**Дипломная работа**

**"Манипулятивная установка в профессиональной деятельности менеджера"**

Москва 2007

## Введение

**Актуальность исследования.** Проблематика манипулятивного воздействия в психологии вызывает большой интерес со стороны ученых-психологов во всем мире [42, 29, 38, 50, 51].

Возрастает интерес к психологии манипуляции и в отечественной психологической науке [42, 29, 38, 50, 51]. Сложившаяся теоретическая традиция анализа манипулятивного воздействия в психологической науке делает основной акцент на деструктивности манипулятивного воздействия, как для манипулятора, так и для манипулируемого. Однако, учитывая распространенность манипуляторства во всех областях жизни современного общества, особенно в период развития рыночных отношений, этот феномен требует более пристального и детального анализа. И этот анализ становится особенно необходимым в тех областях жизни общества, где манипуляция является неотъемлемой частью профессиональной деятельности, а именно в области управления наемным трудом.

Изучение наемного труда является наиболее актуальным для понимания специфики феномена манипуляции, причем особый интерес представляет профессиональная деятельность управленцев (менеджеров), работающих в условиях изначального несовпадения организационных целей и личных целей сотрудников организации. Решение задачи согласования этих разнородных целей является одной из основных задач ее руководителя, но и одновременно оказывается и наиболее благоприятной средой для возникновения и процветания манипулятивных способов воздействия. Манипулятивная установка менеджера здесь может рассматриваться в качестве одного из возможных индикаторов его будущей успешности как управленца. Так, в современной популярной психологической литературе широко освещаются и культивируются различные способы манипулирования подчиненными, позволяющие руководителю добиваться «ненасильственного», «мягкого» управления подчиненными.

В качестве **объекта исследования** выступили менеджеры, работающие в ООО «Major». Численность выборки исследования составила 25 человек, возраст испытуемых от 22 до 35 лет, группы были уравнены по полу и возрасту.

Выбор такого объекта исследования, как профессиональные группы российской компании, был обусловлен тем, что большинство российских компаний можно отнести к так называемым организациям «свободного типа», которые согласно теории Р.Р. Кристи, являются наиболее благоприятными для манипуляторов.

**Предметом исследования** явилось изучение взаимосвязи манипулятивной установки (склонности к манипулированию) с особенностями общения.

**Цель исследования** состояла в теоретическом анализе и эмпирическом исследовании психологических особенностей манипулятивной установки в профессиональной деятельности менеджера.

**Гипотеза исследования:** уровень манипулятивных установок (склонности к манипулированию) личности менеджера детерминирован субъективными (отношение к собеседнику) и объективными (коммуникативными) особенностями общения.

В соответствии с целью были поставлены следующие **задачи исследования:**

* Анализ имеющихся в психологической литературе взглядов на проблему этичности использования манипулятивного воздействия. Выделение как деструктивных, так и конструктивных аспектов влияния манипуляции на личность и на характеристики профессиональной деятельности.
* Анализ имеющихся в психологической литературе данных и выделение особенностей и различных типов манипулятивной установки, связанных с эффективностью профессиональной деятельности личности.
* Обоснование собственного подхода к проблеме особенностей и значение манипулятивных установок в деятельности различных профессиональных и управленческих групп менеджеров.
* Проведение эмпирического исследования особенностей и значения манипулятивной установки у различных профессиональных и управленческих групп менеджеров, в том числе во взаимосвязи с показателями эффективности этой деятельности.

**Практическая значимость** работы заключается в полученных результатах и сформированных на их основе направлениях для разработки практических рекомендаций по психологически грамотному использованию профессионального потенциала менеджеров как с высокой, так и с низкой манипулятивной установкой в организации через подбор персонала, планирования карьеры, материальном и нематериальном стимулировании.

**1. Теоретические основы исследования манипулятивной установки в профессиональной деятельности менеджера**

**1.1 Проблема манипулятивного воздействия в психологии**

Феномен манипуляции хорошо известен психологам. Первые замечания о необходимости изучения сферы поведенческих манипуляций людей в достижении своих целей были сделаны еще Паскалем, Монтенем, Грасианом, Лабрюйером, Ларошфуко, Монтескье, Макиавелли. Тема психологического управления людьми подробно разрабатывалась в работах Сенеки, Честерфилда, Гете, Карнеги. Изобилие примеров самых изощренных манипуляций содержится в художественной и исторической литературе. Г.А. Ковалев считает, что вообще «всю историю психологии в известном смысле можно понимать как историю ответа на вопрос о сущности, природе, критериях эффективности психологического воздействия, как развитие взглядов и подходов к объяснению объективных и субъективных детерминант этого процесса» [59].

Слово «манипуляция» заимствовано из французского языка. Первоисточником является латинское manipulus «горсть». В английском языке оно появилось в 1831 году. Нас интересует такие его значения, как «искусное управление или использование», «контроль или игра с помощью искусных, нечестных или коварных средств, особенно для обеспечения чьего-либо преимущества».

К сожалению, проблема манипуляции получила «право на существование» только в смежных областях знаний. В отечественной психологической науке манипуляция чаще всего упоминалась в рамках общей проблематики воздействия (влияния) в качестве одного из его видов, но вместе с этим психологические особенности манипулятивного воздействия практически не были исследованы. Этот факт неоднократно отмечался многими авторами [13, 21, 40, 45, 48].

Последнее время интерес к проблематике манипулятивного воздействия возрос, появились новые литературные источники, но практически все они носят описательный характер, а не объяснительный, содержат множество примеров из художественной литературы, описания житейских ситуаций. Этот вид литературы можно охарактеризовать скорее как популярную, а не научную литературу.

Особо остановимся на проблеме языка и терминологии, которые используются многими авторами при рассмотрении проблемы манипуляции. Язык науки, по мнению Л.С. Выготского, – есть инструмент анализа, орудие мысли. Язык науки «обнаруживает как бы молекулярные изменения, которые переживает наука; он отражает внутренние и не оформившиеся процессы – тенденции развития, реформы и роста» [28]. Действительно, не изученность проблемы психологической манипуляции отражается на языке, используемом для описания феномена.

Во-первых, не изученность проблемы отражается в неопределенности самого понятия психологической манипуляции, его смешения с другими понятиями. Во многих литературных источниках, посвященных проблеме манипуляции, круг феноменов, именуемых манипулятивными, является плохо очерченным. Понятие манипуляции также часто смешивается с другими понятиями. Так, например, на наш взгляд, в работе П.С. Таранова понятие психологическая манипуляция смешивается с понятием «интрига», в работе Р.Р. Гарифуллина – с понятием «иллюзия» и «блеф» [29], Ю.А. Щербатых упоминает понятие манипуляции то в качестве особого «вида обмана», то в качестве «технологии обмана».

Во-вторых, многие понятия, используемые для описания феномена манипуляции, являются заимствованными из других областей, причем, на наш взгляд, не совсем удачно. Например, Р.Р. Гарифуллин заимствует эти понятия из иллюзорного искусства, практически не обосновывая подобный выбор [29].

Однако, в последние годы делаются первые попытки эмпирических исследований и теоретического осмысления накопившихся знаний о психологии манипуляции. Так в 1996 году вышла первая монография Е.Л. Доценко, посвященная теоретическому осмыслению психологии манипуляции [40].

**1.2 Определение манипуляции**

Термин «психологическая манипуляция» является метафорой, которая содержит в себе три важных признака:

А) идею «прибирания к рукам»

Б) сохранение иллюзии самостоятельности решений

В) искусность манипулятора в исполнении приемов воздействия [40].

Однако для научного рассмотрения феномена манипуляции и отграничения его от других видов воздействия возможностей метафоры оказывается недостаточно. В большинстве же литературных источников по проблеме манипуляции само понятие четко не определяется. Российским ученым Е.Л. Доценко в 1996 году была предпринята попытка конструирования психологического определения манипуляции. В качестве материала конструирования определения использовались отдельные признаки, вычлененные из описаний манипуляции других авторов [38, 40]. Е.Л. Доценко были выделены следующие критерии для наиболее часто встречающихся признаков: психологическое воздействие, отношение манипулятора к другому как к средству достижения собственных целей, стремление получить односторонний выигрыш, скрытый характер воздействия, использование психологической силы, игра на слабостях, мастерство в осуществлении манипулятивных действий, мотивационное привнесение (внедрение целей манипулятора в психику манипулируемого).

На основании выделенных критериев было сформулировано следующее определение манипуляции:

Манипуляция – «это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [40].

В отечественной психологии существуют также и другие варианты определений манипуляции, сконструированные несколько позже определения Е.Л. Доценко.

Так, Л.И. Рюмшина дает схожее с Доценко определение манипуляции как «вида воздействия на человека, когда он выступает объектом, с которым выполняются некие действия… с … целью «прибрать к рукам» с помощью махинаций, отвлекающих уловок и приемов» [62].

Е.В. Сидоренко формулирует определение манипуляции как «преднамеренное и скрытое побуждение другого человека к переживанию определенных состояний, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных целей» [63]. Таким образом, определение манипуляции здесь касается не только мотивационной сферы манипулируемого, а также когнитивной и поведенческой, при этом также подчеркивается процессуальные характеристики манипулирования.

По мнению Г.А. Балла и М.С. Бургина, определение манипуляции следует распространять на те часто встречающиеся в социальной и педагогической практике ситуации, когда «субъект воздействия искренне стремится к благу реципиента (т.е. желает блага и для него), но при этом сам решает, в чем должно состоять такое благо» [13]. Данное определение дает возможность рассмотреть феномен манипуляции в новом ракурсе, акцентируя внимание на позитивной стороне воздействия. Ю.А. Ермаков также отмечает, что «не всегда манипуляции обладают для людей отрицательным значением, связанным исключительно с нанесением ущерба их сознанию и личной жизни» [42]. Сходную позицию демонстрирует Р.Р. Гарифуллин, выделяя 2 типа манипуляции: злокачественную и добродетельную [29].

**1.3 Психологическая манипуляция как вид психологического воздействия**

Психологическим влиянием называют «воздействие на психическое состояние, чувства, мысли и поступки других людей с помощью исключительно психологических средств: вербальных, паралингвистических или невербальных» [62].

