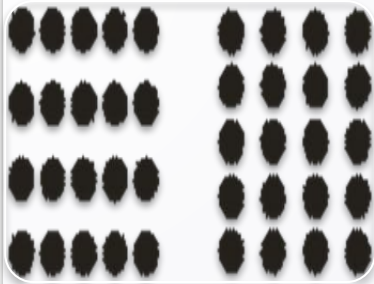
- 1. «Пока не». Для того, чтобы получить выигрыш, нужно выполнить условие или преодолеть трудности.
- 2. «После». Если случилось что-то хорошее или желаемое, то за это придется чем-то заплатить.
- 3. «Никогда». Я никогда не получу то, чего хочу, а значит ничего не буду для этого делать.
- 4. «Всегда». Я всегда проигрываю, терплю неудачу, недоволен тем, что имею.
- 5. «Почти». Человек не доводит начатое до конца, останавливается в двух шагах от цели.
- 6. «С открытым концом». Человек не знает, что делать после того, как он достигнет цели.

# Э.Берн опирался на концепцию бихевиоризма

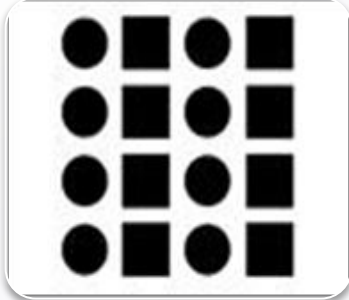


Подобранный стимул вызывает определенную реакцию. Подкрепляя нужную реакцию, можно формировать требуемое поведение и управлять им. СМИ часто одобряет или осуждает конкретную реакцию, предоставляет преимущественно факты в пользу одной точки зрения, тем самым оказывая влияние на общественное мнение.

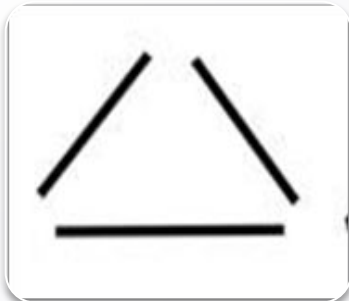
принципы организации восприятия (структурирование образов) при получении информации



**1. Принцип близости.** Объединение в единую форму элементов, расположенных близко друг к другу во времени или пространстве

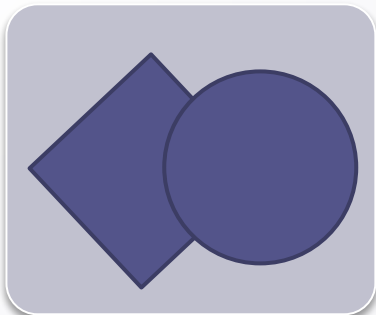


**2. Принцип сходства.** Объединение в единую форму элементов, имеющих сходные черты.

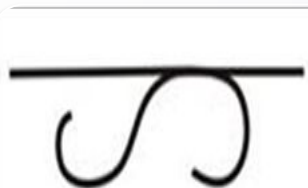


**3. Принцип заполнения пробелов, или принцип замкнутости** говорит о том, что мы стремимся завершить незаконченные фигуры – мы заполняем существующие пробелы.





**4. Принцип Симметрии.** Достаиваем, завершаем скрытую часть по принципу симметрии.

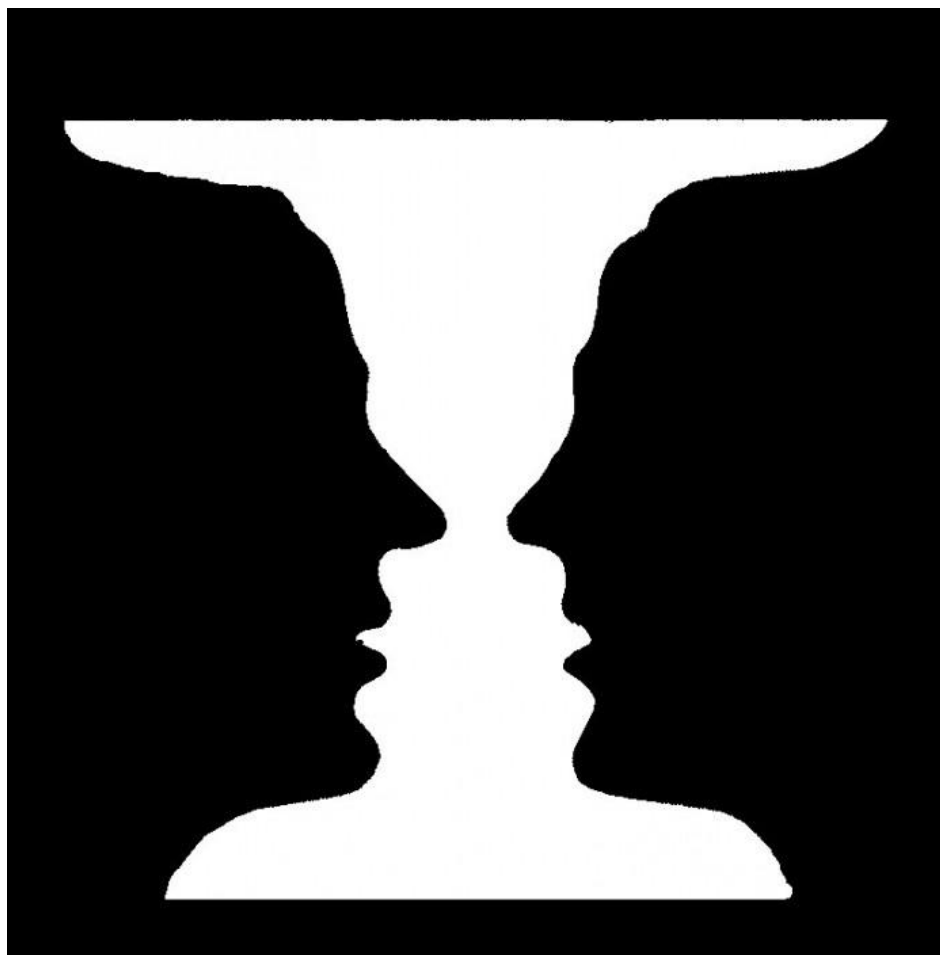


**5. Принцип общей судьбы.** Это расчленение воспринимаемых объектов на простые составляющие с каким то общим признаком.



**7. Принцип непрерывности.** Объединение в единую форму элементов, имеющих одно направление.

Принцип фигуры и фона. Любой образ или предмет имеет тенденцию восприниматься как фигура, выделяющаяся на определенном фоне.



Как теория применяется на  
практике?

Попробуйте вспомнить или найти  
примеры использования  
приведенных в презентации  
закономерностей в рекламе