Министерство образования Российской Федерации

Российский государственный профессионально-педагогический университет

Кафедра педагогической психологии

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Социальная психология»

на тему:

«Средства, виды и закономерности психологического влияния: манипулирование»

Выполнил: студент ИПс Золотовскова А.А.

Группа: ПП-308

Руководитель: Шахматова О.В.

Екатеринбург 2007

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

1.1 Сущность, структура и цели влияния

1.2 Виды влияния

1.3 Способы противодействия влиянию

1.4 Манипуляция как вид психологического воздействия

ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ, МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ПСИХОДИАГНОСТИЧЕСКОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ

2.1 Организация психодиагностического обследования

2.2 Результаты первичной обработки данных

2.3 Психодиагностическое заключение об уровне выраженности личностного макиавеллизма у подростков

ГЛАВА 3. ПРОГРАММА ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

3.1 Сущность психологического тренинга

3.2 Цели и задачи тренингов

3.3 Пространственная и временная организация тренинга

3.4 Манипуляции и защиты от них

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

**ВВЕДЕНИЕ**

Сегодня, в условиях непрекращающегося научно–технического прогресса, люди остро чувствуют переизбыток информации, стараются его не замечать, но это невозможно. Как говорится, кто владеет информацией – тот владеет миром. Однако считать властелином мира человека, находящегося под давлением буквально лавины информации, у которого, возможно, уже информационный стресс,- нереально, да и просто смешно. Люди пытаются отсеять лишнюю «шелуху», найти «зерно истины» - то, что действительно для них важно. К сожалению, этому препятствует социально – психологическое воздействие, которое навязывает нам определенные стереотипы поведения, способы действий, мнение – манипулирует нами. Конечно, от влияния никуда не уйти – мы все в определенной степени воздействуем друг на друга, поэтому актуальность проблемы влияния несомненна. Но мы можем научиться противостоять влиянию, отстаивать свои позиции, мыслить критически. Было бы желание.

Социально-психологическое противоречие заключается в том что, с одной стороны, личность человека формируется в социуме и, следовательно, пассивно поддается воздействию на нее, изменяет свое поведение согласно принятым в данном обществе нормам, ценностным ориентациям, установкам, мнениям и т.д., а с другой стороны – индивид сам, активно взаимодействуя с членами общества, воздействует на них.

Проблема состоит в том, что человек, чаще всего, не умеет применять различные виды воздействия адекватно ситуации и противостоять влиянию.

Для меня тема социально-психологического влияния представляет научный интерес, я хотела бы обобщить накопленные сведения и научиться определенным техникам влияния и противодействия влиянию.

Цели моей курсовой работы – обобщить имеющиеся по теме сведения, выявить склонности к манипулированию у подростков и разработать программу формирования навыков влияния и противостояния влиянию, для чего необходимо выполнить следующие задачи:

* Проанализировать различные источники по проблеме;
* Обобщить материалы по данной теме;
* Освоить методику «Мак-шкала IV»;
* Продиагностировать уровень выраженности способности к манипулированию – «макиавеллизма» - у учащихся 10-х классов;
* Разработать тренинг на формирование навыков умения влиять и противодействовать влиянию на основе результатов диагностики.

Объект исследования – личностный макиавеллизм. Предмет исследования – уровень выраженности личностного макиавеллизма как склонности к манипулированию окружающими.

По психологии влияния написано немало книг, среди которых труды Р. Чалдини, Ф. Зимбардо, Г. Алдера; в отечественной психологии проблемой влияния занимались Сидоренко Е.В., Крысько В.Г., Грачев Г.В. и др., поэтому теоретико-методологической основой моей работы являются теории Чалдини, Зимбардо, Сидоренко.

В качестве респондентов исследования я выбрала 50 подростков в возрасте 14- 16 лет, учащихся в 10-х классах МОУ «СОШ № 18» г. Полевского.

Личностный макиавеллизм как склонность к манипулированию в онтогенезе наиболее ярко выражается у подростков, т.к. именно подростковый возраст является сензитивным периодом при формировании умений и навыков влияния, в частности, манипулирования.

Метод исследования – опросник. Методика, использованная при обследовании – так называемая шкала Мак-IV, точнее её российская адаптированная и апробированная в 1999г. Знаковым В.В. на выборке из 710 респондентах версия. Опросник состоит из 20-ти суждений, среди которых есть прямые и обратные; предлагается отметить в бланке ответов степень согласия с каждым утверждением по семибалльной шкале. При обработке результатов необходимо учитывать возрастные особенности, т.к. подростковый возраст является сензитивным в формировании умения влиять на других и противостоять влиянию.

Влияние – осуществление своих функций субъектом воздействия, его деятельность, приводящая к изменению каких-либо особенностей индивидуальности объекта, его сознания и поведения [стр.229, 11].

Феномен влияния активно исследуется как зарубежными, так и отечественными психологами и социологами, потому что эта тема затрагивает интересы каждого человека и всего общества в целом.

Одним из наиболее эффективных видов воздействия я считаю манипуляцию, которую подробно рассматриваю в первой главе, диагностирую уровень выраженности склонности к манипулированию во второй главе и разрабатываю программу формирования навыков манипулирования в третьей главе.

**Глава 1. Социально-психологическое влияние: теоретический аспект**

**1.1 Сущность, структура и цели влияния**

Люди с момента своего рождения оказываются погруженными в социальную среду, которая воздействует на них в той же мере, что и среда физическая. Более того, подобно тому, как это делает физическая среда, общество не просто влияет на людей и их группы, но и принуждает их к принятию определенного образа жизни, конкретных социальных представлений и ценностей, повседневных норм и правил, возлагает на них бесчисленное количество обязанностей.

Социальное влияние – это воздействие общества и других людей, а также изменения, которые происходят в сознании одних людей под воздействием других.

Общество в целом, его различные представители, радио, телевидение, реклама и т.п. всегда стремятся оказать влияние на окружающих людей. Но и сами люди не просто выступают объектами социального влияния, а и также пытаются влиять на других. Социальное влияние является важной частью социального взаимодействия.

Существует много техник социального влияния, но все они укладываются в рамки определенного числа процессов воздействия на людей и зависят от того, как они мыслят, что они чувствуют и переживают, как принимают свои решения. Социальное влияние существует, таким образом, в трех средах взаимодействия: межличностной, специально создаваемой (например, в аудитории) и в среде СМИ, когда транслируемые сюжеты оказывают влияние на миллионы людей по всему земному шару.

Воздействие на людей и общество в целом обладает такими возможными особенностями, как доступность, наглядность, многообразие видов, способность воздействовать на разнообразные массовые аудитории.

Воздействие изобразительными средствами – влияние на различные слои и группы населения с помощью наглядных средств, несущих сильный эмоциональный заряд. Для этого используют художественно оформленные плакаты, транспаранты, фотостенды, стенные газеты и карикатуры, карты, схемы, специально организованные выставки, а также другие средства, например, наклейки, нашивки, сувениры с соответствующей символикой. Это воздействие обладает характеристиками: многократно влияет на зрительные рецепторы, на сознание и подсознание.

В процессе социального влияния и психологического воздействия нередко используются дезинформирование (обман, введение в заблуждение), слухи и мифы.

Социальное влияние, психологическое воздействие их различные методы и способы давно стали важными средствами, которые широко используются государством в воспитании и обучении людей, пропаганде, рекламе, деятельности специалистов по связям с общественностью, во всех видах своей активности в интересах поддержания стабильности в обществе.

Психологическое воздействие осуществляется людьми с различными целями: для совершенствования условий существования, в интересах создания благоприятных предпосылок для взаимодействия и совместной деятельности, в политических и педагогических целях, часто из эгоистических других соображений.

Психологическое воздействие (по Крысько В.Г.) – это определенная активность одних людей, осуществляемая в различных формах и различными средствами (в том числе психологическими), направленная на других людей и их группы с целью изменения их психики и сознания, т.е. их взглядов, мнений, убеждений, представлений, мотивов, установок и стереотипов поведения, чувств, настроений и состояний [стр. 127, 11].

Психологическое влияние – 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 – сопротивление воздействию другого человека с помощью психологических средств [стр. 52, 6].

Цели влияния:

1. Удовлетворение своих потребностей с помощью других людей или через них; психологическое влияние используется для того, чтобы добиться удовлетворения тех или иных потребностей, а не собственно потребности влиять.

2. Для подтверждения факта своего существования и значимости этого факта; психологическое влияние служит знаком, индикатором, доказательством факта существования и значимости этого существования.

3. Для преодоления пространственно-временных ограничений собственного существования; психологическое влияние само является потребностью и выступает как одна из форм главного стремления всего живого – преодоления пространственно-временных ограничений своего существования.

В сущности, первая цель включает в себя и две остальные, если считать потребностями стремление утвердить факт своего существования и стремление к преодолению пространственно-временных ограничений.

«Современное общество требует от социальной психологии как науки не столько решения диагностических задач, сколько вмешательство в общественную жизнь с целью оптимизации и коррекции развития межличностных и межгрупповых отношений.» [стр.291, 17]

Социальное влияние на людей или их группы осуществляется с целью изменения идеологических и психологических структур их сознания и подсознания, трансформации убеждений, стереотипов, установок и эмоциональных состояний, стимулирования определенных типов их поведения.

Социальное влияние может изменять поведение людей, не приводя к трансформации их убеждений, установок или чувств. То есть поведение людей может подвергаться влиянию ситуативных стимулов. В этом случае их позитивное поведение дает положительный результат, или же негативное поведение приводит к отрицательным последствиям.

Социальные условия жизни заставляют людей познавать незнакомые ситуации и случайные стечения обстоятельств через последствия своих собственных действий или через наблюдения за действиями других. Они получают вербальные сообщения или предостережения от общества, групп относительно необходимости соблюдения определенных правил поведения, которые тем самым в одном случае одобряют их действия и поступки, а в других – могут наказать за несоблюдение общепринятых правил поведения.

Отклонение от «нормы» обычно ведет к отверженности в группе или обществе, поэтому следование мнению большинства позволяет завоевывать или охранять признание этим большинством. Это явление носит название нормативного влияния. Но очень часто люди стремятся не противоречить большинству, если знают, что оно более компетентно в вопросах о правилах поведения в конкретных ситуациях. В результате они соглашаются с другими. Это – информационное влияние.

Как правило, в результате нормативного или информационного влияния в обществе или его отдельных группах люди подчиняются их требованиям. Нормам подчиняются потому, что в их основе лежат правила, с помощью которых регулируются взаимоотношения в обществе. Например, «правило взаимного обмена» гласит: мы должны платить за услугу и помогать тем, кто помог нам. Согласно этому мы должны быть последовательными в наших словах и поступках.

Авторитетным людям подчиняются потому, что им приписываются большая осведомленность и право отдавать распоряжения в незнакомых ситуациях. Властям подчиняются потому. Что обычно проявляется укоренившаяся у людей в процессе социализации привычка в «необходимости им подчиняться»

Социальное влияние может быть неосознанным, когда люди не отдают себе отчет в том, что на них воздействуют. Эффективной формой неосознаваемого влияния является так называемое «сублиминальное влияние», представляющее собой изменение аффективных и познавательных реакций, вызванное стимулами, слишком слабыми для того, чтобы их можно было уловить сознательно.

Наиболее фантастические заявления о влиянии подпороговых стимулов не подтверждены научными исследованиями. Но лабораторное изучение показывает, что визуальные стимулы, которые чередуются слишком быстро, чтобы их увидеть, все равно оказывают влияние.

Условно выделяют три этапа социального влияния: операциональный (когда действует субъект влияния), процессуальный (когда имеет место принятие или непринятие влияния его объектом), заключительный (когда формируется поведение людей как следствие перестройки их психики в результате влияния).

Социальное влияние сказывается на функционировании конкретных сфер психики отдельного человека, групп людей и общественного сознания в целом: потребностно-мотивационной, интеллектуально-познавательной, эмоционально-волевой, коммуникативно-поведенческой.

**1.2 Виды влияния**

Согласно Сидоренко Е.В. [стр. 24, 20], психологические средства влияния могут быть вербальными, невербальными и паралингвистическими. Вербальные средства – слова, прежде всего их смысл, а также характер используемых слов, подбор выражений, правильность речи или разные виды ее неправильности. Невербальные средства – взаимное расположение собеседников в пространстве, позы, жесты, мимика, контакт глаз, запахи, прикосновения, оформление внешности. Паралингвистические (околовербальные) средства влияния – особенности произнесения речи.

Психологическое влияние бывает варварским и цивилизованным.

Варварское влияние – влияние, не соответствующее правилам этикета и этическим нормам, принятым самим субъектом.

Цивилизованное влияние – влияние одновременно и правильно выполняемое, и благородное, достойное человека. Оно требует определенного уровня психологической культуры, при которой человек становится облагороженным цивилизацией, а не варваром.