Многие авторы относят психологическую манипуляцию к одному из видов (подвидов) психологического воздействия (влияния). Рассматривая специфику психологического влияния людей друг на друга, следует отметить, что любое психологическое влияние является воздействием на состояние мыслей, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств, с предоставлением ему права и времени отвечать на это воздействие» [62]. Так, например, Г.А. Ковалев, рассматривая манипулятивную стратегию воздействия, особо подчеркивал активность, избирательность психического отражения внешних воздействий [48].

Такое рассмотрение феномена манипуляции предоставляет новые возможности для его исследования: объект манипуляции не рассматривается сквозь призму «вещи», как «мертвый» объект приложения внешнего воздействия. С одной стороны, манипулятор, при осуществлении воздействия, всегда учитывает особенности личности партнера и в зависимости от этого меняет саму стратегию и технологию воздействия. С другой стороны, манипулятор учитывает, что «личность или группа принимает оказываемые на них воздействия не механически, пассивно, а активно, избирательно» [48], и это дает ему возможность предусмотреть возможные реакции и способы защиты манипулируемого от воздействия.

Интересным представляется определение места манипулятивного воздействия в классификации, предложенной Г.А. Баллом и М.С. Бургиным. Они предложили классифицировать психологические воздействия на два типа стратегий: диалогические и монологические. Первая стратегия исходит из признания субъективной полноценности и принципиального равноправия взаимодействующих партнеров. В стратегиях монологического типа субъект воздействия сам устанавливает его цель без учета предпочтений реципиента. В монологической стратегии выделяются императивный и манипулятивный подтипы. Но если в первом подтипе стратегий ожидаемое от реципиента действие (или состояние сознания) прямо провозглашается субъектом воздействия, то в рамках манипулятивной стратегии цель прямо не провозглашается, а «достигается посредством активности реципиента, организуемой субъектом воздействия так, чтобы она разворачивалась в желаемом для него направлении» [13].

Наряду с вопросом о месте манипулятивного воздействия в классификации видов воздействия актуальным представляется вопрос о его положении в системе межличностных отношений.

Так, Е.Л. Доценко определил для манипуляции следующее место на шкале межличностных отношений (см. рис. 1). В качестве критерия построения шкалы выступало отношение субъекта воздействия к реципиенту – как к средству достижения собственных целей или как к ценности. На наш взгляд, возможным критерием построения шкалы может быть преобладание конкурентной / кооперативной стратегии у субъекта воздействия.

В психологической литературе наиболее популярно выделение различных видов манипуляций. Самое популярное разделение базируется на том, какое влияние манипуляция оказывает на адресата воздействия. В этом случае манипуляции подразделяются на злокачественные (деструктивные) и добродетельные (конструктивные) [29, 40, 62].

Существует также разделение манипуляций по предполагаемым целям воздействия. Е.В. Сидоренко разделяет все множество манипуляций на два вида: гедонистическую и прагматическую манипуляцию. Гедонистическая манипуляция совершается ради той эмоциональной реакции, которую манипулятору удается вызвать у адресата. Эта эмоциональная реакция может быть как самоцелью, так и провоцировать выдачу новой информации, которую жертва открывает манипулятору, находясь в состоянии эмоционального возбуждения. Прагматическая же манипуляция связана с использованием эмоциональной реакции для достижения манипулятором своих целей. [62].

Другую классификацию манипуляций по функциональному критерию предлагает Д.А. Соколов. Манипуляции делятся им на внешние и внутренние, причем они являются тесно связанными между собой. Функциями внутренних манипуляций являются: сценарное обеспечение внешних манипуляций, защита от осознания сценариев, безопасная растрата внутренней энергии и снятие ответственности с адресата воздействия.

Е.Л. Доценко предложил классифицировать манипуляции по содержательному критерию, и в результате выделил манипуляцию образами, конвенциональную и операциональную, предметную, личностную и духовную манипуляции (подробно см. Приложение №1). Автор акцентирует внимание на том, что эти виды следует рассматривать как различные механизмы, которые могут сочетаться, дополнять друг друга, усиливая суммарный эффект воздействия.

Каждая манипуляция содержит этап планирования, этап подбора оружия воздействия для оказания давления, поиск мотива для проникновения в психическую сферу, постепенное наращивание давления по различным линиям [40]. При рассмотрении этапов манипулятивного воздействия представляется важным понятие «инициативы», которое вводит Е.Л. Доценко. Человек, владеющий инициативой, распоряжающийся ей, имеет больше возможностей для достижения своих собственных целей [40]. Не менее важным представляется стадия контекстуального оформления в рамках этапа планирования, которая предполагает выбор культурного фона и социального контекста манипулятивного взаимодействия. Для макросоциального уровня социального контекста является важной групповая принадлежность, ролевые и должностные позиции партнеров по общению.

Микросоциальны й уровень образуют стандартные социальные ситуации (социально-ролевые предписания, сценарные последовательности, правила и нормы отношений), которые могут являться элементами корпоративной культуры организации.

В изучении проблемы манипуляции в психологии использовались в основном материалы описательного характера, полученные с помощью метода наблюдения или же основанные на собственном опыте. Акцент в рассмотрении данной проблемы оказался чрезмерно смещенным на описание психологической структуры отдельной личности манипулятора, на построение типологий.

Ограничение исследования феномена манипуляции рамками психологии индивида (игнорирование социальности) привело к исключению объекта исследования из социальной сферы. Но личность должна рассматриваться не только в ее ближайшей деятельности, но и как единица широкой системы социальных связей и отношений, как включенная не только в ближайшую среду социального взаимодействия, но и в систему общества. Таким образом, деятельность личности регулируется всей системой общественных отношений [4].

Следовательно, предпосылки манипуляции надо рассматривать как обусловленные не только индивидуальными особенностями человека, но и той группой, в которую входит индивид (в том числе профессиональной группой), и тем обществом, в котором он живет, а также групповой и общественной культурой, нормами и ценностями.

Именно с этой точки зрения рассматривает феномен манипуляции Е.Л. Доценко. Он считает, что все многообразие предпосылок манипуляции нельзя рассматривать в одном ряду, так как они имеют различное происхождение, обладают различным статусом. Е.Л. Доценко выделил несколько онтологических срезов (уровней) предпосылок манипуляции: культура (общечеловеческий контекст), общество (совокупность социальных контекстов), общение (межличностный контекст), личность (мотивационный внутрипсихический контекст) и технология (контекст операционального состава деятельности) [40].

Также важно помнить о том, что феномен манипуляции не ограничивается межличностными манипуляциями, и что существуют феномены манипулирования общества над индивидом и феномен манипуляции личностью в группе и т.д.

По мнению Ф. Хайека, социальные, политические и другие манипуляции являются объективным и необходимым компонентом человеческого существования.

Вероятно, первые манипуляторы появились с момента возникновения общения между людьми. Серьезное внимание вопросу манипулирования и пропаганды уделял Петр I. В 1702 г. было заключено соглашение с бароном Генрихом фон Гюйссеном, который брал на себя обязательство пропагандировать за границей идеи, начинания и указы царя, опровергать враждебные взгляды, то есть влиять на западное общественное мнение.

Наибольшее распространение и влияние манипуляции получили благодаря средствам массовой информации в XX веке.

Манипуляция тесно связана с пропагандой. Известная энциклопедия определяет ее как «более или менее систематическую попытку манипулировать убеждениями, позициями других людей или действия посредством символов (слов, жестов, знамен, памятников, музыки, одежды, знаков отличия, прически, дизайна монет и почтовых марок, и много другого)». Преднамеренный и относительно сильный акцент на манипуляцию отличает пропаганду от случайного разговора или от свободного или непринужденного обмена мнениями. В ходе пропаганды пропагандист для достижения своих целей намеренно отбирает факты, аргументы, а также способы их демонстрации и представляет их таким образом, какой, по его мнению, даст наибольший эффект.

Еще один процесс «коллективного убеждения» получил название «промывки мозгов», которая заключается в систематической попытке убеждения неверующих принять определенный приказ или доктрину. «Промывка мозгов» происходит путем осуществления контроля над природной и социальной средой, для того, чтобы уничтожить лояльность к любым нежелательным группам или индивидам, чтобы продемонстрировать индивиду, что его установки и образцы мышления (аттитюды и паттерны) неверны и должны быть изменены, а также, чтобы развить преданность и не вызывающую сомнения покорность по отношению к правящей партии. «Промывка мозгов» начала широко использоваться после второй мировой войны, в коммунистических странах и американских сектах. При этом применялись такие приемы, как изоляция от прежних групп, вознаграждения за сотрудничество и наказания за отказ от взаимодействия и др.

Средства массовой информации, пожалуй, наиболее часто применяют манипуляцию. Первым из них стала печать. За двухсотлетнюю историю своего существования она овладела богатством культуры аргументации. Журналистика, кроме основных целей (информировать, ориентировать, просвещать, развлекать), имеет и цели сугубо психологические: изменять или поддерживать установки аудитории, превращать их в убеждения, формировать внутреннюю готовность воспринимать или интерпретировать какой-либо объект или эпизод действительности вполне определенным образом [30, 70].

Благоприятная почва для манипуляций существует при тоталитарных и авторитарных режимах. Манипуляции широко применялись в Германии 1930-х – 40-х. В 1938 г. Гитлер призывал нацистских журналистов: «не пропагандировать силу как таковую, а представить немецкому народу определенные внешнеполитические процессы в таком свете, чтобы внутренний голос народа начал сам постепенно требовать применения силы» [30].

Западные политики попытались разграничить термины «управление» и «манипулирование», назвав первое «административным», а второе – «политическим» управлением [30]. Г.С. Мельник пишет, что в практике СМИ широко используются методы подсознательного стимулирования, когда отношение аудитории к тем или иным явлениям окружающей среды формируется с помощью стандартизированных упрощенных представлений (стереотипов, имиджей, мифов, слухов), которые внедряются в поток «организованных» новостей, автоматически вызывая в массовом сознании либо отрицательную, либо положительную реакцию на конкретное событие [30].

Многими американскими исследователями, в том числе Дж. Гебнером и его коллегами из Пенсильванского университета (1979, 1994), было показано, что воображаемый телевизионный мир формирует представления людей о реальном мире [54]. Г. Шиллер в книге «Манипуляторы сознанием» приводит характерные технические средства и приемы, используемые в технике внушения, среди них учет групповых норм, использование принципа вознаграждения и наказания, монополия источника информации, употребление в контексте слова «мы», создающего ощущение общности и т.д. [70].