Цивилизованное психологические влияние - это влияние прежде всего словом, причем влияние открытое и открыто адресованное к интеллектуальным возможностям человека. Оно способствует развитию и сохранению дела, деловых отношений, личностной целостности участников. Цивилизованное психологическое влияние свободно от силовых и обманных приемов. Оно лишено эмоциональных всплесков, волнений и страха, но параллельно с этим - и счастья непредсказуемого, трепещущего эмоциями человеческого общения. В любом случае полезно обладать возможностями цивилизованного взаимодействия и применять их там, где это оправданно.

Виды цивилизованного влияния (по Сидоренко Е.В.): аргументация, самопродвижение, манипуляция, внушение, заражение, побуждение импульса к подражанию, формирование благосклонности, просьба, игнорирование, принуждение, нападение, деструктивная критика.

Аргументация – высказывание и обсуждение доводов в пользу определенного решения или позиции с целью формирования или изменения отношения собеседника к данному решению. Для того, чтобы аргументация была по-настоящему конструктивной, она должна отвечать некоторым условиям.

Во-первых, цель аргументации должна быть отчетливо осознана самим инициатором влияния и открыто сформулирована адресату, например: «Мне хотелось бы доказать вам преимущества метода усиления полномочий подчиненных» или «Позволь мне доказать тебе, что этого человека нецелесообразно принимать к нам на работу».

В тех случаях, когда мы начинаем аргументацию, не осознав своей собственной цели и/или не сообщив ее адресату, он может воспринять наше воздействие как манипулятивное.

Во-вторых, прежде чем предпринимать попытку аргументации, необходимо заручиться согласием адресата нас выслушать. Например, если на наш вопрос: «Согласен ли ты выслушать мои аргументы?» он отвечает: «Давай через час, ладно? А то у меня сейчас голова другим занята», - то дальнейшее продолжение аргументации непосредственно в этот момент будет воспринято им как принуждение.

В то же время ответ «потом», если он повторяется систематически, может свидетельствовать о попытках игнорирования. В этом случае необходимо сначала противостоять игнорированию, а затем, в случае успеха, перейти к аргументации. Проблема состоит в том, что аргументация является конструктивным, но энергетически не всегда достаточно мощным способом влияния. Она требует «эмоционального штиля» и душевной ясности. Для этого зачастую необходима большая предварительная работа. Важный момент переключения здесь - концентрация не столько на логике построения собственного доказательства, сколько на психологии взаимодействия с адресатом. Невозможно быть убедительным вообще, объективно. Можно быть убедительным для кого-то конкретно. Убедительность - это то, что возникает в процессе взаимодействия.

1.1. Общие правила

I. Вежливость и корректность. При любых ответах партнера аргументатор должен сохранять вежливость. Высказывания, принижающие личность партнера по общению, недопустимы. Даже если инициатору забавно то, до какой степени непонятлив его партнер, ему следует воздержаться от иронии и сарказмов. Высказывания вроде: «А я думал, ты хорошо учился в школе» или «Тебе придется, наверное, долго думать над этим, быстро не получается» - это, в сущности, манипулятивные высказывания, «щипки», которые нарушают эмоциональный штиль обсуждения проблемы.

II. Простота. Все высказывания должны быть простыми, понятными, не содержать в себе вычурных выражений и редко используемых или специальных терминов. Например, вряд ли удачна формулировка: «Давайте подойдем к проблеме онтологически, оставим пока в стороне ее этиологический аспект» или «Просодические характеристики речи вступают в конфликт с такими проявлениями, как кинесика и такесика». Вместо них лучше использовать другие, соответственно: «Давайте решать проблему по существу, сейчас не так важно, как она возникла» и «Интонации этого человека ласковые, а жесты - резкие и размашистые, он то и дело задевает партнера руками».

III. Общий язык. В аргументации важно использовать не тот язык, который кажется простым, а тот, который понятен обеим сторонам. В некоторых случаях допускается говорить на языке партнера, даже если он несколько «снижен» по сравнению с обычным языком аргументирующего. Это не означает, что нужно «опускаться» до оборотов речи хотя и понятных и выразительных, но противоречащих общепринятым нормам языка. Грань здесь бывает порой неуловима.

IV. Краткость. Для того, чтобы удержать внимание слушающего, речь должна быть по возможности краткой. Заставлять себя слушать - почти всегда означает совершать насилие над другим человеком. Такое насилие тем мучительнее, чем длиннее речь. Краткость - одно из выражений вежливости и уважения к собеседнику.

V. 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 относится:

1. рисунки, графики;
2. предметы, образцы продукции и др.;
3. образные сравнения.

Все эти средства должны быть понятными, доступными для разглядывания, воображения, а если возможно - и для ощупывания. Также могут использоваться интерактивные средства, в которых человек сам совершает конкретные действия, приводящие к определенным последствиям. Таким образом человек получает возможность на собственном опыте убедиться в действенности аргументов.

VI. Избежание чрезмерной убедительности. Зачастую аргументирующий не может преодолеть искушения прямо указать адресату на ошибку в его рассуждениях: «Ну, видишь теперь, где ты ошибся?» Чрезмерная убедительность бросает вызов чувству собственной значимости и поэтому вызывает защитную реакцию в форме сопротивления.

Другой вариант излишней убедительности - чрезмерное количество аргументов. Излишняя доказательность подозрительна. «Я не буду сейчас переделывать инструкции, поскольку я не хочу ограничивать сотрудников чрезмерной регламентированностью. Кроме того, у меня нет на это времени».

1.2. Техники аргументации

I. Метод положительных ответов Сократа. Последовательное доказательство предлагаемого инициатором решения проблемы или задачи.

Каждый шаг доказательства начинается со слов: «Согласны ли вы с тем, что...» 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.

Примечание. 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?»

II. 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».

Примечание. Рекомендуется применять лишь по отношению к высокоинтеллектуальным партнерам.

2. Контраргументация

Фактически контраргументация - это более частое явление, чем аргументация, особенно если обсуждение темы занимает не 15 минут, а несколько часов, дней или даже месяцев.

2.1. Техники контраргументации

I. 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. Рекомендуется тщательно придерживаться логики чужого решения, вместо того, чтобы предлагать свою.

1. Вариант А. Выслушивание доказательства партнера.
2. Вариант Б: Воспроизведение вслух того доказательства, которое предложил партнер.
3. Вариант В: Прослеживание логики доказательства партнера с использованием наглядных средств.

Не рекомендуется быть «убийственно» убедительным и подчеркивать, что партнер допустил ошибку или противоречие.

II. 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.

III. 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 начало 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 ваши встречные аргументы и доказательства.

3. Самопродвижение

Самопродвижение - это 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. 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. Самопродвижение отличается от всех остальных стратегий самопрезентации, поскольку может быть безукоризненно цивилизованным, в то время как все остальные являются спорными.

3.1. Общие правила самопродвижения

Правило 1. Почти каждое наше действие имеет самопрезентирующее значение.

Правило 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 реальными делами или неоспоримыми фактами, свидетельствами этих реальных дел.

3.2. 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.

Стратегия самопродвижения является тем более трудной, чем в большей степени человек обоснованно мог бы ее использовать.

Парадокс самопродвижения. 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 специально развивали и усиливали. Помимо энергетики, самопродвижение требует умения проявить свою компетентность и, следовательно, знать и помнить, в чем эта компетентность заключается. Между тем, "умный человек не замечает своего ума, как человек, привыкший хорошо одеваться, не замечает своего костюма" (Бернард Шоу).

В сущности, самопродвижение - это тоже аргументация. Это демонстрация фактов, которые воспринимаются как аргументы.

Убеждение*.* Сознательное аргументированное воздействие на другого человека или группу людей, имеющее своей целью формирование или изменение суждения, отношений, намерения или решения.

Самопродвижение. Объявление своих целей и предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации для того, чтобы быть оцененным по достоинству и благодаря этому получить преимущества в ситуации выбора другими, назначении на должность и др.

Внушение. Сознательное неаргументированное воздействие на человека или группу людей, имеющее своей целью изменение их состояния, отношения к чему-либо и 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 это состояние может как непроизвольно, так и произвольно; усваиваться - также непроизвольно или произвольно.

Пробуждение импульса к подражанию. Способность вызывать стремление 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 произвольным или 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.

Принуждение. Угроза применения инициатором своих контролирующих возможностей для того, чтобы добиться от адресата требуемого поведения. Контролирующие возможности- это полномочия в лишении адресата каких-либо благ или в изменении условий его жизни и работы. В наиболее грубых формах принуждения могут использоваться угрозы физической расправы, ограничения свободы. Субъективно принуждение переживается как давление: инициатором - как собственное давление, адресатом - как давление со стороны инициатора или «обстоятельств».

Нападение. Внезапная атака на чужую психику, осознанная или импульсивная и являющаяся формой разрядки эмоционального напряжения. Высказывание пренебрежительных или оскорбительных суждений о личности человека и/или грубое агрессивное осуждение, поношение или осмеяние его дел и поступков. Основные формы нападения - деструктивная критика, деструктивные констатации, деструктивные советы.

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

Деструктивная критика:

1. Пренебрежительные или оскорбительные суждения о личности человека.
2. Грубое, агрессивное осуждение, поношение или осмеяние его дел и поступков, значимых для него людей, социальных общностей, идей, ценностей, произведений, материальных/культурных объектов и пр.
3. Риторические вопросы, направленные на обнаружение и «выправление» недостатков.

Разрушительность такой критики в том, что она не позволяет человеку «сохранить лицо», отвлекает его силы на борьбу с возникшими отрицательными эмоциями, отнимает у него веру в себя.

Отличия деструктивной критики от внушения заключается в том, что при внушении осознаваемая цель - «улучшение» поведения другого (неосознаваемая - освобождение от досады и гнева, проявление силы или месть). Но при этом не закрепляются (!) модели поведения, которые описываются в формулах внушения: «Ты легкомысленный человек! Тебе пора серьезнее относиться к жизни!»

Деструктивная критика закрепляет отрицательную модель поведения.

Деструктивные констатации являются одной из разновидностей деструктивной критики:

1. Упоминания и напоминания об объективных фактах биографии, которые человек не в состоянии изменить и на которые он чаще всего не мог повлиять (национальная, социальная, 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: рост, черты лица, близорукость, нарушение зрения, слуха, речи и пр.
2. «Дружеские», «безобидные» ссылки и намеки на ошибки, промахи и нарушения, допущенные другим в прошлом; шутливое упоминание «старых грехов» или личных тайн другого.

Эффект таких констатации - у адресата воздействия вызывается состояние растерянности, беспомощности, смятения и пр.

Деструктивные советы:

1. Непрошеные рекомендации и предложения по изменению позиции, способа поведения и пр.
2. Безапелляционные указания, повеления и инструкции, не подразумевающиеся социальными или рабочими отношениями с партнером.

По мнению Крысько В.Г., психологическое воздействие подразделяется на следующие виды: психогенное, информационно-психологическое, психоаналитическое, нейролингвистическое, психотронное и психотропное.

Психогенное воздействие – это следствие, вызванное:

* Шоковым влиянием условий социальной жизни и деятельности или каких-то трагических событий на сознание людей или их групп, в результате чего они оказываются неспособными рационально мыслить и действовать, теряют нормальную ориентацию в пространстве и социальном окружении, испытывают состояния аффекта, депрессии или страха. Впадают в панику, в ступор и т.д.
* Физическим воздействием на мозг человека, в результате которого наблюдается нарушение его нормальной нервно-психической деятельности.

Частным, но весьма показательным случаем психогенного воздействия выступает влияние цвета на психофизиологические и эмоциональные состояния труда.

Информационно-психологическое воздействие (или идеологическое) – влияние с помощью слов, информации в целом. Основная цель – формирование определенных идеологических или социальных идей, взглядов, убеждений.

Психоаналитическое воздействие – влияние на подсознание человека терапевтическими средствами, особенно в состоянии гипноза или глубокого сна. Существуют также методы, исключающие сознательное сопротивление как отдельного индивида, так и групп людей в бодрствующем состоянии.

Нейролингвистическое воздействие (НЛП) – вид психологического воздействия, изменяющий мотивацию людей посредством искусственного внесения в их сознание специальных лингвистических программ, инициирующих их определенное мышление, восприятие и поведение.

Психотронное воздействие (парапсихологическое, экстрасенсорное) – влияние других людей, осуществляемое путем передачи информации через внечувственное (неосознаваемое) восприятие. Например, эффект, вызываемый цветовыми пятнами, встроенными в компьютерный вирус, обозначенный V – 666. Вирус способен негативно воздействовать на психофизиологическое состояние оператора ПК (вплоть до смертельного исхода). Принцип его действия основан на «феномене 25-го кадра», содержание которого закладывается при восприятии на подсознательный уровень психики.

Психотропное воздействие – влияние на психику людей с помощью медицинских препаратов, химических или биологических веществ, в том числе пахучих веществ.

Основные методы психологического воздействия – убеждение, внушение и манипулирование

Использование радио и телевидения в интересах социального влияния представляет чрезвычайно широкие возможности для воздействия на большие, массовые аудитории. Никакое другое средство массово информации не может сравниться с ними по широте охвате аудитории.

Телевидение – одно из наиболее эффективных средств социального влияния и психологического воздействия. Уже сейчас большинство семей в развитых странах Запада и Востока владеют более чем одним телевизором. Его роль непрерывно растет по мере расширения сети спутникового TV, появления цифрового TV и соединения телевидения с компьютерными сетями Интернета.

Манипуляция - это в первую очередь скрытые способы управления другими. Однако очень часто манипуляцией объявляют любое психологическое воздействие. В том, что это не так, можно убедиться, рассмотрев перечень различных видов психологического влияния.

В зависимости от различных оснований выделяют следующие типы психологического воздействия:

1.В зависимости от стратегии воздействия: субъект-субъектное (адресат как партнер) и субъект-объектное (адресат как объект воздействия).

2.По планомерности: произвольное и непроизвольное.

3.По направленности: прямое (ориентировано на конкретного человека) и косвенное (касается ситуации).

4.По виду контакта: непосредственное (личный контакт адресата и инициатора) и опосредованное (ориентация адресата в ситуации по косвенным признакам, по слухам) [стр. 69, 5].

Виды психологического взаимодействия по Грачеву, Мельнику:

1. Убеждение – сознательное аргументированное воздействие на другого человека или на группу людей с целью изменения их суждений или решений.

Средствами убеждения могут быть: предъявление адресату ясных и четких аргументов; принятие сильных и слабых сторон принятого решения; получение согласия на каждом шаге доказательства.

2. Внушение – сознательное неаргументированное воздействие на человека с целью изменения его состояния, отношения к чему-либо. Средства влияния: личный магнетизм, авторитет; уверенность вербального и невербального поведения; использование условий обстановки.

В. Бойко выделил приемы внушения: через мотивационную сферу сознания, через идентификацию, с помощью ссылки на авторитет, через персонификацию и через предубеждения.

3. Заражение – произвольная и непроизвольная передача своего состояния или отношения другому человеку. Средства влияния: высокая энергетика собственного поведения; артистизм; использование интриги при вовлечении партнера в выполнение действий; взгляд «глаза в глаза»; прикосновение и телесный контакт.

4. Побуждение импульса к подражанию – способность вызывать желание быть подобным себе. Средства влияния: публичная известность воздействующего; демонстрация высоких образцов мастерства; явление примера доблести, милосердия, служения идее; новаторство; личный магнетизм; призыв к подражанию.

5. Формирование благосклонности – создание у адресата положительного отношения к себе. Средства влияния: проявление воздействующим собственной незаурядности и привлекательности; высказывание благоприятных суждений об адресате, подражание ему, оказание ему услуги.

6. Просьба – обращение к адресату с призывом удовлетворить желания воздействующего. Средства влияния: ясные и вежливые формулировки; признание права адресата отказать в просьбе.

7. Принуждение – требование выполнять распоряжение инициатора, подкрепленное угрозами, скрытыми или явными. Средства: объявление жестко определенных сроков или способов выполнения работы; наложение не подлежащих обсуждению запретов; запугивание последствиями; угроза наказания.

8. Деструктивная критика – высказывание оскорбительных суждений о личности человека, грубое осмеяние его поступков. Средства влияния: принижение личности; высмеивание того, что критикуемый не в состоянии изменить – внешности, социального и национального происхождения, голоса и др.; высказывание справедливых критических замечаний адресату, который находится в состоянии подавленности неудачей.

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

10. Манипуляция – скрытое от адресата побуждение его к переживанию определенных состояний, изменению отношения к чему-либо, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения целей инициатора. При этом для манипулятора важно, чтобы адресат считал эти мысли, чувства, решения и действия своими собственными, а не навязанными извне и признавал себя ответственным за них. [стр.75, 4]

Роберт Чалдини [стр.63, 23] выявил правила, которые являются основой взаимодействия людей в обществе:

1. Взаимный обмен

Согласно мнению социологов и антропологов, одна из основных, наиболее широко распространенных норм человеческой культуры воплощается в правиле взаимного обмена. В соответствии с этим правилом человек старается определенным образом платить за то, что ему предоставил другой человек. Возлагая на «получателя» обязательство совершить ответный акт в будущем, правило взаимного обмена позволяет одному индивиду давать что-либо другому с уверенностью, что это не будет полностью утрачено. Эта уверенность делает возможным развитие различных видов длительных взаимоотношений, взаимодействий и обменов, которые являются благотворными для общества. Следовательно, все члены общества с детства «натренированы» следовать этому правилу. Те же, кто игнорирует данное правило, ощущают явное неодобрение со стороны общества.

2. Обязательства и последовательность

Взяв на себя обязательство, т.е. заняв определенную позицию, люди склонны соглашаться с требованиями, которые соответствуют данному обязательству. Поэтому многие «профессионалы уступчивости» стараются побудить людей изначально занять позицию, соответствующую тому поведению, которого они впоследствии будут придерживаться.

Однако не все обязательства одинаково эффективно порождают последующие действия в будущем. Наиболее эффективны активные, публичные обязательства.

Кроме того, обязательства должны быть внутренне мотивированными, не навязанными извне, и на их выполнение должны затрачиваться определенные усилия.

3. Социальное доказательство

Люди, чтобы решить, чему верить и как действовать в данной ситуации, ориентируются на то, чему верят и что делают в аналогичной ситуации другие люди.

Склонность к подражанию обнаружена и у детей, и у взрослых. Эта склонность проявляется при совершении самых разных действий, таких как принятие решения что-либо купить, пожертвование денег на благотворительные нужды и освобождение от фобий. Принцип социального доказательства может быть применен с целью побудить человека подчиниться тому или иному требованию.

При этом человеку сообщают, что многие люди (чем больше, тем лучше) согласились с этим требованием.

4. Благорасположение

Люди предпочитают соглашаться с теми индивидами, которые им знакомы и симпатичны. Нам нравятся люди, похожие на нас, и мы более охотно соглашаемся с требованиями именно таких людей, часто неосознанно.

5. Авторитет

Общество в целом оказывает сильное давление на своих отдельных членов с целью побуждения их к соглашению с требованием авторитета. Тенденция обусловлена многовековой практикой внушения, что повиновение – это правильно. Людям бывает удобно подчиняться приказам истинных авторитетов, т.к. они обычно имеют большой запас знаний, мудрости и силы.

6. Дефицит

Люди в большей степени ценят то, что менее доступно. Этот принцип часто применяется с целью извлечения выгоды в таких методиках достижения уступчивости, как тактика ограничения количества или тактика установления крайнего срока, с помощью которой люди стараются убедить нас, что доступ к тому, что они предлагают, строго ограничен, будь то какая-то продукция или информация.

Кроник А.А., Кроник Е.А. выделили три приема взаимопонимания: формирование нового языка, уступки партнеру, диалог независимых. «Преобладание того или иного приема определяет соответствующую стратегию взаимодействия» [ стр. 130, 8]

В процессе взаимодействия следует учитывать следующие особенности влияния:

* Если оно направлено на сферу потребностей, то его результаты сказываются прежде всего на направленности и силе их побуждений
* Когда оно нацелено на эмоции, это отражается на внутренних переживаниях, межличностных отношениях;
* Сочетание воздействий на обе названные сферы позволяет влиять на волевую активность людей и таким образом управлять их поведением;
* В результате влияния на интеллект меняется характер восприятия людьми поступающей информации и картина мира в целом;
* Влияние на коммуникативно-поведенческую сферу позволяет создавать социально-психологический комфорт или дискомфорт, заставлять людей сотрудничать либо конфликтовать с окружающими.

В психике людей может возникнуть когнитивный диссонанс – противоречие между интеллектуально-познавательными и остальными компонентами психики. Диссонанс можно снизить, если изменить действия и поступки людей, уменьшить значимость результатов влияния и принятых решений, изменить социальное восприятие людей, принять успокаивающие препараты или алкоголь для снятия дискомфорта, вызванного диссонансом.

Результативность влияния зависит также от специфики проявления механизмов трансформации убеждений, установок и стереотипов.

Убеждения – осмысленные. Устойчивые мотивы деятельности людей, имеющие идеологическую основу и проявляющиеся в поступках и поведении.

Психологическое воздействие всегда имеет парный характер. В нем можно различить субъекта психологического воздействия (того, кто оказывает его) и объекта воздействия (того, на кого оно направлено). Следует учитывать их неразрывную взаимосвязь, а также то, что в процессе воздействия они часто меняются местами. [стр.84, 10] «Психологическая характеристика взаимодействия субъекта и объекта межличностного восприятия заключается в построении образа другого человека. При этом возникают два вопроса: каким образом формируется этот образ и каков этот образ, т.е. каково представление субъекта об объекте». [стр.149, 21]

Кружкова О.В. и Шахматова О.Н. выявили следующие принципы реализации психологического взаимодействия:

* психологическое воздействие в процессе деятельности – предполагает, что в ходе ее реализации влияние на людей может осуществляться менее заметно и более эффективно;
* опора на положительное и отрицательное в личности и группе ориентирует на изучение и учет прежде всего того, что может способствовать или препятствовать психологическому воздействию, те или иные характеристики личности или группы могут как способствовать воздействию, так и затруднять его;
* сочетание высокой интенсивности влияния с учетом специфической характеристики его объекта предполагает непрерывное достижение целей психологического воздействия, временная приостановка которого возможна лишь тогда, когда необходима его корректировка из-за психологических особенностей объектов воздействия;
* индивидуальный и дифференцированный подход предполагает глубокое и всестороннее знание и учет индивидуально-психологических особенностей его субъектов; определение конкретных задач влияния на конкретных людей с учетом их личностных характеристик; постоянный анализ итогов ПВ; своевременное внесение корректив в методику его осуществления с учетом особенностей его объектов;
* единство, согласованность и преемственность – требует наличия единства взглядов всех субъектов ПВ на его задачи; достижение единства во всех элементах и во всем содержании ПВ; использование достижений науки для повышения эффективности ПВ на различные группы или отдельных людей; согласования линии ПВ по отношению к отдельным людям; обобщения опыта достижения согласованности ПВ в различных социальных условиях;
* психологическое воздействие в группе и через коллектив требует определения приоритетов во влиянии на неформальных лидеров и руководителей группы, перспективы развития группы, факторов, объединяющих ее участников, сосредоточения именно на них основного влияния, умелого использования силы группы, мнения в интересах повышения эффективности ПВ, заставляет членов группы подчинять свои личные интересы общим, добиваться единства группы, что облегчает достижение целей ПВ [стр. 85, 9].

Грачев, Мельник [стр.214, 4] выделяют другие принципы реализации социально-психологического взаимодействия.

С точки зрения истории, одной из первых попыток систематизации приемов информационно-психологического воздействия на массовое сознание с помощью пропаганды явилось описание в ряде зарубежных и отечественных источников технологии стереотипизации и большой лжи, а также выделение семи основных принципов информационно-психологического воздействия, так называемой «азбуки пропаганды»:

1. Приписывание или навешивание ярлыков – выбор оскорбительных эпитетов, метафор, «ярлыков» для именования человека, идеи, явления для того, чтобы вызвать эмоционально негативное отношение окружающих.

2. Сияющие обобщения – замена названия явления, идеи более общим родовым именем, которое имеет положительную эмоциональную окраску и вызывает доброжелательное отношение окружающих.

3. Трансфер или перенос – ненавязчивое распространение авторитета и престижа того, что ценится и уважается людьми, на то, что преподносит источник коммуникации.

4. Ссылка на авторитеты – приведение высказываний личностей, обладающих высоким авторитетом, или наоборот, таких, которые вызывают отрицательную реакцию у категории людей, на которых направляется манипулятивное воздействие.

5. Свои ребята – попытка установить доброжелательные отношения с аудиторией на основании того, что коммуникатор, его идеи, предложения хороши, т.к. принадлежат простому народу.

6. Перетасовка – отбор и тенденциозное преподнесение только положительных или только отрицательных фактов при одновременном замалчивании противоположных. Цель – показать привлекательность или непривлекательность какой-либо точки зрения, идеи и т.п.

7. Общий вагон – подбор суждений, требующих единообразия в поведении, и создающих впечатление, будто так делают все.

Манипулятивные приемы, используемые в ходе обсуждений и дискуссий:

* Уровни по организации и процедуре
* Дозирование исходной информационной базы или избыток информации
* Формирование установок путем целенаправленного подбора выступающих
* Управление процессом обсуждения.