Б.Ф. Скиннер рассматривал манипуляцию как «репродукцию способов воздействия, которые как рыночные, так и тоталитарные общества применяют по отношению к своим гражданам» [40]. Желаемое для общества поведение удостаивается постоянного позитивного подкрепления со стороны общества в виде социального успеха. В. Франкл писал о том, что подобные общества всегда стремятся заполнить смысловую систему индивидов культивируемыми в нем псевдоценностями [66].

Социологи считают, что в тоталитарном обществе манипулирование служит необходимым дополнением к открытому насилию и террору, выполняя «функции идеологического наркоза» и духовного обезболивания [42]. «В условиях же цивилизованного общества, где насильственное подавление человека морально порицается … манипуляция служит его своеобразным заменителем» [42]. Манипулирование является достаточно универсальным явлением, и его можно обнаружить во всех социально значимых сферах жизнедеятельности человека. Манипуляцию часто называют самой изощренной формой диктатуры, так как она заключает в себе утонченные, непрямые, а потому и более опасные действия [42].

Описывая манипулятивную природу социума, Е.Л. Доценко выделил негативные и позитивные социальные «приобретения», которые человек получает в социуме. К негативным «приобретениям» он отнес сокращение свободы, насилие над индивидуальностью, манипулирование ответственностью, санкционированную эксплуатацию людей, возведение в ранг обычной нормы иллюзий и взаимного обмана. Но, с другой стороны, конструктивная сторона социальности заключается в том, что она делает жизнь человека более предсказуемой и стабильной, снимает бремя принятия решения и груза ответственности с рядовых граждан, а стандартизация в качестве людей позволяет повысить управляемость человеческими ресурсами, а, следовательно, и эффективность общественного производства.

Рассматривая культурные предпосылки манипуляции, Е.Л. Доценко отмечает очевидность того, что мифологический, сказочный фон, культурный фон приключенческой литературы, исторических романов, детективов не только характеризуется благосклонным отношением к уловкам и хитростям, но даже «возводит их в ранг поощряемых действий». Таким образом, «мы обнаруживаем два важных «культурных приобретения» – борьба как ценность и хитрость как образец одного из возможных средств ее ведения» [40].

Э. Шостром, рассматривая культурные предпосылки манипуляции, выделил такое понятие, как «Манипулятивная религия», определив ее как «вселяющую недоверие к собственной природе», «заставляющую человека поверить в собственное несовершенство», после чего он «начинает испытывать потребность во внешней религиозной системе» [68].

Корни деформации общения между людьми также растут из общества, так как человеческие потребности постоянно используются в интересах отдельных групп люде й. манипуляция есть своего рода «игра» на потребностях человека в общении, эксплуатируемых обществом или группой в своих целях. Так, например, в общественных организациях является популярным использование людей в инструментальной функции и разъединение и одностороннее использование потребностей в объединении и индивидуализации [40]. В первом случае потребность человека «быть вместе» более узко опредмечивается, превращается в потребность «быть включенным в…», а отсюда «быть собственностью, подчиняться», а потребность в индивидуальности трансформируется в форму борьбы за лидерство [40]. Во втором случае происходит индивидуализация группы, а не человека, что приводит к чрезмерной межличностной идентификации членов группы между собой и ведет к искусственному противопоставлению членов различных групп, то есть подрывается чувство общечеловеческой общности.

Таким образом, в современном обществе, при наличии обилия культурных и социальных предпосылок манипуляции являются неотъемлемой частью нашей жизни. Установка на манипуляцию входит в современный социальный характер индивида, который Э. Фромм назвал «рыночным характером».

И поэтому, на наш взгляд, наиболее целесообразно говорить не о наличии / отсутствии манипулятивной установки у индивида, а о большей или меньшей степени ее выраженности.

1. **Манипулятор как психологический тип личности**

**2.1 Характеристика личности манипулятора и манипулируемого. Причины формирования манипуляторского типа личности**

Люди, несомненно, различаются по природному дару непреднамеренного (непроизвольного) влияния на других и по подверженности психологическому влиянию.

Впервые идея о существовании манипуляторского типа личности была изложена философом и социологом, представителем Франкфуртской школы Т. Адорно, завершившим в 1950 году вместе с группой ученых психосоциологическое исследование «авторитарной личности». В теоретически-концептуальных построениях ученые опирались на положения З. Фрейда и Э. Фромма об авторитарном (анальном) характере. Э. Фромм утверждал, что личность часто подчиняется не только внешней и очевидной власти, но и интериоризованной анонимной власти, которая скрывается под маской общественного мнения, совести, долга и т.д. «Анонимная власть эффективнее открытой, – отмечает Э. Фромм, – потому что никто не подозревает, что существует некий приказ, что ожидается его выполнение» [70]. В случае анонимной власти исчезает и приказ. Э. Фромм связывал авторитарную личность с готовностью индивидов при определенных социально-политических условиях отказываться от своей самобытности, спонтанности и свободы. Т. Адорно построил типологию авторитарных личностей, включив в нее и манипулятрский тип. Манипуляторский тип личности, по Т. Адорно, характеризуется тем, что низводит действительность до простого объекта действия. В нем живут экстремальные стереотипы и застывшие понятия, благодаря которым мир сильно схематизируется, делится на «пустые административные поля», к которым манипулятор не испытывает никаких чувств. Разрыв между внутренним и внешним миром приводит к сверхреализму, в результате которого все рассматриваются как объекты, которыми можно манипулировать и подгонять под собственные шаблоны. Исследование Т. Адорно показало, что такая духовно-психологическая структура присуща деловым людям, особенно слою менеджеров. В исследовании Т. Адорно указывается на то, что люди, относящиеся к манипуляторскому типу, испытывают бессознательный страх перед индивидуальностью [2].

А. Адлер считал, что манипуляция возникает тогда, когда происходит компенсаторная реализация стремления к власти. «Убийца получает удовольствие, только действуя вопреки общественному чувству, а невротик использует других для достижения своих целей», – писал он [1]. В контексте профессиональной деятельности можно предполагать, что должностные позиции, позволяющие реализовать стремление индивида к власти, не ведут к формированию манипулятивной установки у индивида. В то же время позиции, ограничивающие реализацию стремления индивида к власти, будут создавать предпосылки для формирования компенсаторной манипулятивной установки. Типичным примером такой должностной позиции является менеджер среднего звена.

Такие характеристики личности манипулятора, как отсутствие личностной целостности, утрата субъективности (индивидуальности) отмечали многие авторы, подчеркивая при этом тот факт, что они обусловлены социумом [40]. Например, Ю.А. Ермаков считает, что следует не только находить элементы в структуре личности, создающие для нее возможность быть подвластной манипулированию, но и искать те «социально-политические процессы, которые обусловливают актуализацию и соответствующее оформление этой гипотетической части в структуре личности» [42]. «Манипулирование личностью происходит через ее теневую часть, – считает Ю.А. Ермаков, – в противном случае трудно объяснить латентность манипуляции» [42]. Общество редукционистски влияет на личность, «осуществляя частичное сведение субъективности людей к социуму… ценой отчуждения каких-то сторон индивидуальности» [42]. Но эти отторгнутые стороны, исчезая с поверхности общественной жизни, не утрачиваются совсем, а отодвигаются на периферию личности (в ее тень) и тем самым образуют «скрытый потенциальный фактор давления субъективности людей на их наличное бытие» [42]. Появление «тени» является сигналом об ослаблении и нарушении единства личности. И поэтому манипулятору, овладевшему теневой частью манипулируемого, легко удается имитировать его сознательность. В качестве примера Ю.А. Ермаков описывает 4 способа манипуляции человеком в тоталитарном обществе путем замещения индивидуальной личности в индивидах. Эти способы заключаются в ценностной дезориентации, культивировании мнимой заинтересованности в тоталитарных порядках, привитии одномыслия и в превращении другого человека во врага [42].

Американский психолог М. Смит считает, что «манипулирование поведением возникает тогда, когда … навязываются чуждые правила, которые попирают … неотъемлемое право – самим решать, что и как делать». М. Смит описывает способы манипуляции через использование социальных и групповых норм. Он делает вывод, что манипуляция становится возможной благодаря идущему из детства представлению о том, что следует руководствоваться общепринятыми правилами и нормами и не высказывать независимых суждений.

В своем эскизном обзоре причин манипуляции Э. Шостром со ссылкой на других авторов также предложил перечень внутриличностных причин манипуляции. Среди них был выделен конфликт человека с самим собой (по Ф. Перлзу), неспособность к любви, недоверие к другим (по Э. Фромму), ощущение беспомощности (экзистенциализм), боязнь тесных межличностных контактов (по Хейли, Берну, Глассеру), стремление получать одобрение всех и каждого (по А. Эллису) [68]. На наш взгляд, большинство предпосылок манипуляции в обзоре Э. Шострома скорее являются следствиями злоупотреблений манипулятивным воздействием, но не его предпосылками.

Е.В. Сидоренко считает, что основная причина того, что человек пытается воздействовать на других людей, заключается в его стремлении обрести чувство собственной значимости: «способность действовать на другим – несомненный признак того, что ты существуешь, и что это существование имеет значение» [63]. Таким образом, человек стремится добиться внимания со стороны других, власти над ними или возможности мщения за тот вред, который они ему ранее причинили. Корни этого стремления находятся на оценочном подходе родителей к своему ребенку, заставляя его в дальнейшем ориентироваться на признание социальной значимости, а также в стремлении экономить собственные усилия.

Э. Шостром отмечал, что манипуляции стали такой обычной и повседневной частью жизни, что их просто перестали замечать. Кроме того, в «невротическом современном обществе удобнее жить манипулятору, нежели актуализатору» [69]. Действительно, обилие культурных и социальных предпосылок манипуляции не может не затрагивать индивида. Возможно ли обойтись без использования манипуляций индивиду, проживающему в этом обществе? Если обратиться к понятию социального характера Э. Фромма, то получается, что нельзя. Ведь в социальный характер входит «та совокупность черт характера, которая присутствует у большинства членов данной социальной группы и возникла в результате общих для них переживаний и общего образа жизни. Социальный характер, определяющий современное общество, Э. Фромм назвал «рыночным характером». Рыночный характер характеризуется Э. Фроммом «рыночным отношением» к себе и другим. «Рыночное отношение» к себе основано на восприятии себя как товара и восприятии своих жизненных сил «как капитала, который должен приносить … максимальную прибыль». Отношения же между людьми при этом утрачивают свой человеческий смысл, приобретают характер манипуляции, в которой человек используется в качестве средства.