**1.3 Способы противодействия влиянию**

«Люди ценят чувство свободы и самостоятельности. Поэтому, когда социальное давление становится настолько сильным, что начинает ущемлять их чувство свободы, они могут восстать» [стр.300, 14]

Ольга Владимировна Кружкова и Ольга Николаевна Шахматова в учебном пособии «Социальная психология в схемах, таблицах и кроссвордах» выявили следующие виды противостояния влиянию [стр.84, 9]:

1.Конфронтация – сознательный аргументированный ответ на попытку убеждения, опровергающий или оспаривающий доводы актора.

2.Конструктивная критика – подкрепленное фактами обсуждение целей, средств или действий актора и обоснование их несоответствия целям, условиям и требованиям адресата.

3.Энергетическая мобилизация – сопротивление адресата попыткам внушить или передать ему определенное состояние, способ действий, отношение.

4.Творчество – создание нового образца, примера, моды.

5.Психологическая самооборона – применение речевых формул и интонационных средств, позволяющих сохранить присутствие духа и выиграть время для обдумывания дальнейших шагов в ситуации принуждения.

6.Игнорирование – действия, свидетельствующие о том, что адресат умышленно не замечает или не принимает во внимание слов, действий и чувств инициатора.

7.Конфронтация – открытое и последовательное противопоставление адресатом своей позиции и требований инициатору.

8.Отказ – выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия.

Роберт Чалдини [стр. 256, 23] выявил особенности противостояния влиянию.

Для того чтобы противостоять влиянию авторитета, необходимо, прежде всего, убрать элемент неожиданности. Поскольку мы обычно недооцениваем влияние авторитета (и его символов) на свои действия, мы оказываемся в невыгодном положении, так как не считаем нужным соблюдать осторожность в ситуациях, когда авторитету может понадобиться уступка с нашей стороны. Следовательно, чтобы защитить себя от давления авторитетов, необходимо в первую очередь осознать их власть. Когда это осознание соединится с пониманием того, насколько легко можно подделать символы авторитета, можно будет применить тактику, суть которой заключается в очень осторожном поведении в ситуациях, когда какой - либо авторитет пытается использовать свое влияние.

Кажется, что это просто, верно? И в определенном смысле это в самом деле просто. Осознание влияния авторитета должно помогать нам сопротивляться ему. Однако здесь есть одно "но" - знакомая противоречивость, характерная для всех орудий влияния. Нам, возможно, вовсе не требуется противостоять влиянию авторитета или, по крайней мере, не требуется в большинстве случаев. Обычно авторитетные фигуры знают, о чем говорят. Врачи, судьи, высокопоставленные должностные лица, члены законодательных органов и им подобные обычно оказываются на верху социальной иерархической пирамиды благодаря более высокому, по сравнению с большей частью других людей, уровню знаний и рассудительности. Поэтому авторитеты, как правило, дают прекрасные советы. Итак, авторитеты часто являются специалистами в какой-либо области; в самом деле, одно из словарных определений авторитета - эксперт. В большинстве случаев нет смысла пытаться заменить суждения эксперта, авторитета нашими собственными, в гораздо меньшей степени обоснованными. В то же время неразумно полагаться на мнение авторитета во всех случаях. Главное для нас - научиться определять, особенно не напрягаясь и не проявляя чрезмерной бдительности, когда целесообразно выполнить требования авторитетов, а когда этого делать не следует.

В сложной ситуации следует задать себе два вопроса. Во-первых, когда мы сталкиваемся с тем, что выглядит как попытка оказания влияния на нас авторитетной фигурой, надо спросить: "Этот авторитет в самом деле является специалистом в данной области?". Такой вопрос фокусирует наше внимание на двух имеющих решающее значение элементах информации: на истинности данного авторитета и на его компетентности в данной конкретной области. Получив, таким образом, доказательства того, что мы имеем дело с авторитетным специалистом, мы можем ловко обойти расставленные ловушки.

Вопрос "Действительно ли данный авторитет является компетентным в данной области?" может принести большую пользу, так как он привлекает наше внимание к очевидному. Мы перестаем сосредоточиваться на не имеющих в действительности значения символах и начинаем размышлять об истинности авторитета и его компетентности. Более того, этот вопрос побуждает нас проводить различие между действительно важными авторитетами и авторитетами бесполезными, ненужными. Об этом различии мы легко забываем, когда давление авторитета сочетается со стремительным натиском проблем современной жизни. Техасские уличные прохожие, срывавшиеся с тротуара на проезжую часть вслед за одетым в деловой костюм недисциплинированным пешеходом, являют собой яркий пример. Даже если этот человек был авторитетом в деловых кругах, что можно предположить по его одежде, он вряд ли был большим авторитетом по части перехода через улицу, чем последовавшие за ним пешеходы.

Предположим, что мы все же столкнулись с авторитетом, который является компетентным специалистом в интересующей нас области. Прежде чем прислушаться к его мнению, следовало бы задать себе еще один простой вопрос: "Насколько правдивым будет, по нашему предположению, данный авторитет в данном конкретном случае?" Авторитеты, даже наилучшим образом информированные, могут намеренно исказить предоставляемые нам сведения. Следовательно, нам необходимо определить, насколько эти люди надежны в данной ситуации. В большинстве случаев мы так и поступаем. Мы позволяем повлиять на себя в гораздо большей степени тем специалистам, которые кажутся нам беспристрастными, чем тем, которые могут, по нашему мнению, что-то выиграть, убедив нас.

Размышляя о том, каким образом авторитет может извлечь выгоду из нашей уступчивости, мы обеспечиваем себе дополнительные возможности противостояния его чрезмерному давлению. Даже хорошо осведомленные в какой - либо области авторитеты не убедят нас до тех пор, пока мы не отыщем доказательства того, что они правдиво представляют факты.

Задавая себе вопрос о надежности авторитета, с которым мы имеем дело, мы должны иметь в виду маленькую уловку, которую часто используют "профессионалы уступчивости", чтобы убедить нас в своей искренности: они, как может показаться на первый взгляд, до определенной степени идут против своих собственных интересов. При помощи такого тонкого приема эти люди стремятся доказать нам свою честность. И надо признать, что это им удается весьма часто. Возможно, они упомянут о небольшом изъяне в предлагаемой ими продукции. Однако отмеченный незначительный недостаток неизменно будет теряться на фоне более важных достоинств рекламируемого товара.

В жизни часто происходят случаи, когда мы не в состоянии взвесить все обстоятельства и выбрать то реальное поведение, которое могло бы избавить нас от неприятных переживаний, например, в случае конфликта. Тогда включаются механизмы внутренней защиты.

Простейшее защитное поведение - бегство. Бегство, уход из ситуации может быть не реальным, а внутренним, осуществляемым только в самосознании. Когда мы заранее уверены в том, что в результате какого-либо дела получим неприятные переживания, мы отказываемся от этого дела. Если социальные контакты приводят в большинстве случаев к неприятностям, то постепенно формируется тенденция уходить в себя (интроверсия), становящаяся чертой личности, т. е. бегство от социальных контактов. Различные уходы в конечном счете приводят к ограничению «Я», что способствует, дисгармонии развития личности.

В некоторых случаях человек полностью уходит в определенную деятельность или занятие, которое становится основным в ущерб другим. Такого рода уход в деятельность называется «компенсацией», а в тех случаях когда этот уход делает просто невозможным другие занятия,-«сверхкомпенсацией». Тогда все умственные и духовные силы человека выражаются только в одной деятельности, приобретающей почти навязчивый, принудительный характер. Иногда такая компенсация является заменой, например, неразделенных чувств, неуверенности в себе и в конечном счете ведет к тому, что человек может обнаружить даже выдающиеся результаты в избранной деятельности. Но поскольку другие стороны его личности не получают развития, то, несмотря на общественную ценность его результатов, этот человек страдает. Сверхкомпенсация же всегда приводит к дисгармоническому развитию.

Уход в каких-то случаях приобретает вид прямого отрицания обстоятельств, нам неприятных. К примеру, мальчик, потерпевший поражение в соревновании, очень быстро перестраивается, начинает вообще отрицать факт поражения и даже рассказывать о своей победе.

Такого рода отрицание вызвано стремлением самосознания защититься от невыносимого страдания.

Стремление уйти из ситуации часто выражается в направленном забывании, которое принято называть «вытеснением». Нормально работающее самосознание всегда способствует забыванию особо неприятных событий. Поэтому мы часто склонны помнить только хорошее. Однако не у всех это так. Особо чувствительные личности, наоборот, помнят только плохое. Это может приводить их к длительному гнетущему настроению, они долго не могут забыть свои мучительные потери и переживания. В этих случаях механизмы психологической защиты срабатывают недостаточно.

Каковы силы и условия вытеснения? Изучение патогенных ситуаций позволило дать на это ответ. При любых подобных переживаниях дело состоит в том, что возникает какое-либо желание, находящееся в резком противоречии с другими желаниями, которое несовместимо с этическими и эстетическими взглядами личности. Возникает непродолжительный конфликт, окончанием же этой внутренней борьбы является то, что представление, которое возникло в сознании как носитель этого несовместимого желания, подвергается вытеснению и вместе с относящимися к нему воспоминаниями устраняется из сознания и забывается. Несовместимость соответствующего представления с «Я» становится мотивом вытеснения; при этом именно этические и другие требования человека являются вытесняющими силами. Принятие же несовместимого желания или, что то же, продолжение конфликта вызывало бы значительное неудовольствие; это неудовольствие и устраняется вытеснением, которое является, таким образом, одним из защитных приспособлений личности.

Социальная мимикрия проявляется в том, что школьник не хочет ничем отличаться от своих товарищей. Стремление «быть как все» удовлетворяет потребность в безопасности. Стыд, чувство неполноценности подростка при отсутствии у него, например, дорогих джинсов выступают в качестве защиты от страха быть отвергнутым своей группой. Узость сознания не позволяет ему выявить подлинную причину стыда, и тем самым подросток становится упрямым и беспощадным к родителям. Социальная мимикрия проявляется и в стремлении быть похожим на людей, от которых мы зависим или которых мы боимся. Такого рода защита была обнаружена, когда установили, что некоторые подростки стараются походить на своих обидчиков. Этот механизм называется «идентификацией с агрессией». Процессу идентификации научаются стихийно, путем переноса наблюдаемой у другого программы поведения на сходные собственные ситуации.

Если в идентификации мы приписываем себе свойства другого человека, то в механизме проекции мы других уподобляем себе. Если человек вдруг обнаружил себя как ленивого, лживого, бездарного и ему невыносимо осознавать себя таким, он решает, что другие тоже лживы и ленивы, и перестает страдать.

Когда ученик получает «двойку», то у него всегда есть причины, с помощью которых он объясняет себе и другим свою неудачу: учитель был пристрастен, попался «плохой» вопрос и т. д. Редко кто скажет, что неудача вызвана хроническим пренебрежением своими обязанностями и полной неподготовленностью. Такого рода удобные объяснения своих результатов – рационализация - тоже защитный механизм. Причем любая психологическая защита дает лишь временное успокоение чувств страха или вины, но не создает новых конструктивных видов поведения, закрепляет имеющиеся недостатки.

Бывает так, что человек с сильным и мучительным чувством своей неполноценности постоянно гордится и старается доказать, что он уважает самого себя, застенчивый старается выглядеть нахальным, трусливый - смелым, беспощадный - добрым. Это стремление завуалировать какой-то свой недостаток или вину через противоположные, контрастные проявления характера или поведения принято называть «формированием реакций». Формирование реакций по контрасту происходит, когда не срабатывают указанные механизмы защиты и если реальная причина неприемлема для самого человека, вступает в противоречие с системой его ценностей

Как было показано в последнее время, психологическая защита является нормальным, постоянно применяемым психологическим механизмом. Этот механизм имеет огромное значение в сопротивлении, оказываемом организмом болезни, и предотвращает - при его правильном функционировании - дезорганизацию психической деятельности и поведения не только в условиях конфликта сознания и бессознательного, но и при становлении достаточно осознаваемых, аффективно окрашенных психологических установок. Так, например, если сформировавшуюся эмоционально насыщенную установку не удается почему-либо реализовать, то нейтрализовать ее неблагоприятное воздействие можно, создав другую, более широкую в смысловом отношении, в рамках которой противоречие между первоначальным стремлением и препятствием устраняется. Входя в систему этой более широкой установки, первоначальное стремление преобразуется как мотив и поэтому обезвреживается,

В ряде исследований было показано, что способность к защитной психической деятельности выражена у разных людей в разной степени.

У одних, хорошо психологически защищенных, переработка патогенных старых и возникновение более адекватных новых психологических установок начинается, как только лица этого психологического типа встречают какое-то, пусть даже незначительное препятствие в своих аффективных устремлениях. Другие, плохо психологически защищенные, оказываются неспособными развить эту защитную активность в гораздо более серьезных случаях - даже тогда, когда приспособительные изменения установок становятся необходимым условием предотвращения грозной клинической перспективы.

Можно также использовать следующие приемы: речевые техники, допущения, противопоставление, выбор без выбора, право выбора, якорная техника.

Речевые техники. В этой группе главное место занимают трюизмы. Трюизм - это самое очевидное утверждение, общеизвестная, избитая, банальная истина. Если вы в процессе переговоров говорите оппоненту: «Иногда люди принимают решения под влиянием чувств», «люди часто чувствуют облегчение, после того как заключат договор...» и т.д., то вы маскируете определенные инструкции под рассуждения. И это работает!

Попробуйте ради спортивного интереса создать подходящие для вашего бизнеса трюизмы и используйте их в переговорах. Трюизмы применяются для того, чтобы вызвать желательную для вас поведенческую реакцию. Приведем несколько примеров. Трюизм на наведение транса - «Каждый погружается в транс по-своему»; трюизм на создание установки на обучение - «Опыт - великий учитель»; трюизм на забывание - «Люди умеют забывать то, что они знают».

Допущения. Делается допущение возникновения определенной поведенческой реакции. Для этого предложения конструируются с помощью оборотов речи, указывающих на время или последовательность действий. Типичные обороты речи, используемые в этой технике: "до того как...", "после того как...", "в течение...", "по мере того как...", "прежде чем...", "когда...", "в то время как.." Например: «Прежде чем сообщить мне, над какой проблемой вы хотите работать, сделайте глубокий вдох»; «Прежде чем вы согласитесь с моим предложением, взгляните на эти схемы».

Придумайте несколько фраз, построенных по этому принципу, и используйте их в своем бизнесе.

Противопоставления. Здесь рассматриваются две поведенческие реакции, которые можно противопоставить. Используя противопоставления, полезно опираться на кинестетику, чтобы создать у человека убеждение в наличии противоположностей. Например: «Чем сильнее вы стараетесь оказать сопротивление, тем скорее вы поймете, что оно напрасно»; «Чем тяжелее кажется проблема, тем легче оказывается подходящее решение»; «Чем тяжелее дается вам изучение этого курса, тем легче будет его практическое применение».

Придумайте несколько фраз, которые можно использовать в вашем бизнесе.

Выбор без выбора. Вот несколько фраз, которые можно использовать в этой технике. «Ты хочешь пойти спать прямо сейчас или после того, как уберешь игрушки?»; «Вы хотели бы войти в транс с открытыми глазами или с закрытыми?»; «Вы сможете применять полученные знания сразу или после небольшой тренировки?» Этот прием активно применяют хорошие продавцы и торговые агенты. «Вы хотите заплатить наличными или чеком?» - спрашивают они, как будто вопрос о покупке уже решен.

Используя технику «выбора без выбора», вы предоставляете человеку на выбор несколько возможностей, каждая из которых вас вполне устраивает.

Право выбора. При применении этого типа внушений, привлекая своей интонацией внимание человека к той реакции, которую хотите у него вызвать, вы предлагаете ему полную свободу выбора. Таким образом вы оказываетесь в беспроигрышной ситуации, поскольку каждая реакция есть ваш успех. Человек же чувствует облегчение, так как начинает понимать, что не должен реагировать каким-либо определенным образом. Одна тонкость: слегка измените голос, когда будете произносить фразу, которая должна вызывать у собеседника нужную вам реакцию. «Вы можете сделать заказ по телефону, или прямо сейчас, или не делать вовсе». Отличие от предыдущего приема в том, что вы говорите и ту реакцию, которая вас не устраивает, но говорите ее пренебрежительным тоном.

Якорная техника. Она является самой мощной техникой манипуляции сознанием. Сначала, вновь определим понятия. Что такое якорь?

У каждого из вас есть такая песня или мелодия, услышав которую, вы вспоминаете свое прошлое и как бы возвращаетесь в то время. У каждого из вас образ смеющегося ребенка вызывает определенные чувства. У каждого из вас есть такое место на теле, прикосновения к которому вам приятны, и, может быть, при этом вы вспоминаете свою маму или кого-то еще. У каждого из вас есть якоря, и этих якорей очень и очень много. И якоря могут быть в любой модальности и зрительные, и слуховые, и кинестетические.

Итак, якорь - это нечто из внешнего мира (звук, образ, прикосновение). И когда якорь воздействует на вас, в ответ вы начинаете испытывать вполне определенные чувства, причем каждый раз одни и те же. Большинство якорей, которые вы имеете в настоящий момент, были установлены вами самими или другими людьми неосознанно, и поэтому их действие не предсказуемо. Вы сами не знаете, как отреагирует ваше сознание на то или иное касание вашего тела. Сознание часто не может объяснить, почему какая-либо мелодия вызывает в нас грусть или иное чувство. Теперь, зная эту технику, у вас появилась возможность делать это осознанно.

Как установить якорь? Сначала рассмотрим, как это делается на другом человеке или группе людей. Например, вам нужно вызвать у кого-то чувство доверия (или страха, или любви, или внимание, или любое другое) и закрепить его с помощью якоря, чтобы затем иметь прямой доступ к выбранному ресурсу.

Вы своим вопросом вызываете у другого человека воспоминание о том времени, когда он реально переживал нужное вам чувство. «Когда в последний раз ты испытывал искреннее доверие и не был этим разочарован?»

Якорем может стать любое прикосновение, любой звук, любое ваше движение, если оно находилось в поле зрения другого человека. Отметим, что кинестетический якорь более мощный, и ему очень сложно сопротивляться. Поэтому при возможности ставьте кинестетические якоря, прикасаясь к другому человеку. Теперь можно проверить результат работы. Когда вы воспроизводите якорь максимально точно, у другого человека в ответ возникает то чувство, которое вы им закрепили. Если сделать якорем звонок телефона, то каждый раз, когда будет звонить телефон, у человека станет появляться это чувство. Такая техника очень похожа и имеет много общего с опытами академика Павлова по поводу условных рефлексов. Звонок телефона вызывает доверие, стимул - реакцию; стимул - это якорь, а ресурс - реакция; якорь вызывает ресурс.

Якорь устанавливается на пике переживания, тогда, когда человек максимально погружен в это чувство. Якорь должен воспроизводиться с максимальной точностью. Если это кинестетический якорь, то касание должно повторяться в том же месте, что и впервые, когда вы его устанавливали, с тем же усилием, с тем же давлением и т. д. Если это был звук вашего голоса, то он должен быть таким же, и когда вы воспроизводите якорь: тот же тембр, та же громкость и т. п. Если это было движение, которое видел ваш собеседник, то и оно должно повторяться в точности.

Сидоренко Е.В. выделила такие способы противостояния влиянию, как:

1. Контраргументация. Сознательный аргументированный ответ на попытку убеждения, опровергающий или оспаривающий доводы инициатора воздействия.

2. 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.

3. Информационный диалог. Прояснение позиции партнера и собственной позиции путем обмена вопросами и ответами, сообщениями и предложениями.

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

5. Энергетическая мобилизация. Сопротивление адресата попыткам внушить или передать ему определенное состояние, отношение, намерение или способ действий.

6. Творчество. Создание нового, которое пренебрегает влиянием образца, примера или моды либо преодолевает его.

7. Уклонение. Стремление избегать любых форм взаимодействия с инициатором воздействия, в том числе случайных личных встреч и столкновений.

8. Игнорирование. Действия, свидетельствующие о том, что адресат умышленно не замечает либо не принимает во внимание слов, действий или выраженных адресатом чувств.

9. Конфронтация. Открытое и последовательное противопоставление адресатом своей позиции и своих требований инициатору воздействия.

10. Отказ. Выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия. [стр.184, 20]

Также Сидоренко противопоставила определенному виду влияния конкретные конструктивные и неконструктивные техники противодействия влиянию. Так, например, просьбе она противопоставила отказ и уклонение как конструктивные виды противодействия влиянию, а деструктивную критику и игнорирование - как неконструктивное противодействие (см. прил. 2).

**1.4 Манипуляция как вид психологического воздействия**

Психологическое воздействие заключается в воздействии одной личности или группы на психику другой группы, на их мышление, воображение, чувства, волю и т.п. Целью и результатами психологического воздействия является перестройка психики объекта воздействия, достижения определенных психических сдвигов и изменений, влияющих на деятельность и поведение.

Манипуляция как вид психологического воздействия – скрытое от адресата побуждение его к переживанию определенных состояний, изменению отношения к чему-либо, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения целей инициатора. При этом для манипулятора важно, чтобы адресат считал эти мысли, чувства, решения и действия своими собственными, а не навязанными извне и признавал себя ответственным за них. [стр.112, 9]

Средства влияния:

* Нарушение личного пространства, выражающееся в слишком тесном приближении или даже касании
* Резкое ускорение, или наоборот, замедление темпа беседы
* Поддразнивающее высказывание (например: «Тебя, что, так легко расстроить?»)
* Подзадоривающие высказывания (например: «Вряд ли ты сможешь это сделать»)
* «Невинный обман», введение в заблуждение
* Замаскированные под малозначительные и случайные высказывания оговор и клевета, которые могут быть принятые за таковые якобы лишь по недоразумению
* 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 делать что-либо и т.п.
* «Невинный» шантаж: «дружеские» намеки на ошибки, промахи, нарушения, допущенные адресатом в прошлом; шутливые упоминания «старых грехов» или личных тайн адресата [стр.112, 9]

Грецов А.Г. в своей книге «Психологические тренинги с подростками» выделяет следующие способы манипуляций:

1. Преувеличение типичности поведения. Большинству людей свойственно присматриваться к окружающим и стараться вести себя также как они, делать то, что принято. Мало кто хочет быть белой вороной. Поэтому когда человека хотят склонить к определенному поведению, ему обычно представляют данное поведение как типичное для многих.

2. Ссылка на авторитеты. Людям свойственно прислушиваться к мнению тех, кто хорошо известен, достиг определенного веса в обществе, обладает какими-то важными знаниями и т.п. Манипуляторы злоупотребляют этим: демонстрируют ложный авторитет или просто покупают публичное заявление авторитета.

3. Создание спешки, ажиотажа. Чтобы основательно обдумать свои поступки, человеку требуется некоторое время. Но времени-то его и стремятся лишить, когда хотят склонить к сомнительным действиям. Создав у человека ощущение спешки, его куда легче заставить действовать под влиянием сиюминутного импульса, а не разума.

4. Злоупотребление правилом взаимного обмена. Правила хорошего тона предписывают нам отвечать взаимностью в тех ситуациях, когда нам помогают, оказывают услугу, делают подарок. Но порой нам могут сделать «подарок» или оказать непрошенную услугу специально – с целью оказать влияние, добиться от нас чего-нибудь.

5. Навязывание обязательств. Когда человек принимает на себя какие-либо обязательства, хотя бы в общих чертах, потом его гораздо легче убедить принять и те детали, о которых он не знал, потому что человек стремится к последовательности своего поведения.

Основными составляющими манипулятивного воздействия являются: целенаправленное преобразование (искажение, утаивание) информации; сокрытие воздействия; мишени воздействия, т.е. те психические структуры, на которые оказывается влияние; роботизация [стр.112, 10].

Манипуляция является видом психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к открытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями. [стр.382, 19]

Манипулирование как вид психологического воздействия помогает добиться поставленной цели. Однако неадекватное и неграмотное применение методов влияния может привести к нежелательным последствиям – обезличиванию индивида – объекта влияния, стиранию его индивидуальных психологических особенностей или даже уничтожению как в психическом так и в физическом плане.

Манипуляция является компонентом межличностных отношений, и не проявляется сама по себе. Есть люди, которые активизируют условия возникновения манипуляции. В связи с этим выделяют черту личности, которая способствует успешному манипулированию – макиавеллизм. В отечественной психологии понятие «макиавеллизм» часто подменяется способностью и склонностью к манипуляции.

В настоящее время понятие «макиавеллизм» достаточно часто используется в различных гуманитарных науках. В большей степени оно распространено в западной психологии и практически не используется в отечественной, где макиавеллизм часто подменяется способностью или умением манипулировать людьми.

Западные психологи макиавеллизмом называют склонность человека манипулировать другими людьми в межличностных отношениях, т.е. в данном случае подразумевается сокрытие субъектом своих истинных намерений при применении ложных отвлекающих маневров для того, чтобы партнер по взаимодействию, сам того не замечая, изменил свои личные, истинные цели, либо способы действия.

Макиавеллизм обычно определяется как склонность человека в ситуации межличностного общения манипулировать другими людьми с помощью тонких, едва уловимых или нефизически агрессивных способов, таких как лесть, обман, запугивание или подкуп. Также макиавеллизмом может называться стратегия социального поведения, включающая манипуляцию другими людьми в личных целях. Каждый индивид в разной степени способен к манипулятивному поведению, но у некоторых людей эти склонности и способности более явно выражены, чем у других.