**3.2 Деструктивное влияние манипулятивного воздействия на личность**

Как в российской, так и в зарубежной литературе обычно подчеркиваются негативные аспекты манипулятивного способа воздействия и его деструктивное влияние на личность как адресата воздействия, так и на манипулятора. Ю.А. Ермаков считает, что подобные мнения обусловлены тремя основными причинами:

* Социально-репрессивный характер манипуляций чаще себя обнаруживает, в то время как социально-адаптивный результат является глубоко скрытым в политических, образовательных и воспитательных процессах;
* Обусловлены спецификой манипуляции как способа тайного вторжения в субъективный мир индивида, нарушающего его право на индивидуальность (хотя вопрос о том, могут ли существовать социальные структуры без манипуляций, остается открытым);
* Феноменом «имитации субъективности индивидов» (манипуляция является скрытым видом воздействия, создающим у его адресата иллюзию самостоятельного принятия решения [42].

В любом случае, следует помнить о том, что психологически конструктивное воздействие должно отвечать трем критериям:

1. Не нарушать личности людей, в нем участвующих, и их отношений;

2. Быть психологически корректным (грамотным, безошибочным);

3. Удовлетворять потребности обеих сторон [63].

Поэтому Манипулятивное воздействие следует всегда анализировать, используя данные критерии, а не принимать деструктивность любого манипулятивного воздействия в качестве некоторого априорного постулата. С другой стороны, отсутствие исследований, посвященных конструктивному влиянию манипуляции на участников воздействия, не дает нам оснований сделать вывод о том, что оно не существует.

Проблема же деструктивного влияния достаточно хорошо освещена в литературе. Особенно хорошо изученным оказалось разрушительное влияние манипуляции на личность на материале так называемых деструктивных культов. Этот интерес связан в основном с тем, что в последнее время как западное, так и российское общество столкнулось с проблемой манипулирования личностью в так называемых деструктивных культах. Попадая в деструктивный культ, «человек за короткое время подвергается такому воздействию, которое во многих случаях превращает его в безвольный инструмент удовлетворения … амбиций лидера и его ближайшего… окружения» [23]. Процесс десоциализации и навязывания культовой структуры личности описывается понятием «контроль сознания» или «реформирование мышления» [23]. Контроль сознания – это манипуляция с использованием насильственного обращения в веру (внедрение убеждения) или техники модификации поведения без информированного (осознанного) согласия того человека, к которому эту технику применяют. В других группах (в том числе и в организациях) личность также подвергается различного рода влияниям, в том числе и манипулированию, но «во-первых, может применять приемы сопротивления манипулированию, во-вторых, манипуляция не носит тотального характера». Фактически термин «контроль сознания» отграничивает сферу чрезмерно манипулятивного (и поэтому преступного) социального воздействия на людей от сферы обыденно-привычных взаимных социальных манипуляций [24]. Деструктивные культы используют крайние и неэтичные техники манипулирования для вербовки и удержания своих членов и имеют тенденцию осуществлять тотальный контроль мыслей, чувств и поведения своих приверженцев с целью удовлетворения потребностей лидеров и группы.

Внутриличностной предпосылкой вовлечения в деструктивный культ Е.Н. Волков считает прежде всего психологическую неграмотность и незащищенность, которая делает человека чрезвычайно уязвимым для различных методов психологического насилия и эксплуатации [23]. Существуют научные модели контроля сознания и психологического манипулирования, описывающие манипулятивные технологии и механизмы, используемые в культах для воздействия на человека, которые влекут за собой резкое изменение его личности. Наиболее известной является модель Р.Дж. Лифтона: «восемь фактов» и «удвоение личности». Исследование Р.Дж. Лифтона показало, как психически здоровые люди могут становится фанатиками движения. Резкая и глубокая десоциализация личности является результатом специфической адаптивной реакции в условиях чрезвычайного группового давления и манипулирования базисными человеческими потребностями [10, 33].

С точки зрения социальной психологии большой интерес представляют групповые механизмы манипуляции, задействованные в культе: групповое давление, система лидерства, система принятия решений (отчуждена от личности, принимается лидером и некритично навязывается членам группы).

Основные деструктивные аспекты, возникающие в результате злоупотребления манипулятивным воздействием, мы описали в таблице 1.

Таблица 1. Основные деструктивные аспекты личностей манипуляторов и манипулируемых

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сфера нарушений | Манипулируемый | Манипулятор |
| Нарушения в межличностных отношениях | -потеря доверия, боязнь близости и обязательств [21, 23, 33] | – трудности в межличностных отношениях, связанные с реакциями жертв [40];  – «с садистским удовольствием старается ответить прямо противоположно тому, что от него ждут»;  – все время защищает и оправдывает себя [68];  – манипулятором правит глубокое недоверие к себе и к другим;  – «неблагополучность в семейном и интимном плане» |
| Нарушения в эмоциональной сфере | – приступы паники, депрессия, чувство вины, страх;  – торможение многих психических процессов;  – суждение, уплощение спектра эмоций и чувств [21] | – «сокрытие своих истинных глубоких чувств» [68];  – замена истинных эмоций на фальшивые, а именно:   * «приберегание эмоций про запас, чтобы воспользоваться ими в удобный момент; * Приукрашивание нормальных чувств и отношений и попытка сделать из них добродетель» [68]. |
| Нарушения в мотивационно-потребностной  сфере | Повышение значимости низменных мотивов за счет их постоянной актуализации манипулятором. | – невольное повышение значимости низменных мотивов в собственных глазах, так как они оцениваются в качестве полезных и эффективных;  – зависимость от потребности управлять, причем, «чем больше он любит управлять, тем сильнее в нем потребность быть управляемым кем-то» [68];  – повышение значимости утилитарного мотива:   * «своеобразные отношения с материальными средствами» * «формируется особая фиксация на деньгах, так как для него это символ власти» * Постоянное стремление к выигрышу   – повышение значимости конкурентного мотива: «манипулирование применяется в экономической и политической конкуренции, в битве индивидов за успех, богатство и привилегии» |
| Нарушения личностного роста и  развития | – задержка в развитии личности, т. к. манипулятор обычно аппелирует к низменным или примитивным потребностям [40];  – «роботизация», превращение человека в «послушное средство»;  – стереотипизация поведенческого репертуара, создание ригидных психологических установок [21, 33]. | – деформация и задержка личностного роста, тем более что он не жертва манипуляции, «сам ее хочет» [40];  – раздвоение личности (т. к. технология манипулятивного воздействия требует от манипулятора внутренней раздвоенности), и как следствие, разрушение личности [40];  – механическая неискренняя деятельность превращает жизнь манипулятора в нелюбимую работу. «он разучился наслаждаться жизнью такой, как она есть, и переживать глубокие чувства», «достигая зрелости, он по сути, переходит к растительному образу жизни, не пытаясь постичь цели и смысла своего существования |
| Нарушения личностного роста и  развития | – разрушительное влияние на личность человека, особенно если ответственность за манипуляцию остается на потерпевшем, что «создает угрозу внутреннего разлада, нарушения личностной целостности» [40];  – резкая и глубокая ресоциализация или десоциализация личности [21,52];  Деиндивидуализация, нарушение идентичности | – инфантилизм «человек несостоятельный в своих попытках самоутвердиться, призывает на помощь фантазию, которая становится регулирующим аппаратом душевной деятельности… Отсюда развивается стремление к манипулятивным играм и … тенденция к демонстрированию в своем поведении элементов детскости». |

манипуляция профессиональный личность

В заключении хотелось бы отметить, что при изучении деструктивных аспектов личностей манипуляторов и их жертв мы сталкиваемся с двоякого рода трудностями. Первая трудность заключается в отделении предпосылок манипуляции от их следствий (является ли деструктивный эффект следствием манипуляции или его предпосылкой). Вторая трудность заключается в определении степени деструктивного эффекта: к манипуляции время от времени прибегает каждый, означает ли это поголовную невротизацию личности?

Деятельность современного человека невозможно представить вне общения с окружающими людьми. Для представителей ряда профессий: менеджеров практически всех специализаций, секретарей-референтов, руководителей различного уровня и других – умение грамотно общаться является важнейшим условием достижения ими профессионального успеха. Деятельность этих людей носит ярко выраженный коммуникативный характер, поскольку:

А) предполагает установление контактов посредством общения практически во всех сферах жизнедеятельности: социально-экономической, духовной, морально-политической и др.;

Б) связана с подготовкой и проведением переговоров, установлением деловых и компетентных взаимоотношений с партнерами;

В) направлена на достижение взаимопонимания во всех ситуациях общения: делового, дружеского, семейно-бытового, светского и т.п.

Профессионализм делового человека в сфере общения, как известно, основывается на знании не многого, а нужного. Таковым нужным знанием в области практической психологии является знание о том, как создавать особые доверительные взаимоотношения с деловыми партнерами, как бесконфликтно склонять их к своей точке зрения, как располагать к себе людей, и многие другие знания, способствующие эффективному общению.

Особое место в системе профессиональных знаний о том, как общаться с людьми, отводится механизму использования уловок-манипуляций, без которых практически невозможно представить деловые контакты.

Уловкой-манипуляцией в общении называется всякий прием, с помощью которого хотят облегчить общение для себя или затруднить его для оппонента.

Большой вклад в разработку теории уловок-манипуляций был внесен древнегреческим мыслителем Аристотелем, немецким философом Шопенгауэром, русским логиком С. Поварниным и другими исследователями (К. Павловой, П. Мицичем, Л. Аверьяновым, И. Мельником, А. Никифоровым), которым удалось в своих работах значительно усовершенствовать классификацию возможных уловок в спорах, дискуссиях и полемике.

Анализируя предшествующий опыт в систематизации уловок и расширяя арсенал их использования, сведем всю совокупность уловок-манипуляций в три группы: организационно-процедурные, психологические и логические.

▪ Организационно-процедурные уловки

Уловки данной группы могут быть использованы лишь организатором переговорного процесса или дискуссии. Они сориентированы либо на срыв обсуждения, либо на умышленное столкновение противоположных взглядов участников дискуссии с целью накалить атмосферу, либо на сведение переговоров к заведомо неприемлемому для оппонента варианту обсуждения. Дадим характеристику основным организационно-процедурным уловкам.