Вероятно, нам всем хотелось бы не только уметь влиять на людей, но и успешно противостоять влиянию на нас со стороны. Развитию этого умения способствует проведение определенных тренинговых программ, направленных на формирование навыков влияния и противодействия ему. А прежде чем составлять тренинг и проводить его, необходимо выявить уровень выраженности желания влиять на людей, для чего и проводится обследование.

**ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ, МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ПСИХОДИАГНОСТИЧЕСКОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ**

**2.1 Организация психодиагностического обследования**

Обследование проводилось в десятых классах МОУ «СОШ № 18» города Полевского. Обследование проводилось 24 ноября 2007 года с 10:00 по 11:00.

Участники были замотивированы гарантией конфиденциальности и сообщением результатов.

Отклонений, допущенных при сборе данных, нет.

Общее количество обследуемых – 50 человек, из которых 20 мальчиков и 30 девочек в возрасте от 15 до 16 лет, средний возраст – 15,5 лет. Возрастной разброс составил 1 год.

Исходя из темы курсовой работы и рассмотрев особенности манипулирования, я выбрала методику «Мак-шкала IV», т.к. эта методика выявляет уровень выраженности личностного макиавеллизма, т.е. склонность влиять на людей, манипулировать ими. Также эта методика достаточно проста в применении и обработке. Опросник макиавеллизма был разработан на основе контент-анализа трактата Н. Макиавелли «Князь», проведенного американскими психологами. Т. Адорно, Р. Кристи и Ф. Грейс построили «Мак-шкалу» макиавеллистической личности по аналогии с F-шкалой авторитарной личности. В результате эмпирических исследований ими были выделены два типа личности: с высоким и низким мак-коэффициентом. В настоящее время опросник широко используется в западной социальной психологии. Я использовала версию, адаптированную в 1999 году В.В. Знаковым на выборке из 710 обследуемых.

Как свидетельствуют отечественные и зарубежные исследования, надежность, устойчивость и конструктивная валидность опросника достаточно высоки.

Исследования утверждают, что с подросткового возраста до поздней юности уровень макиавеллизма растет, а затем начинает снижаться, то есть данный возраст является сензитивным как для воздействия на личность, так и для формирования навыков воздействия на других.

Основная процедура состоит из того, что обследуемым раздаются тексты опросника с инструкцией и бланки ответов.

Опросник состоит из двадцати утверждений, среди которых есть «прямые» и «обратные».

При обработке результатов ответы респондентов оцениваются с помощью подсчета мак-коэффициента в соответствии с ключом по прямым и обратным утверждениям по формуле Км = ΣП+ΣО, где Км – мак-коэффициент, ΣП – сумма баллов по прямым утверждениям, ΣО – сумма баллов по обратным утверждениям.

Уровни выраженности личностного макиавеллизма:

* 20 – 59 – низкий уровень выраженности;
* 60 – 100 – средний уровень выраженности;
* 101 – 140 – высокий уровень выраженности личностного макиавеллизма.

Макиавеллизм как личностная характеристика в целом отражает отрицание человека в того, что большинству людей нужно доверять, что они альтруистичны, независимы, обладают сильной волей. Высокие оценки по «мак-шкале» положительно коррелируют с экстернальностью, подозрительностью, враждебностью. Такие люди более эффективно обманывают других, в межличностном общении они чаще используют лесть, и в целом успешнее виляют на людей. Макиавеллизм не коррелирует с интеллектом, рациональными установками и такими личностными чертами, как потребность в достижении и уровень тревожности.

Оценки по «мак-шкале» мужской части выборки статистически значимо превышают оценки женской.

«Гендерные различия начинают проявляться в детстве, после десяти лет. Мальчики и девочки с одинаковым количеством баллов по «мак-шкале» стремятся использовать разные тактики в контексте предписанных им социальных ролей. Девочки – макиавеллистки безуспешно пытаются манипулировать с помощью мужской тактики, агрессии, в то время как мальчики – макиавеллисты ведут себя по женскому типу, пассивно. У взролсых мужской макиавеллизм качественно отличается от женского как на уровне установок, так и на уровне конкретного поведения. Это проявляется, в частности, в готовности и склонности женщин, в отличие от мужчин, к самораскрытию в общении: как в конкретных высказываниях, содержащих сведения о личной жизни, так и общей предрасположенности рассказывать о себе другим людям.

Самораскрытие для мужчин является достаточно малоэффективной манипулятивной тактикой, так как доверительные отношения в мужском общении рассматриваются общественным мнением как слабость и стремление к подчинению» [стр. 121, 10].

«Высокий мак» означает «синдром хладнокровия» - сопротивление социальному влиянию, ориентация на понимание, инициирование новых структур и контроль над ними. «Высокие маки» проявляют наибольшую эффективность в ситуациях, требующих когнитивной импровизации. В целом высокий мак-коэффициент означает спокойствие и отсутствие эмоциональности, ориентацию на цель, стремление достигать цели в конкурентной борьбе с другими, холодную рациональную инициативу. Эмоции окружающих, собственные желания, давление со стороны оставляют «высокого мака» невозмутимым. Черты его личности определяются психологическими процессами: фиксированием на точных когнитивных характеристиках ситуации и концентрации внимания и действий на свободе. Обычно именно «высокие маки» являются лидерами. Они в состоянии убедить последователей и направить их действия в русло, нужное для достижения поставленных «высокими маками» целей.

«Низкий мак» - чрезмерная доверчивость, восприимчивость к социальному влиянию, ориентация на личность, принятие социальной структуры и следование ей. В непосредственном общении «низкие маки» эмоциональны и быстро увлекаются, наиболее эффективно взаимодействуют в ситуациях с четко определенными правилами игры. Лица с низким мак-коэффициентом склонны к персонализации каждой ситуации, ориентации на индивида, а не на абстрактные цели. Для них характерны частое вмешательство эмоций в рациональную оценку ситуации, зависимость от эмоций и давления со стороны.

**2.2 Результаты первичной обработки данных**

Сводная таблица эмпирических данных:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | пол | возраст | баллы |
| 1 | ж | 15 | 89 |
| 2 | ж | 15 | 73 |
| 3 | ж | 15 | 72 |
| 4 | ж | 16 | 89 |
| 5 | м | 16 | 79 |
| 6 | ж | 15 | 78 |
| 7 | м | 15 | 76 |
| 8 | м | 16 | 83 |
| 9 | м | 15 | 74 |
| 10 | ж | 15 | 79 |
| 11 | ж | 16 | 86 |
| 12 | ж | 15 | 85 |
| 13 | м | 15 | 79 |
| 14 | м | 15 | 81 |
| 15 | ж | 16 | 88 |
| 16 | ж | 16 | 74 |
| 17 | ж | 15 | 78 |
| 18 | м | 15 | 74 |
| 19 | м | 16 | 70 |
| 20 | ж | 16 | 72 |
| 21 | м | 15 | 77 |
| 22 | ж | 16 | 74 |
| 23 | ж | 15 | 78 |
| 24 | ж | 15 | 73 |
| 25 | м | 15 | 79 |
| 26 | м | 16 | 77 |
| 27 | ж | 15 | 68 |
| 28 | ж | 15 | 74 |
| 29 | ж | 16 | 78 |
| 30 | м | 15 | 78 |
| 31 | м | 15 | 60 |
| 32 | ж | 16 | 88 |
| 33 | ж | 15 | 82 |
| 34 | ж | 16 | 84 |
| 35 | м | 16 | 85 |
| 36 | ж | 15 | 96 |
| 37 | м | 15 | 80 |
| 38 | ж | 15 | 77 |
| 39 | м | 15 | 78 |
| 40 | м | 16 | 74 |
| 41 | м | 16 | 88 |
| 42 | ж | 15 | 72 |
| 43 | ж | 15 | 69 |
| 44 | ж | 15 | 65 |
| 45 | м | 15 | 87 |
| 46 | м | 15 | 87 |
| 47 | м | 16 | 76 |
| 48 | ж | 15 | 73 |
| 49 | ж | 15 | 83 |
| 50 | ж | 15 | 67 |

Общее количество обследуемых – 50 человек, из которых 20 мальчиков и 30 девочек в возрасте от 15 до 16 лет, средний возраст – 15,35 лет. Возрастной разброс составил 1 год.

По результатам статистического анализа среднее значение по данной выборке – 77,89 балла; наиболее повторяющийся балл (мода) – 74 и 78 баллов. Максимальное значение – 96 баллов, минимальное – 60 баллов (см.прил. 4).

**2.3 Психодиагностическое заключение об уровне выраженности личностного макиавеллизма у подростков**

Все респонденты попали в категорию со средним уровнем выраженности личностного макиавеллизма.

Макиавеллизм как черта личности способствует успешной манипуляции. Манипуляция, подобно многим другим событиям в окружающем нас мире, не проявляется сама по себе. Всегда существуют некие силы и условия, способствующие ей или прямо вызывающие ее к жизни. А также всегда находятся люди, благодаря активности которых эти силы и условия действуют.

Итак, у пятидесяти подростков, согласно данным, средний уровень выраженности личностного макиавеллизма, т.е. это значит, что они достаточно эмоциональны и не всегда умеют держать свои эмоции, мысли, чувства под контролем, возможно, часто демонстрируя их окружающим. Следовательно, цели свои они раскрывают окружающим.

Они ориентируются на собственные желания и при этом готовы помогать остальным, может, даже в ущерб себе. Если они и сопротивляются социальному влиянию, то неявно, вяло, не надеясь на успех. Для них очень важно быть подготовленными к определенной ситуации, чтобы правила, способы действий были четко определены.

Подростки, возможно, еще не совсем понимают, что при общении с людьми ими можно и даже нужно манипулировать для достижения собственных целей, и не имеют навыков манипулирования, которые включают в себя способность убеждать других, понимать их намерения и причины поступков. У конкретного подростка макиавеллистские убеждения и навыки могут не совпадать и реализовываться в поведении отдельно друг от друга.

Возможно, дети переняли от родителей систему убеждений, которая косвенно влияет на их поведение, или непосредственно копируют у родителей успешные способы манипулирования людьми, но не перенимают у них макиавеллистские убеждения.

Для данной выборки характерно частое вмешательство эмоций в рациональную оценку ситуации, подростки зависимы от эмоций и от давления со стороны. Однако при необходимости они в состоянии убедить партнеров по взаимодействию, направить свои действия и действия других людей в русло, нужное им для достижения собственной цели.

Подростки еще весьма доверчивы, восприимчивы к новому, необычному, а также к влиянию на них со стороны. Именно поэтому в подростничестве необходимо не только овладеть навыками манипулирования, но и научиться адекватно реагировать на влияние со стороны и конструктивно выстраивать свое поведение, противодействующее влиянию.

Итак, у подростков десятых классов МОУ «СОШ №18» средний уровень выраженности личностного макиавеллизма, хотя подразумевается, что в сензитивный подростковый период он должен быть максимально выражен. Следовательно, необходимо формировать высокий уровень желания влиять на окружающих и противодействовать влиянию, для чего мной был разработан тренинг на формирование навыков влияния.

**ГЛАВА 3. ПРОГРАММА ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

**3.1 Сущность психологического тренинга**

В отечественной психологии сложилась традиция обозначать понятием «социально-психологический тренинг» те виды тренинга, объектов воздействия в которых являются качества, свойства, умения, способности и установки, проявляющиеся в общении. Это понятие ввел в обиход М. Форверг.

Психологический тренинг как метод активного социально-психологического обучения в настоящее время представляет собой один из наиболее востребованных и динамично развивающихся видов психологической работы. Тренинги находят широкое применение при оказании психологической помощи, в преподавании психологии, при организации работы в молодежных клубах, детских оздоровительных лагерях и т.д. Их проведением активно занимаются психологи, а также многие педагоги и социальные работники. Данный метод позволяет эффективно решать задачи, связанные с развитием навыков общения, самоконтроля и самопознания, активизацией творческого потенциала. Отмеченные аспекты очень актуальны в подростковом возрасте. Это не только период проблем и противоречий, но и время повышенной пластичности психики, готовности к развитию и восприимчивости к влиянию, максимальной открытости новому жизненному опыту. Навыки, связанные с общением, уверенным поведением, эффективным взаимодействием, а также творческий потенциал могут эффективно развиваться в таком возрасте, а психологический тренинг – весьма эффективным метод стимулирования их развития.

Тренинг – особая разновидность обучения через непосредственно «проживание» и осознание возникающего в межличностном взаимодействии опыта, которая не сводима ни к традиционному обучению через трансляцию знаний, ни к психологическому консультированию или психотерапии.

Иногда для его обозначения используется термин, представляющий собой «кальку» с английского языка: «экспериментальное обучение». При таком обучении занимающийся непосредственно соприкасается с изучаемой реальностью, а не просто думает о встрече с ней или размышляет о возможности с ней что-то сделать.

Согласно «Краткому психологическому словарю» [стр.405,18], социально-психологический тренинг – прикладной раздел социальной психологии, представляющий собой совокупность групповых методов формирования умений и навыков самопознания, общения и взаимодействия людей в группе. Базовыми средствами социально-психологического тренинга является групповая дискуссия и ролевая игра в различных модификациях и сочетаниях. Социально-психологический тренинг применяется как в целях формирования и совершенствования общей коммуникативной готовности личности, так и для выработки специфических коммуникативных навыков у преподавателей профессий, которые предполагают интенсивный контакт с другими людьми.

Тренинг – это активное обучение посредством приобретения и осмысливания жизненного опыта, моделируемого в межличностном взаимодействии [стр. 5, 5].

Особенно актуально такое обучение именно в подростковом возрасте, когда потребность в общении обострена, а жизненного опыта недостаточно, зато ярко выражено влечение к его приобретению. Тренинг позволяет получить опыт, с одной стороны, в максимально сконцентрированном виде, а с другой – в психологически безопасных условиях, облегчающих его осмысливание. Поэтому так важно постоянно рефлексировать в процессе тренинга.

Несмотря на великое разнообразие психологических тренингов, для них характерны общие черты:

1. Соблюдение ряда принципов групповой работы;
2. Применение активных методов групповой работы; основных метода два: групповая дискуссия и сюжетно-ролевая игра. В то же время количество конкретных тренинговых упражнений, создаваемых на их основе, исчисляется тысячами;
3. Акцент на взаимоотношениях между участниками группы, интенсивное межличностное взаимодействие;
4. Наличие более или менее постоянной группы. Пропуски встреч не приветствуются, а обсуждать происходящие в группе события за ее пределами запрещается, поскольку это ведет к потере той эмоциональной энергии, которая должна расходоваться в процессе работы;
5. Пространственная организация, направленная на то, чтобы обеспечить наилучшие возможности для интенсивного общения участников и свести к минимуму отвлекающие факторы.
6. Нацеленность на психологическую помощь участникам группы. Результат тренинга не сводится к формированию у участников системы знаний и умений. Большое значение имеет субъективное улучшение психологического состояния и получение импульса к дальнейшему саморазвитию. Поэтому наряду с объективными критериями результативности тренинга рассматриваются и субъективные.
7. Атмосфера свободы и раскованности общения. Общение в условиях тренинга более интенсивное, эмоциональное, открытое и искреннее, чем в обычных межличностных контактах. На начальных этапах работы с группой основная задача ведущего – создание соответствующей атмосферы, моделирование психологически безопасных условий такого общения.

Общение в условиях психологического тренинга строится на следующих принципах, которые необходимо проговаривать перед началом занятия:

* + Активность каждого
  + Правило микрофона (один говорит, другие молчат)
  + Говорим коротко и по существу
  + Будем толерантными
  + Правило «здесь и сейчас»
  + Произносим безоценочные суждения
  + Уважаем каждого
  + Отключаем мобильные телефоны

Групповая форма работы имеет свои преимущества. Группа отражает общество в миниатюре и поэтому может служить «полигоном» для развития самых разных социальных умений. Человек может усваивать в группе новые умения, экспериментировать с различными стилями отношений среди равных партнеров. Группа позволяет получить обратную связь и поддержку от людей со сходными проблемами, участники могут идентифицировать себя с другими. Групповой опыт противодействует отчуждению, что помогает установлению более близких отношений с окружающими и решению межличностных проблем. Группа облегчает процессы самораскрытия, самоисследования и самопознания участников. Взаимодействие в группе создает напряжение, которое может трансформироваться в конструктивную работу по прояснению и решению психологических проблем участников.

Также групповая психологическая работа позволяет привлекать сразу много клиентов и поэтому более доступна участникам, чем индивидуальная.

Кроме того, можно говорить о специфической работе тренера, которая заключается в постоянной рефлексии того, что происходит в группе. Эта рефлексия идет за счет того, что тренер все время задает себе три вопроса: а) какой цели я хочу достичь?, б)почему я хочу достичь этой цели?, в)какими средствами я собираюсь ее достичь? Эффективность тренинга во многом зависит от того, насколько большим арсеналом обладает тренер.

Считается, что первые тренинговые группы, направленные на повышение компетентности в общении, были созданы учениками К. Левина в США и получили название Т-групп. В их основе лежала следующая идея: большинство людей живут и работают в группах, но чаще всего они не отдают себе отчета в том, как они в них участвуют, какими их видят другие люди, каковы реакции, которые вызывает их поведение у других людей. К.Левин утверждал, что большинство эффективных изменений в установках и поведении людей происходит в групповом, а не индивидуальном контексте. Поэтому, чтобы обнаружить и изменить свои установки, выработать новые формы поведения, человек должен преодолеть свою аутентичность и научиться видеть себя так, как видят его другие.

Успешная работа учеников К. Левина в мастерской межгрупповых отношений привела к основанию в США Национальной лаборатории тренинга.

Социально-психологический тренинг получил широкое распространение и в отечественной психологии. Первая в стране монография, посвященная теоретическим и методологическим аспектам социально-психологического тренинга, была опубликована Л.А. Петровской в 1982году. Этот метод активно используется в работе с детьми, родителями, профессионалами социологической группы, руководителями предприятий и организаций. Опыт его использования изложен в работах Ю.Н. Емельянова, В.П. Захарова, Г.А. Ковалева, Х. Миккина, Л.А. Петровской, Т.С. Яценко и др.

**3.2 Цели и задачи тренингов**

При построении как тренинга в целом, так и отдельных занятий следует определить цель проводимой работы, продумать и сформулировать задачи, требующие решения. Данный этап порой вызывает у ведущего скептическое отношение, воспринимается как пустая формальность. При этом может возникнуть опасность того, что прохождение тренинга превратится в самоцель, а обучающий и развивающий потенциал может быть утрачен. Ориентируясь на цель, мы выбираем упражнения. В наиболее общей формулировке в тренингах обычно ставятся следующие группы целей:

* Изучение психологических закономерностей, механизмов и способов межличностного взаимодействия для создания основы эффективного и гармоничного общения с людьми.
* Содействие процессу личностного развития, реализации творческого потенциала, достижению оптимального уровня жизнедеятельности и ощущения счастья и успеха.
* Развитие самосознания и самоисследования участников тренинга для коррекции или предупреждения эмоциональных нарушений на основе внутриличностных и поведенческих изменений.
* Исследование психологических проблем участников группы и оказание помощи в их решении.
* Улучшение субъективного самочувствия и укрепление психического здоровья.

Цель конкретизируется в задачах. Если цель указывает на общее направление работа, то задача раскрывает конкретные шаги для данного движения.

Задачи должны отражать конкретные результаты, достижение которых планируется в ходе работы. Результаты, в свою очередь, должны быть, по возможности, сформулированы в позитивных терминах – отражать то, что нужно достигнуть, а не то, чего избежать. Задачи должны быть реалистичными и адекватными сущности тренинга. Достижение результатов должно быть проверяемо.

Представляется целесообразным знакомить участников тренинга с целями и задачами работы, т.к. они должны понимать, что им дает тренинг. В противном случае ведущий окажется в их глазах массовиком – затейником, и они будут охотно выполнять лишь упражнения развлекательного плана.

**3.3** **Пространственная и временная организация тренинга**

Как правило, в процессе работы участники тренинга садятся в круг. Подобное расположение выбирается потому, что оно дает ряд преимуществ. В кругу обеспечивается: наилучший взаимный обзор, высокий уровень вовлечения в работу; все находятся в равных условиях, что сплачивает группу; обеспечена свобода движений участников.

Довольно часто тренинговые упражнения проводятся не в общем круге, а подразумевают работу в подгруппах. Состав подгрупп рекомендуется регулярно менять, чтобы не создавать эффект стабильного распадения на них коллектива.

Помещение для тренингов должно быть достаточно просторным, хорошо проветриваемым, не загроможденным. Желательно, чтобы помещение было звукоизолированным.

Продолжительность тренинга общения – 16-36, реже до 50-60 часов. Тренинг может проводиться в режиме погружения (2-5 дней, занятия по 6-10 часов ежедневно) или же может быть разбит на отдельные встречи 1-2 раза в неделю длительностью 1-6 часов. Иногда занятия ведутся в форме марафона, что характерно для тренингов личностного роста (12-30 часов непрерывной работы с короткими перерывами на обед).

Если речь идет о «взрослом» тренинге, то чаще всего он проводится в режиме погружения (самый типичный вариант – вечер пятницы, целиком суббота и воскресенье). Работа с подростками обычно разбивается на отдельные занятия. Если психолог ведет работы в школе, где тренинг включен в сетку расписания уроков, эффективнее будет проводить не одиночные, а сдвоенные уроки (90 минут).

**3.4** **Манипуляции и защиты от них**

Манипуляция – это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его реально существующими желаниями. Манипуляция как психологическое воздействие направлена на неявное побуждение другого к определенных манипулятором действий. Она является одной из составляющих межличностных отношений.

В начале работы необходимо поздороваться с участниками, проговорить правила тренинга, цели (для чего мы здесь собрались) и результаты работы, которых мы вместе хотим достичь.

1. Упражнение – разминка «Снежный ком»

Участники по очереди называют свое имя и делают какой-нибудь жест, следующий участник повторяет имя и жест предыдущих и добавляет свое. Тренер называет всех последним, что повышает его авторитет в группе.

Смысл – снятие напряжения, знакомство.

2. Упражнение «Манипуляции»

Разделить участников на подгруппы, затем каждой подгруппе дать задание: придумать, подготовить и представить ролевую игру, которая будет демонстрировать способы манипуляции. Раздать карточки, на которых написаны способы манипуляции: преувеличение типичности поведения; создание спешки, ажиотажа; злоупотребление правилом взаимного обмена; навязывание обстоятельств. Каждый способ объяснить.

Можно продемонстрировать такие сценки: девушка уговаривает знакомых купить косметику; покупатель пытается вернуть телефон с претензией, что он трещит при дозвоне; человек пришел в общественный туалет, а денег оплатить вход, нет. Надо путем манипуляций убедить людей выполнить действия.

Смысл – актуализация психологических знаний о способах манипуляции.

3.Упражнение «Черт и ангел»

Выбрать троих добровольцев – черта, ангела и простого человека – и дать задание: мальчик (или девочка) пришел из школы, и решает: посмотреть телевизор или сделать уроки. Черт и ангел приводят по десять самых убедительных, на их взгляд, аргументов, а человек слушает и решает, «на чьей он стороне».

Смысл – формирование умения убеждать, а также умения выделять значимое, определять приоритеты.

4. Упражнение «Ладошка»

Каждый участник обводит контур своей руки на листе бумаги. В каждом пальце пишет цель на ближайшие три года, а в центре ладони – то, на кого или на что можно опереться при достижении этой цели.

Смысл – это одна из техник уточнения целей и осознания ресурсов, которые помогут в достижении задуманного.

5. Упражнение «Антикомплимент»

Выбирается доброволец, который встает в центре круга, а каждый участник дарит ему «антикомлимент» - высмеивает то, что критикуемый не в состоянии изменить: внешность, происхождение, голос и т.д. После этого тому же человеку говорят настоящие комплименты. При желании участников можно еще раз повторить упражнение.

Смысл – критикуемый учится не тратить силы на борьбу с отрицательными эмоциями, не терять веру в себя.

6. Упражнение «Чемодан»

Каждый из участников по очереди выходит за дверь на несколько минут. В это время все остальные собирают ему «чемодан» - путем групповой дискуссии три положительных и отрицательных качества, которые данный участник проявил в ходе того тренинга, и записывают их. Затем участник возвращается, ему вручают листочек с качествами, который он не должен разворачивать до окончания занятия.

Смысл – получение участниками обратной связи от группы на свое поведение во время тренинга. Хорошо будет, если и ведущий получит такой «чемодан».

Затем следует поблагодарить участников тренинга за занятие, попрощаться.

Конечно, мы не можем полностью оградить себя от влияния. Все мы управляем другими людьми, а они управляют нами. Однако благоприятное социальное влияние во всех его формах дает наиболее позитивный эффект для тех людей, которые сами испытывают сильное чувство контроля над своей жизнью.

При обычной межличностной коммуникации мы можем заметить сочетание различных видов влияния. Тем не менее многие люди стремятся влиять на собеседника. Проблемы использования возможностей влияния людей друг на друга всегда привлекали к себе внимание психологов, педагогов, политиков… Да каждый человек не отказался бы уметь влиять на других. Вероятно, нет такой сферы жизни, в которой факторы влияния не были бы значимы.