1. «Формирование первичной установки» Суть уловки состоит в изначальном предоставлении слова тем, чье мнение известно, импонирует окружающим и способно сформировать у них определенную установку на восприятие какой-либо идеи.
2. «Предоставление материалов лишь накануне» Эта уловка заключается в предоставлении участникам дискуссии рабочих материалов (проектов, контрактов, программ и т.п.), предназначенных для обсуждения, незадолго до его начала, когда просто физически затруднено ознакомление с этими материалами.
3. «Недопущение повторного обсуждения» Уловка удается, когда принятые решения жестко фиксируются и сознательно не допускается поступление новых, заслуживающих внимания данных, способных повлиять на выработку окончательного решения.
4. «Накал атмосферы агрессорами спора» уловка подразумевает поочередное предоставление слова агрессивно настроенным оппонентам, допускающим взаимные оскорбления, которые лишь формально, для видимости, пресекаются.
5. «Первоочередная преемственность в голосовании» суть уловки состоит в вынесении на голосование предложений не в порядке поступления, а по степени их приемлемости для заинтересованной стороны с той целью, чтобы колеблющиеся могли быстрее «отдать свои голоса».
6. Приостановка обсуждения на желаемом варианте. Такая уловка означает прекращение обсуждения важной проблемы на выступлении, отражающем наиболее желательную позицию.
7. «Выборочная лояльность в соблюдении регламента». Это тот случай, когда одних выступающих жестко ограничивают в регламенте, а других – нет.
8. «Принятие решения псевдо-де-юре». Данная уловка используется в том случае, когда на обсуждение специально приглашают лиц, не имеющих права голоса, и по ходу дискуссии спрашивают у приглашенных, каково их мнение по поводу обсуждаемой проблемы.
9. «Перерыв в обсуждении». Суть уловки состоит в том, чтобы объявить перерыв в обсуждении в ключевой момент дискуссии, когда может быть выработано крайне неудобное и неприемлемое решение.
10. «Выпускание пара» на несущественных вопросах». Эта такая модель обсуждения, когда сначала сознательно длительно обсуждают незначительные, второстепенные вопросы, а затем, когда многие устали от дискуссии или находятся под впечатлением какой-либо предыдущей словесной перепалки, выносят на обсуждение тот вопрос, который хотят обсудить без усиленной критики.
11. «Случайный» некомплект документов». Это сознательно созданная ситуация, когда участникам обсуждения «как бы случайно» раздают неполный комплект документов, а затем выясняется, что кто-то, «к сожалению», не в курсе всей имеющейся информации.
12. «Избыточное информирование». Заключается в том, что готовится очень много проектов возможных решений и сопоставить их за короткое время в ходе обсуждения оказывается просто физически невозможно.
13. «Потеря документов». Уловка удается, если «как бы случайно» потеряются рабочие документы, письма, обращения, записки и все, что может негативно повлиять на ход обсуждения.

Конечная цель данных уловок-манипуляций, как было показано выше, – свести дискуссию к вариантам, заведомо неприемлемым для оппонентов.

Психологические уловки

Под психологическими уловками понимаются такие недопустимые с точки зрения нравственности приемы спора, дискуссии, полемики, которые основаны на психологическом воздействии на собеседника с целью ввести его в состояние раздражения, сыграть на его чувствах самолюбия, стыда, использовать проявления и других тончайших особенностей психики человека.

1. «Раздражение оппонента». Выведение его из состояния психического равновесия насмешками, обвинениями, упреками и т.п. до тех пор, пока собеседник не будет раздражен и не сделает при этом ошибочное, невыгодное для его позиции заявление.
2. «Использование непонятных слов и терминов». Уловка удается, когда собеседник либо стесняется переспросить о чем-то, либо делает вид, что понял, о чем идет речь, и принял приводимые доводы.
3. «Ошарашивание темпом обсуждения».
4. «Перевод спора в сферу домыслов». Суть уловки в том, чтобы перевести полемику в русло обличения и заставить оппонента либо оправдываться, либо объяснять то, что не имеет никакого отношения к сути обсуждаемой проблемы.
5. «Чтение мыслей на подозрение». Смысл уловки состоит в том, чтобы используя вариант «чтения мыслей», отвести от себя всевозможные подозрения.
6. «Отсылка к «высшим интересам» без их расшифровки». Суть уловки заключается в том, чтобы высказать мысль, содержащую намек на то, что если оппонент, к примеру, и дальше будет несговорчив в споре, то это может затронуть интересы тех, кого крайне нежелательно расстраивать либо выводить из состояния равновесия.
7. «Суждение типа «Это банально!». Побудить к оправданию – в этом и заключается коварный замысел уловки.
8. «Карфаген должен быть разрушен». Смысл заключается в «приучивании» оппонента к какой-либо мысли.
9. «Недоказанность с намеком на особые мотивы». Суть в том, чтобы продемонстрировать некую многозначительную недоказанность.
10. «Ссылка на авторитет».
11. «Обвинение в утопичности идей». Уловка призвана заставить партнера оправдываться, искать доводы против высказанного обвинения в нереалистичности его идеи.
12. «Лесть или комплимент».
13. «Ложный стыд». Это уловка заключается в использовании против оппонента ложного довода, который он способен проглотить без особых возражений.
14. «Ложный стыд с последующим упреком». Уловка направлена не на суть обсуждаемой проблемы, а на личность собеседника, с принижением оппонента, унижением его достоинства.
15. «Принижение иронией». Данный прием эффективен, когда спор по каким-то причинам не выгоден. Сорвать обсуждение проблемы, уйти от дискуссии можно с помощью принижения оппонента иронией типа: «Извините, но вы говорите вещи, которые выше моего понимания».
16. «Демонстрация обиды». Уловка направлена на срыв спора, высказывания типа: «Вы за кого нас, собственно, принимаете?».
17. «Авторитетность заявления». С помощью этой уловки существенно повышается психологическая значимость приводимых собственных доводов.
18. «Откровенность заявления». Акцент делается на особую доверительность общения, которую демонстрируют с помощью таких фраз, как, например, «Я вам сейчас прямо (откровенно, честно) скажу…».
19. «Двойная бухгалтерия». Суть уловки в том, что одни доводы и аргументы признаются убедительными, когда высказываются в защиту своей позиции, и крайне неприемлемыми, когда их высказывает оппонент.
20. «Мнимая невнимательность». Не заметить то, что может навредить, в этом и состоит замысел уловки.
21. «Мнимое непонимание и недопонимание». Коварство этого приема в том состоит, чтобы неверно истолковать доводы и аргументы оппонента, т.е. специально, в угоду конечно же своим интересам представить аргументацию партнера в искаженном виде.
22. «Лестные обороты речи»
23. «Гладко было на бумаге, да забыли про овраги». Высказывание о том, что все, о чем говорит партнер, хорошо лишь в теории, но неприемлемо на практике, заставит его экспромт-доводам доказывать обратное, что в конечном счете способно накалить атмосферу обсуждения и свести дискуссию к взаимным нападкам и обвинениям.
24. «Опора на прошлое заявление». Главное в этой уловке – обратить внимание оппонента на его прошлое заявление, которое противоречит его рассуждению в данном споре, и потребовать объяснения по этому поводу.
25. «Навешивание ярлыков». Основная цель уловки – вызвать ответную реакцию на высказанные упреки, обвинения или же оскорбления.
26. «Подмена истинности полезностью». В основе уловки заложено важное и вполне очевидное правило: когда отчетливо видна польза, трудно разглядеть истину. Цель уловки – убедить спорящего, что своим благополучием он обязан именно тому тезису, который оспаривает.
27. «Лингвистическая косметика». Суть уловки в том, что одну и ту же идею выражают по-разному, придавая ей нужный оттенок.
28. «Видимая поддержка». Уникальность этой уловки состоит в том, чтобы, взяв слово оппонента, прийти к нему на помощь, т.е. начать приводить новые доводы и доказательства в защиту его тезиса.
29. «Сведение факта (аргумента) к личному мнению». Цель уловки – обвинить партнера по общению, что приводимые им доводы в защиту своего тезиса или в опровержение оспариваемой мысли есть не что иное, как всего-навсего личное мнение, которое, как и мнение любого другого человека, может быть ошибочным.
30. «Селекция приемлемых аргументов». Уловка основана на осознанном подборе для доказательства какой-либо мысли односторонне направленной информации и оперирования в процессе дискуссии или спора только этой информацией.
31. «Рабулистика». Этот прием означает преднамеренное искажение смысла высказываний оппонента, преподносящее их как забавные и странные.
32. «Троянский конь». Суть уловки состоит в следующем:

А) спорящий, используя метод «видимой поддержки», переходит на сторону противника в споре и начинает приводить дополнительные доводы в защиту тезиса своего оппонента;

Б) будучи «принятым на стороне противника», использующий уловку умело искажает основной тезис и доводы партнера до неузнаваемости;

В) затем он начинает это уже искаженное положение, не имеющее ничего общего с первоначальным, горячо защищать.

33. «Метод бумеранга».

34. «Умалчивание». Суть уловки – сознательно утаить информацию от собеседника.

35. «Полуправда». Это может означать смешивание лжи и достоверной информации; одностороннее освещение фактов; неточную и расплывчатую формулировку обсуждаемых положений…

36. «Ложь». Цель уловки – скрыть реальное положение дел и донести до своего партнера ложную информацию, которая может быть представлена в виде фальшивых документов, ссылок на источники, на эксперименты, которых никогда никто не проводил и т.п.

37. «Метод кнута и пряника». Замысел данной уловки проявляется в задаваемых оппоненту проблемно-риторических вопросах типа «Что вам лучше иметь: собственное мнение или все остальное?», «Что для вас более предпочтительно: возражать или пострадать?…

38. «Принуждение к строгому однозначному ответу». Главное в этой уловке – твердо и решительно потребовать от оппонента дать однозначный ответ: «Скажите прямо: да или нет?», т.е. сознательно принудить его не к диалектическому ответу («и…и»), а к альтернативному («или…или»).

39. «А что вы имеете против?» Суть приема в том, чтобы не доказывать свой высказанный тезис, т.е. не приводить доводы и аргументы в его защиту, а предложить его опровергнуть: «А что, собственно, вы имеете против?».

40. «Многовопросье». Эта уловка состоит в том, чтобы в одном вопросе задать оппоненту не один, а несколько, причем разных и мало совместимых друг с другом вопросов.

Логические уловки.

Данная группа уловок построена на сознательных нарушениях основных законов и правил формальной логики или же, наоборот, на их умелом использовании в целях манипуляции недостаточно осведомленным оппонентом.

1. «Неопределенность тезиса». Суть уловки заключается в том, чтобы нечетко и неопределенно сформулировать основной тезис, что позволяет инициатору уловки интерпретировать высказанную мысль по-разному. Данный прием основан на нарушении важнейшего закона формальной логики – закона тождества.
2. «Несоблюдение закона достаточного основания». Это тот случай, когда доводы, суждения, аргументы верны, но не достаточны.
3. «Порочный круг в доказательстве». Данная уловка призвана доказать мысль с помощью ее же самой, только сказанной другими словами, в этом и состоит «порочный круг» в системе доказательства.
4. «Причинно-следственный силлогизм». Особенность уловки в том, что рассуждения заведомо строятся на логической ошибке: «после этого – значит, вследствие этого». Суть этого состоит в том, чтобы временную связь между явлениями сознательно заменить на причинно-следственную.
5. «Неполное опровержение». Замысел уловки состоит в том, чтобы:

– из высказанной системы доводов оппонента выбрать наиболее уязвимый;

– разбить его в резкой форме;

– сделать вид, что остальные доводы даже внимания не заслуживают.

6. «Неправомерные аналогии». Особенность уловки заключается в том, чтобы использовать в доказательстве аналогии, абсолютно несоразмерные с рассматриваемыми [59]

**2.2 Основные правила нейтрализации уловок-манипуляций**

Знание механизма функционирования различных уловок поможет деловому человеку при необходимости нейтрализовать их, не становясь тем самым объектом манипуляции со стороны безнравственных партнеров. Существует несколько способов нейтрализации уловок [60]. Основные из них следующие:

1. Открытое обсуждение о недопустимости использования манипуляций. Этот прием обычно используют накануне дискуссии, полемики или спора, когда стороны открыто договариваются не прибегать в отношении друг друга к уловкам. Однако достигнутое «джентльменское соглашение» по этому вопросу, как показывает практика, часто нарушается, и тогда необходимо использовать другие приемы нейтрализации уловок.
2. Разоблачение уловки, т.е. раскрытие ее сути. Данный способ нейтрализации уловки будет эффективен, если удастся не только назвать используемую уловку «по имени», но и подробно объяснить окружающим ее предназначение и особенности применения в той или иной ситуации. В этом случае раскрытие уловки явно покажет ее автору, что противоположная сторона также вооружена знанием этих уловок и способна публично раскрыть их суть в дальнейшем.
3. Повторное напоминание о недопустимости применения уловок. Этот прием основывается на реализации двух важных принципов: «умному достаточно и намека» и «от умного достаточно и намека».
4. «Уловка на уловку». Этот способ нейтрализации может быть использован, когда все предыдущие не дали положительного результата. Лишь убедившись в том, что, не смотря на тактичные открытые заявления в адрес оппонента о недопустимости использования уловок, противник злостно продолжает их реализовывать, можно включиться в борьбу – «кто кого». В ситуации открытого противоборства, безусловно, выигрывает тот, кто более вооружен не столько знаниями, сколько умениями реализовать на практике непозволительные приемы – манипуляции.

Одной из основных функций, заложенных в самом понятии «менеджер», является управление. Управление можно определить как «комплекс необходимых мер влияния на группу, общество или отдельные его звенья с целью упорядочивания … усовершенствования и развития» [17]. Таким образом, менеджер – это специалист, осуществляющий работу по управлению, умеющий принимать решения и нести за них персональную ответственность, организующий людей и координирующий их деятельность.

Принципиальное отличие управленца от исполнителя заключается в том, что результатом деятельности руководителя является не количество и качество продукции как таковой, а оптимизация функционирования системы, производящей данную продукцию или реализующую иные задачи, а также получение возможно большего полезного эффекта при наименьших усилиях и затратах. Представители школы научной организации труда поставили вопрос об отделении функций управления чисто исполнительских функций. По словам французского ученого Анри Файоля, которого называют «отцом менеджмента», «управлять означает предсказывать и планировать, организовывать, распоряжаться, координировать и контролировать» [108]. Другие авторы разработали иные перечни функций. Обзор современной литературы позволяет выявить следующие функции менеджмента: планирование, организация, распорядительство, мотивация, руководство, координация, контроль, коммуникация, исследование, оценка, принятие решений, подбор персонала, представительство и ведение переговоров [17]. М. Фоллет, которая наряду с Э. Мэйо являлась представителем школы человеческих отношений, впервые определила управление как обеспечение выполнения работы «с помощью других людей» [17]. Современное понимание основных управленческих функций характеризует их как «относительно обособленные направления управленческой деятельности, позволяющие осуществить управленческое воздействие» [46]. Реализация основных управленческих функций предполагает циклическое повторение процессов получения и переработки информации, выработку мер воздействия (принятия решения), реализацию воздействия (передачу решения на исполнение).

В какому классу профессий можно отнести труд руководителя? По мнению Т.С. Кабаченко, профессия руководителя является социономической, но специфика ее заключается в том, что его деятельность оказывается ориентированной не в отношении потребностей другого человека, а, напротив, исполнитель выступает в инструментальной функции, т.е. как средство. Поэтому социальное в труде руководителя реализуется через систему целей, через способы, технологии реализации этих целей, но не в предмете и продукте труда руководителя [46].

Следует учитывать тот факт, что руководитель является элементом четырех подструктур организации, две из которых являются институциированными, а две других возникают в связи и на фоне целей организации и процессов, происходящих в ней. Так, руководитель организации может выступать в качестве субъекта технологического поведения, субъекта формального поведения, субъекта неформальной структуры и субъекта неформальной группировки [46].

Еще одним важным показателем, характеризующим руководителя в контексте его профессиональной деятельности, является стиль управления. Так, например, Р. Блейк и Д. Моутон предложили классификацию стилей управления, в основу которой легли направленности профессионала: «заинтересованность в людях» и «заинтересованность в задаче». На наш взгляд, эта классификация соотносится с преобладанием у управленца различных мотивов трудовой деятельности. Так, «заинтересованность в людях» соотносится с преобладанием в мотивационной сфере коммуникативного мотива», а «заинтересованность в задаче» – с преобладанием мотива преобразования и достижения [46].

Помимо положения руководителя в системе формальных взаимосвязей, необходимо учитывать содержание его деятельности. В зависимости от специфики деятельности, существуют заметные отличия в содержании деятельности руководителей, занимающих один и тот же статус. Но, вместе с тем, вне зависимости от отрасли и уровня управления, масштабов деятельности, сама деятельность руководителя имеет нечто общее, а именно они планируют, организуют, регулируют деятельность вверенных им коллективов. Способы и приемы, за счет которых достигается решение задач управления, называются методами управления. Так, выделяют пять групп методов управления: административные, организационные, методы правового регулирования, экономические и психологические методы. В психологии управления принято разводить такие понятия, как воздействие, управление, психологическое воздействие и психологические методы управления [17, 46, 13].

Психологические методы управления предназначены для воздействия на психологические закономерности деятельности людей и социально-психологические отношения. Использование психологических методов управления может осуществляться только сверху вниз – от субъекта управленческой деятельности (руководителя) к объекту (подчиненному). Ведущие специалисты в области управления (У. Бенние, У. Уайт, Д. Марч) [46] считают, что одной из основных задач руководителей организации является создание культуры организации, системы идей и смыслов.

В современной науке управления с социально-психологическими методами управления возникает достаточно много проблем, связанных с тем, что, во-первых, эти методы незначительно представлены в общей структуре управления, а, во-вторых, с тем, что происходит подмена психологических методов управления психологическим воздействием, в частности, манипулятивными технологиями. Вопрос «Как управлять?» редуцируется в сознании управленцев прежде всего в вопрос, как заставить других действовать таким образом, который представляется им рациональным в данных обстоятельствах. Возрастающее количество подобных вопросов свидетельствует об ориентации части руководителей на манипулирование сотрудниками как на основной способ внедрения психологического знания в сферу методов управления. Однако, психологические методы управления, в отличие от психологических методов воздействия, всегда санкционированы правовыми и этическими нормами, принятыми в соответствующем сообществе. Поэтому, по мнению некоторых авторов, такие виды воздействия, как манипулятивные, не могут быть отнесены к классу психологических методов управления [17, 46]. Хотя, следует признать, что в современном обществе понятие «этичных» и «неэтичных» методов воздействия достаточно размыто.

Достаточно интересным является введение А.Л. Журавлевым введение терминов «опосредованные или косвенные» и «прямые» социально-психологические методы руководства. Прямые методы используются в процессе непосредственного общения руководителя с коллективом, не требуют организации специальных условий для их принятия. Косвенные методы не требуют обязательного управленческого общения и требуют организации соответствующих условий для их исполнения и включения исполнителей в преобразования [46]. Иная классификация психологических методов, основанная на выделении непересекающихся целей воздействия, дана А.В. Филипповым. Им выделяются диагностические, регулирующие, тонизирующие и развивающие методы. Однако, как отмечает Кабаченко Т.С., разработка классификации этих методов управления сама по себе еще не обеспечивает повышения эффективности их применения отдельных задач с использованием психологического воздействия. Примером могут служить книги Д. Карнеги. Вместе с тем, эти советы не могут обеспечить полноценную ориентировочную основу их применения.

Социально-психологические методы воздействия ориентированы на воздействие на психологические механизмы, обеспечивающие и реализующие те или иные поведенческие акты, создающие психологические основы требуемых форм поведения. Специфика психологического воздействия в рамках формальной организации не имеет по отношению к иерархическим связям преимущественной ориентации. Оно может быть и горизонтальным, и двусторонним вертикальным. Действительно, исполнитель является управляемым, подчиненным звеном в системе управления. Но при этом не остается пассивным исполнителем приказов, а выступает как активный субъект деятельности, имеющий свое понимание и оценку поставленных перед ним задач, а также определенную личностную мотивацию [17, 46, 77].

Подробно остановимся на одном из видов коммуникативных процессов в организации – управленческом взаимодействии. Взаимодействие с другими членами организации является средством процесса управления. В настоящее время проблема управленческого взаимодействия приобретает для современных руководителей все большее значение, причем на первый план выступают проблемы, обусловленные необходимостью взаимодействовать с другими людьми, а не с умением осуществлять основные функции управления. Концепции Г. Саймона, Э. Роджерса и Р. Агавала-Роджерс показали, что управленческое взаимодействие не является только прерогативой руководителя [56].