В своей курсовой работе я достигла целей, поставленных во введении: обобщила имеющиеся по теме сведения, выявила способности к манипулированию у подростков и разработала программу формирования навыков влияния и противостояния влиянию. Выполнила следующие задачи:

* Проанализировала различные источники по проблеме;
* Обобщила материалы по данной теме;
* Освоила методику «Мак-шкала IV»;
* Продиагностировала уровень выраженности способности к манипулированию – «макиавеллизма» - у учащихся 10-х классов;
* Разработала тренинг на формирование навыков умения влиять и противодействовать влиянию на основе результатов диагностики.

Для достижения эффективности в тренинговой работе необходимо учитывать то обстоятельство, что тренинг – это процесс творческий, подразумевающий высокую степень новизны и неопределенности как для участников, так и для ведущего. Более того, часть тренинговых упражнений как раз и создана таким образом, чтобы смоделировать подобные ситуации и научить участников конструктивно вести себя в них. Поэтому тренинг невозможно вести по шаблону, механически воспроизводя последовательность заданий.

Любое описание тренинга – лишь общий ориентир, стратегический план действий. Ситуация в группе будет уникальной и потребует проявления со стороны ведущего гибкого и творческого поведения, а также открытости новому жизненному и профессиональному опыту. Этим работа ведущего тренинга и сложна, и интересна.

Таким образом, манипуляция – компонент межличностного взаимодействия, и навыки манипуляции можно приобрести в процессе группового тренинга, для чего мной была разработана программа.

Феномен влияния активно исследуется как зарубежными, так и отечественными психологами и социологами, потому что эта тема затрагивает интересы каждого человека и всего общества в целом.

Одним из наиболее эффективных видов воздействия я считаю манипуляцию, которую подробно рассматриваю в первой главе, диагностирую уровень выраженности склонности к манипулированию во второй главе и разрабатываю программу формирования навыков манипулирования в третьей главе.

Участники общения психологически воздействуют друг на друга, и для успешной реализации межличностного взаимодействия необходимо знать, как это происходит, вскрыть суть и механизмы этого явления.

От взаимного влияния никуда не уйти, а значит, необходимо научиться адекватно реагировать на него, противодействовать ему с помощью конструктивных способов противостояния и, возможно, самим манипулировать другими людьми.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Балл Г.А., Бургин М.С. Анализ психологических воздействий и его психологическое значение // Вопросы психологии. № 4, 1994.

2. Битянова М.Р. Социальная психология. М: 1994. 106с.

3. Бойко В.Г. Элементы внушения в лекционной пропаганде // Проблемы психологического воздействия: межвузовский сборник научных трудов. Иваново, 1979. 144с.

4. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью. М.: ЭКСМО, 2003. 384с.

5. Грецов А.Г. Психологические тренинги с подростками. СПб.: Питер, 2007. 368с.

6. Зимбардо Ф., Ляйпе М.Социальное влияние. СПб.: Питер, 2000.448с.

7. Знаков В.В. Макиавеллизм, манипулирование поведения и взаимопонимание в межличностных отношениях // Вопросы психологии. № 6, 2002.

8. Кроник А.А., Кроник Е.А. Психология человеческих отношений. Дубна: Феникс, 1998. 224с.

9. Кружкова О.В., Шахматова О.Н.Социальная психология в схемах, таблицах и кроссвордах. Екб.: изд-во Рос. гос. проф. -пед. ун-та, 2004.130с.

10. Кружкова О.В., Шахматова О.Н. Социально-психологическое взаимодействие: учеб. пособ. для вузов. Екб.: изд-во РГППУ, 2003.168с.: ил.

11. Крысько В.Г. Социальная психология. СПб.: Питер, 2005. 567с.

12. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Влияние ролевой установки на экономическое поведение российского потребителя // Вопросы психологии. № 3, 1995.

13. Ловелле Р.П. психологическое воздействие как метод улучшения здоровья // Вопросы психологии. № 6, 1990.

14. Майерс Д. Социальная психология. Интенсивный курс. СПб.: «прайм-ЕВРОЗНАК», 2004. 512с.

15. Мединцев В.А. Диалогическое психологическое взаимодействие // Вопросы психологии. № 5, 2005.

16. Науменко Т.В. Психологическое методы воздействия на массовые аудитории // Вопросы психологии. № 6, 2003.

17. Новиков В.В. Социальная психология: феномен и наука. М.: изд-во Института психотерапии, 2003. 344с.

18. Психологический словарь / ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. М.: Педагогика – Пресс, 1999. 440с.

19. Психологический словарь / авт.-сост. Копорулина В.Н. Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.640с.

20. Сидоренко Е.В.Тренинг влияния и противостояния влиянию. СПб.: РЕЧЬ, 2002. 256 с.

21. Социальная психология: Хрестоматия: учебное пособие для вузов / сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. М.: Аспект-Пресс, 2000.475 с.

22. Тадж Дж. Влияние взаимодействия и коммуникаций между сверстниками на их когнитивное развитие // Вопросы психологии. № 1, 1991.

23. Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер, 2000.272 с.

24. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании: учеб. пособ. ч.1. Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. М.: ВЛАДОС. 1995. 544с.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**Инструкция к опроснику**

Перед вами набор утверждений. Каждое утверждение представляет собой распространенное мнение и поэтому не может быть верным или неверным. Вероятно, вы согласитесь с одними утверждениями и не согласитесь с другими. Внимательно прочтите все высказывания. Затем отметьте степень Вашего согласия или несогласия с каждым мнением по семизначной шкале:

* 7 – полностью согласен
* 6 – согласен
* 5 – более согласен, чем не согласен
* 4 – затрудняюсь с ответом
* 3 – более не согласен, чем согласен
* 2 – не согласен
* 1 – совершенно не согласен

Текст опросника

1. Отрывать другим истинную причину своих действий нужно только в том случае, если это полезно для тебя.
2. Лучший способ получить от людей то, что тебе надо, - говорить им то, что они хотят услышать.
3. Человек должен делать что-либо, только если он уверен, что это морально оправданно, т.е. правильно с нравственной точки зрения.
4. Большинство людей, в сущности, хорошие и добрые.
5. В общем-то все люди порочны, и когда-нибудь это проявляется.
6. Честность – лучшая политика в любых ситуациях.
7. Нельзя оправдывать человека, который для достижения личных целей лжет другому.
8. В общем-то люди не хотят работать в полную силу без принуждения со стороны.
9. Лучше занимать скромное положение и быть честным, чем быть влиятельным и нечестным.
10. Когда просишь кого-либо сделать что-то для тебя, лучше сказать о настоящей причине, по которой тебе это необходимо, чем придумывать более веские аргументы.
11. Большинство из тех, кто достиг высокого положения в обществе, являются порядочными и нравственно безупречными в нравственном отношении людьми.
12. Человек, полностью доверяющий кому-то другому, напрашивается на неприятности.
13. Большинство преступников отличается от остальных людей в основном тем, что недостаточно умны; поэтому они и попадаются.
14. Большинство людей – смелые.
15. Льстить нужным людям – значит проявлять мудрость.
16. Можно быть человеком, хорошим во всех отношениях.
17. Большинство людей на Земле состоит из простаков, которых нетрудно обвести вокруг пальца.
18. Для того, кто хочет сделать карьеру, главное – не хорошо работать, а уметь обходить формальности и ради достижения цели не бояться идти на мелкие правонарушения.
19. Неизлечимо больные люди с их согласия могут быть умерщвлены.
20. Большинство людей легче забывают о смерти собственных родителей, чем о потере собственности.

Бланк ответов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Ответ | Балл | № | Ответ | Балл | № | Ответ | Балл | № | Ответ | Балл |
| 1 |  |  | 6 |  |  | 11 |  |  | 16 |  |  |
| 2 |  |  | 7 |  |  | 12 |  |  | 17 |  |  |
| 3 |  |  | 8 |  |  | 13 |  |  | 18 |  |  |
| 4 |  |  | 9 |  |  | 14 |  |  | 19 |  |  |
| 5 |  |  | 10 |  |  | 15 |  |  | 20 |  |  |
| Σм |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Ключ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шкала | «Прямые» утверждения  (№ 1,2,5,8,12,13,15,18,19,20) | Балл | «Обратные» утверждения  (№ 3,4,6,7,9,10,11,14,16,17) | Балл |
| 7  6  5  4  3  2  1 | Полностью согласен  Согласен  Более согласен, чем не согласен  Затрудняюсь ответить  Более не согласен, чем согласен  Не согласен  Совершенно не согласен | 7  6  5  4  3  2  1 | Полностью согласен  Согласен  Более согласен, чем не согласен  Затрудняюсь ответить  Более не согласен, чем согласен  Не согласен  Совершенно не согласен | 1  2  3  4  5  6  7 |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

Психологическое влияние и противостояние ему (Сидоренко Е.В.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид влияния | Конструктивные виды контрвлияния | Неконструктивные виды контрвлияния |
| 1. Убеждение | Контраргументация | Игнорирование  Принуждение  Деструктивная критика  Манипуляция |
| 2.Самопродвижене | Конструктивная критика  Отказ | Деструктивная критика  Игнорирование |
| 3. Внушение | Конструктивная критика  Энергетическая мобилизация  Уклонение | Деструктивная критика  Манипуляция  Принуждение  Игнорирование |
| 4. Заражение | Конструктивная критика  Энергетическая мобилизация  Уклонение | Деструктивная критика  Манипуляция  Принуждение  Игнорирование |
| 5. Склонение к подражанию | Творчество  Конструктивная критика  Уклонение | Деструктивная критика  Игнорирование |
| 6. Формирование благосклонности | Конструктивная критика  Уклонение  Энергетическая мобилизация | Деструктивная критика  Игнорирование |
| 7. Просьба | Отказ  Уклонение | Деструктивная критика  Игнорирование |
| 8. Принуждение | Конфронтация | Деструктивная критика  Манипуляция  Ответное принуждение  Игнорирование |
| 9. Деструктивная критика | Психологическая самооборона  Уклонение | Ответная деструктивная критика  Манипуляция  Принуждение  Игнорирование |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3**

Сводная таблица эмпирических данных

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | пол | возраст | баллы |
| 1 | ж | 15 | 89 |
| 2 | ж | 15 | 73 |
| 3 | ж | 15 | 72 |
| 4 | ж | 16 | 89 |
| 5 | м | 16 | 79 |
| 6 | ж | 15 | 78 |
| 7 | м | 15 | 76 |
| 8 | м | 16 | 83 |
| 9 | м | 15 | 74 |
| 10 | ж | 15 | 79 |
| 11 | ж | 16 | 86 |
| 12 | ж | 15 | 85 |
| 13 | м | 15 | 79 |
| 14 | м | 15 | 81 |
| 15 | ж | 16 | 88 |
| 16 | ж | 16 | 74 |
| 17 | ж | 15 | 78 |
| 18 | м | 15 | 74 |
| 19 | м | 16 | 70 |
| 20 | ж | 16 | 72 |
| 21 | м | 15 | 77 |
| 22 | ж | 16 | 74 |
| 23 | ж | 15 | 78 |
| 24 | ж | 15 | 73 |
| 25 | м | 15 | 79 |
| 26 | м | 16 | 77 |
| 27 | ж | 15 | 68 |
| 28 | ж | 15 | 74 |
| 29 | ж | 16 | 78 |
| 30 | м | 15 | 78 |
| 31 | м | 15 | 60 |
| 32 | ж | 16 | 88 |
| 33 | ж | 15 | 82 |
| 34 | ж | 16 | 84 |
| 35 | м | 16 | 85 |
| 36 | ж | 15 | 96 |
| 37 | м | 15 | 80 |
| 38 | ж | 15 | 77 |
| 39 | м | 15 | 78 |
| 40 | м | 16 | 74 |
| 41 | м | 16 | 88 |
| 42 | ж | 15 | 72 |
| 43 | ж | 15 | 69 |
| 44 | ж | 15 | 65 |
| 45 | м | 15 | 87 |
| 46 | м | 15 | 87 |
| 47 | м | 16 | 76 |
| 48 | ж | 15 | 73 |
| 49 | ж | 15 | 83 |
| 50 | ж | 15 | 67 |

**ПРИЛОЖЕНИЕ 4**

Результаты статистического анализа данных

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *возраст* |  | *баллы* |  |
|  |  |  |  |
| Среднее | 15,34694 | Среднее | 77,89796 |
| Стандартная ошибка | 0,068704 | Стандартная ошибка | 0,996697 |
| Медиана | 15 | Медиана | 78 |
| Мода | 15 | Мода | 78 |
| Стандартное отклонение | 0,480929 | Стандартное отклонение | 6,976881 |
| Дисперсия выборки | 0,231293 | Дисперсия выборки | 48,67687 |
| Эксцесс | -1,62782 | Эксцесс | 0,300268 |
| Асимметричность | 0,66361 | Асимметричность | 0,068835 |
| Интервал | 1 | Интервал | 36 |
| Минимум | 15 | Минимум | 60 |
| Максимум | 16 | Максимум | 96 |
| Сумма | 752 | Сумма | 3817 |
| Счет | 49 | Счет | 49 |