Еще одной специфической чертой управленческого взаимодействия является тот факт, что оно осуществляется в особых условиях у одного и партнеров по общению властных полномочий по отношению к другому или другим партнерам. То есть руководитель имеет юридически обусловленную возможность побудить другого человека сделать нечто, что он иначе не стал бы делать [58].

Существует еще один термин «влияние», используемый для описания процесса и взаимодействия людей или групп в контексте профессиональной деятельности. Под чьим-то влиянием у субъекта происходит изменение его установок, намерений и поведения [46]. Причем возможность влиять на других людей не связана напрямую со статусом человека, оказывающего влияние. Управленческое взаимодействие реализуется в горизонтальном и вертикальном направлении. Горизонтальное взаимодействие осуществляется между лицами, имеющими сходный статус в формальной иерархии. Вертикальное взаимодействие осуществляется между людьми с различным статусом и может иметь направление как сверху вниз, так и снизу вверх. Но существуют и опосредованные формы управленческого взаимодействия, использующие формальные и неформальные взаимосвязи. Про таких руководителей говорят, что они склонны к интригам, «действуют через голову собственного начальника» и т.п. [17, 46].

# 3. Эмпирическое исследование манипулятивной установки в профессиональной деятельности менеджера

## 

## 3.1 Цель, гипотеза и задачи исследования

Основным замыслом экспериментальной части работы мы определили необходимость получения данных в поддержку или опровержения выдвинутой нами гипотезы.

**Гипотеза** исследования: уровень манипулятивных установок (склонности к манипулированию) личности детерминирован субъективными (отношение к собеседнику) и объективными (коммуникативными) особенностями общения.

**Цель** экспериментального исследования: изучение уровня манипулятивных установок (склонности к манипулированию) личности менеджера и его детерминированности особенностями общения.

Для достижения цели и подтверждения гипотезы в экспериментальной части исследования поставлены следующие **задачи**:

1. Подобрать комплекс психодиагностических и исследовательских методик, адекватных целям исследования.

2. Исследовать взаимосвязь уровня манипулятивных установок (склонности к манипулированию) и личностных особенностей общения.

Исследование проводилось в 3 этапа:

1. Исследование уровня манипулятивных установок (склонности к манипулированию).
2. Исследование субъективных (отношение к собеседнику) и объективных (коммуникативных) особенностей общения.
3. Математическая обработка и анализ результатов.

**Выборка** исследования. В экспериментальном исследовании принимало участие 25 человек в возрасте 22–35 лет, работники ООО «Major».

В исследовании использовались следующие диагностические методики:

– для исследования уровня манипулятивных установок (склонности к манипулированию):

1. методика диагностики манипулятивного отношения (по шкале Банта) [42];

– для исследования особенностей общения:

– субъективных (отношение к собеседнику):

2. методика диагностики принятия других (по шкале Фейя) [17]

3. методика К.Н Томаса «Оценка способов реагирования в конфликте» [50]

– объективных (коммуникативных):

4. опросник КОС (коммуникативных и организаторских склонностей) [46]

5. методика «Оценка уровня общительности» (тест Ряховского) [17]

**3.2 Методика исследования**

1. Диагностика манипулятивного отношения (по шкале Банта)

Инструкция к тесту. Внимательно прочитайте (прослушайте) суждения опросника. Варианты ответов по всем суждениям даны на специальном бланке. Если вы считаете, что суждение верно и соответствует вашему представлению о себе и других людях, то в бланке ответов напротив номера суждения отметьте степень вашего согласия с ним, используя предложенную шкалу:

5 – практически всегда;

4 – часто;

3 – иногда;

2 – случайно;

1 – очень редко.

Тестовый материал см. Приложение 4.

Обработка и интерпретация результатов теста

Баллы суммируются.

80 баллов и больше – высокий показатель манипулятивного отношения;

60–80 баллов – средний показатель с тенденцией к высокому;

40–60 баллов – средний показатель с тенденцией к низкому;

40 баллов и меньше – низкий показатель.

Люди с высокими показателями по шкале используют других для удовлетворения своих собственных потребностей. С одной стороны, такой человек может организовать работу других, что в некоторых случаях может быть полезно (например, руководителям), с другой стороны – плохо для партнерского общения, так как не учитываются интересы другого человека.

2. Методика диагностики принятия других (по шкале Фейя)

Инструкция к тесту. Внимательно прочитайте (прослушайте) суждения опросника. Варианты ответов по всем суждениям даны на специальном бланке. Если вы считаете, что суждение верно и соответствует вашему представлению о себе и других людях, то в бланке ответов напротив номера суждения отметьте степень вашего согласия с ним, используя предложенную шкалу: практически всегда; часто; иногда; случайно; очень редко.

Тестовый материал см. Приложение 5.

Обработка и интерпретация результатов теста. За ответ:

* «практически всегда» – начисляется 0 баллов,
* «часто» – 1 балл,
* «иногда» – 2 балла,
* «случайно» – 3 балла,
* «очень редко» – 4 балла.

Подсчитывается сумма баллов, набранная испытуемым. При подсчете необходимо инвертировать баллы по обратным суждениям.

Таблица инвертирования оценок респондентов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **0** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

* 60 баллов и больше – высокий показатель принятия других;
* 45–60 баллов – средний показатель принятия других с тенденцией к высокому;
* 30–45 баллов – средний показатель принятия других с тенденцией к низкому;
* 30 баллов и меньше – низкий показатель принятия других.

3. Тест «Опросник КОС (коммуникативных и организаторских склонностей)»

Инструкция. Вопросы носят общий характер и не могут содержать всех необходимых подробностей. Поэтому представьте себе типичные ситуации и не задумывайтесь над деталями. Не следует тратить много времени на обдумывание, отвечайте быстро. Возможно, на некоторые вопросы вам будет трудно ответить. Тогда постарайтесь дать тот ответ, который вы считаете предпочтительным. Отвечая на вопросы, не стремитесь произвести заведомо приятное впечатление. Важен не конкретный ответ, а суммарный балл по серии вопросов. Итак, ответьте «да» или «нет».

Тестовый материал см. Приложение 6.

Обработка и интерпретация результатов теста. Данный тест позволяет определить уровень индивидуальных коммуникативно-организаторских способностей.

Результат по шкале «коммуникативные склонности»: по 1 баллу за каждый ответ «да» на 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37-й вопросы и за каждый ответ «нет» на 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39-й вопросы. Коэффициент коммуникативности (Кк) определяется путем выяснения отношения количества «сырых» баллов по данной шкале к числу вопросов (20).

Величина коэффициента: от 0,10 до 0,45 соответствует шкальной оценке №1; от 0,46 до 0,55 – №2; от 0,56 до 0,65 – №3; от 0,66 до 0,75 – №4; от 0,76 до 1,00 – №5.

Результат по шкале «организаторские склонности»: по 1 баллу за каждый ответ «да» на 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38-й вопросы и за каждый ответ «нет» на 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40-й вопросы. Коэффициент организаторских склонностей (Ко) определяется путем выяснения отношения количества «сырых» баллов по данной шкале к числу вопросов (20).

Величина коэффициента: от 0,20 до 0,55 соответствует шкальной оценке №1; от 0,56 до 0,65 – №2; от 0,66 до 0,70 – №3; от 0,71 до 0,80 – №4; от 0,81 до 1,00 – №5.

Характеристика испытуемых по шкальной оценке.

№1. Характеризуются низким уровнем проявления коммуникативных и организаторских склонностей (далее – КОС).

№2. КОС присущи на уровне ниже среднего. Они не стремятся к общению, чувствуют себя скованно в новой компании, коллективе, предпочитают проводить время наедине с собой, ограничивают свои знакомства, испытывают трудности в установлении контактов с людьми и в выступлении перед аудиторией, плохо ориентируются в незнакомой ситуации, во многих делах они предпочитают избегать принятия самостоятельных решений.

№3. Характерен средний уровень проявления КОС. Они стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомств, отстаивают своё мнение, планируют свою работу, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчивостью.

№4. Относятся к группе уровнем проявления КОС выше среднего. Они не теряются в новой обстановке, быстро находят друзей, постоянно стремятся расширить круг своих знакомых, занимаются общественной деятельностью, помогают близким, друзьям, проявляют инициативу в общении, с удовольствием принимают участие в организации общественных мероприятий, способны принять самостоятельное решение в трудной ситуации.

№5. Обладают высоким уровнем проявления КОС. Они испытывают потребность в коммуникативной и организаторской деятельности и активно стремятся к ней, быстро ориентируются в трудных ситуациях, непринуждённо ведут себя в новом коллективе, инициативны, предпочитают в важном деле или в создавшейся сложной ситуации принимать самостоятельные решения, отстаивают своё мнение, настойчивы в деятельности, которая их привлекает. Они сами ищут такие дела, которые бы удовлетворяли их потребность в коммуникации и организаторской деятельности.

4. Оценка уровня общительности (тест Ряховского)

Инструкция. Вашему вниманию предлагается несколько простых вопросов. Отвечайте быстро, однозначно: «да», «нет», «иногда».

Тестовый материал см. Приложение 7.

Тест оценки уровня общительности, коммуникативности содержит возможность определить уровень коммуникабельности человека. Отвечать на вопросы следует используя три варианта ответов – «да», «иногда» и «нет». Оценка ответов: «да» – 2 балла, «иногда» – 1 балл, «нет» – 0 баллов. Полученные очки суммируются, и по классификатору определяется, к какой категории относится испытуемый.

Классификатор теста:

30–31 баллов. Слишком низкая коммуникабельность (болезненная замкнутость).

25–29 баллов. Низкая коммуникабельность.

19–24 баллов. Коммуникабельность ниже среднего.

14–18 баллов. Средняя коммуникабельность.

9–13 баллов. Коммуникабельность выше среднего.

4–8 баллов. Высокая коммуникабельность.

3 балла и менее. Излишне высокая коммуникабельность (болтливость).

5. Тест К. Томаса

Тест адаптирован для изучения личностной предрасположенности к конфликтному поведению человека. Для описания типов поведения людей в конфликтных ситуациях применяется двухмерная модель регулирования конфликтов. Основополагающими измерениями в ней являются: кооперация, связанная с вниманием человека к интересам других людей, вовлеченных в конфликт; и напористость, для которой характерен акцент на защите собственных интересов. Соответственно этим двум способам измерения выделяются следующие способы регулирования конфликтов:

1. Соперничество (конкуренция) как стремление добиться удовлетворения своих интересов в ущерб другому.
2. Приспособление, означающее, в противоположность соперничеству, принесение в жертву собственных интересов ради интересов другого человека.
3. Компромисс.
4. Избегание, для которого характерно как отсутствие стремления к кооперации, так и отсутствие тенденции к достижению собственных целей.
5. Сотрудничество, когда участники ситуации приходят к альтернативе, полностью удовлетворяющей интересы обеих сторон.

Предполагается, что при избегании конфликта ни одна из сторон не достигнет успеха. При таких формах поведения как конкуренция, приспособление и компромисс или один участник оказывается в выигрыше, а другой проигрывает, либо проигрывают оба, так как идут на компромиссные уступки. И только в ситуации сотрудничества обе стороны оказываются в выигрыше.

В опроснике описывается каждый из пяти перечисленных вариантов двенадцатью суждениями о поведении человека в конфликтной ситуации. В различных ситуациях они сгруппированы в 30 пар, в каждой из которых испытуемому предлагается выбрать то суждение, которое является наиболее типичным для характеристики его поведения.

Инструкция**.** Предлагаемый тест имеет целью определить характерную для Вас тактику поведения в конфликтных ситуациях. Он состоит из 30 пунктов, в каждом из которых имеется два суждения, обозначенные буквами А и Б (они иногда повторяются в разных пунктах). Сравнивая указанные в пункте два суждения, каждый раз выбирайте из них то, которое является более типичным для Вашего поведения. В бланке для ответов под номером пункта поставьте А или Б в соответствии с Вашим выбором. Количество баллов, набранных испытуемым по каждой шкале, дает представление о выраженности у него тенденции к проявлению соответствующих форм поведения в конфликтных ситуациях.

## 3.3 Результаты исследования

1. Результаты диагностики манипулятивного отношения (по шкале Банта).

При диагностике показателя манипулятивного отношения у четырех человек (16%) обнаружен низкий показатель манипулятивного отношения, у семерых (28%) – средний показатель с тенденцией к низкому, у девяти (36%) – средний показатель с тенденцией к высокому, у пятерых (20%) – высокий показатель манипулятивного отношения.

2. Результаты принятия других (по шкале Фейя).

При диагностике показателя принятия других у пяти человек (20%) обнаружен низкий показатель принятия других, у восьми (32%) – средний показатель с тенденцией к низкому, у семи (28%) – средний показатель с тенденцией к высокому, у пятерых (20%) – высокий показатель принятия других.

При диагностике уровня индивидуальных коммуникативно-организаторских способностей у пяти человек (20%) обнаружен низкий уровень КОС, у троих (12%) – уровень КОС ниже среднего, у пяти (20%) – средний уровень КОС, у шестерых (24%) – уровень КОС выше среднего, у шестерых (24%) – высокий уровень КОС.

При диагностике уровня общительности у четырех человек (16%) обнаружена низкая коммуникабельность, у четырех (16%) – коммуникабельность ниже среднего, у пяти (20%) – средняя коммуникабельность, у десяти (40%) – коммуникабельность выше среднего, у двоих (8%) – высокая коммуникабельность.

При диагностике уровня способов реагирования в конфликте в исследуемом коллективе максимальные оценки по такому способу как соперничество (конкуренция) присущи пяти испытуемым (20%), максимальные оценки по такому способу как сотрудничество присущи девяти испытуемым (36%), максимальные оценки по такому способу как компромисс присущи трем испытуемым (12%), максимальные оценки по такому способу как избегание присущи пяти испытуемым (20%), максимальные оценки по такому способу как приспособление присущи трем испытуемым (12%).

**3.4 Обсуждение результатов исследования**

Далее был проведен качественный и количественный анализ результатов исследования.

Для качественного анализа результатов исследования для подтверждения гипотезы о том, что уровень манипулятивных установок (склонности к манипулированию) личности детерминирован субъективными особенностями общения, было проведено сравнение результатов исследования манипулятивного отношения (по шкале Банта) и результатов оценки способа реагирования в конфликте.

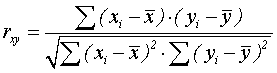
В ходе анализа было выявлено, что испытуемым с высоким показателем манипулятивного отношения присущ такой способ реагирования в конфликте, как соперничество; испытуемым со средним показателем с тенденцией к высокому присущ такой способ реагирования в конфликте, как сотрудничество; испытуемым со средним показателем с тенденцией к низкому присущи такие способы реагирования в конфликте, как компромисс и приспособление; испытуемым с низким показателем манипулятивного отношения присущ такой способ реагирования в конфликте, как избегание.

Таким образом, наиболее эффективным способом реагирования в конфликте обладают менеджеры со средним показателем манипулятивного отношения с тенденцией к высокому. Наименее эффективными способами реагирования в конфликте обладают менеджеры с высоким и низким показателями манипулятивного отношения.

Для количественного (статистического) анализа результатов исследования для подтверждения гипотезы о том, что уровень манипулятивных установок (склонности к манипулированию) личности детерминирован субъективными и объективными особенностями общения, была проведена математическая обработка результатов с использованием коэффициента корреляции Пирсона. Коэффициент характеризует наличие только линейной связи между признаками.

Знак коэффициента корреляции очень важен для интерпретации полученной связи. Если знак коэффициента линейной корреляции – плюс, то связь между коррелирующими признаками прямая, т.е. большей величине одного признака (переменной) соответствует большая величина другого признака (другой переменной).

В общем виде формула для подсчета коэффициента корреляции такова:



где хi – значения, принимаемые в выборке X,

yi – значения, принимаемые в выборке Y;

– средняя по X, – средняя по Y.



Нами была проведена корреляция между следующими параметрами:

1. показателями манипулятивного отношения и показателями принятия других;

2. показателями манипулятивного отношения и уровнями индивидуальных коммуникативно-организаторских способностей;

3. показателями манипулятивного отношения и уровнями общительности.

Расчеты проводились средствами Microsoft Excel.

По результатам математической обработки по коэффициенту Пирсона коэффициент корреляции между показателями манипулятивного отношения и показателями принятия других: r = –0,7352. Таким образом, можно говорить о сильной корреляционной связи между показателями манипулятивного отношения и показателями принятия других. Причем связь является обратной, т.е., чем выше уровень принятия других, тем ниже уровень манипулятивного отношения.

Коэффициент корреляции между показателями манипулятивного отношения и уровнями индивидуальных коммуникативно-организаторских способностей: r = 0,6214. Таким образом, можно говорить о наличии средней корреляционной связи между показателями манипулятивного отношения и уровнями индивидуальных коммуникативно-организаторских способностей.

Коэффициент корреляции между показателями манипулятивного отношения и уровнями общительности: r = 0,6145. Таким образом, можно говорить о наличии средней корреляционной связи между показателями манипулятивного отношения и уровнями общительности.

Таким образом, количественный анализ результатов исследования также подтвердил предположение о том, что уровень манипулятивных установок (склонности к манипулированию) личности детерминирован субъективными (отношение к другим) и объективными (коммуникативными) особенностями общения.

Следовательно, можно говорить о влиянии особенностей общения личности менеджера на уровень манипулятивных установок (склонности к манипулированию).

Таким образом, гипотеза исследования подтвердилась.

**Заключение**

В заключение исследования можно сделать следующие выводы.

1. Понятие «психологическая манипуляция» является сравнительно новым и недостаточно изученным как в отечественной, так и в зарубежной психологии. В отечественной психологии наиболее распространенным является определение манипуляции как одного из видов психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями.

2. Вопрос об этической оправданности манипулятивного воздействия в психологии остается открытым, однако можно выделить следующие мнения по данному вопросу:

* Крайние взгляды, полностью оправдывающие или осуждающие использование манипуляции;
* Взгляд, предлагающий судить об этической оправданности манипуляции по критерию конструктивности / деструктивности цели воздействия;
* Взгляды, разводящие понятия психологической манипуляции и психологической игры, допускающие этическую оправданность «игр» в межличностном общении партнеров на первых стадиях формирования их отношений.
* Взгляды, предлагающие вывести проблематику воздействия за рамки морально-этической оценки, но рассматривать его с точки зрения конструктивности и деструктивности для участников влияния.

3. При рассмотрении этических аспектов использования манипулятивного воздействия следует учитывать менталитет социальной группы, к которой принадлежит индивид. Следует учитывать тот факт, что в контексте организации критерий этической допустимости манипулятивного воздействия может транслироваться через корпоративную культуру организации.

4. Подчеркивание исключительно деструктивных аспектов манипулятивного воздействия в зарубежной и отечественной литературе обусловлено, во-первых, тем, что социально-адаптивный результат использования манипуляций оказывается глубоко скрытым в политических, образовательных, воспитательных и управленческих процессах, в то время как отрицательный результат обнаруживает себя гораздо чаще. Во-вторых, это связано с тем, что манипуляция является скрытым видом воздействия, имитирующим субъективность адресата воздействия. Следует отметить, что отсутствие исследований, посвященных деструктивному влиянию манипуляции на личность, не дают нам возможности сделать вывод об исключительно деструктивных аспектах использования манипуляции. Также здесь достаточно остро стоит проблема отделения предпосылок манипулятивного воздействия от их следствий и определения степени деструктивного эффекта от использования манипуляции.

5. Предпосылки формирования манипулятивной установки у индивида определяются не только его личностными особенностями, но также положением индивида в системе социальных отношений. В современном обществе, при наличии обилия культурных и социальных предпосылок, манипуляции являются неотъемлемой частью нашей жизни. Манипулятивная установка входит в современный социальный характер индивида, который Э. Фромм назвал «рыночным характером».

6. Основной предпосылкой формирования манипулятивной установки у руководителя в социальной организации, как правило, является изначальное несовпадения организационных целей и личных целей сотрудников. При этом основной задачей руководителя является согласование личных и организационных целей, позволяющее повысить эффективность управления человеческими ресурсами. Таким образом, происходит сокращение свободы личности, нивелирование индивидуальности личности. Но, с другой стороны, человек приобретает в социальной организации большую стабильность, снимает с себя бремя ответственности и принятия решения. В качестве возможных предпосылок формирования манипулятивной установки в контексте профессиональной деятельности выделяют:

* Компенсаторную реализацию стремления к власти: в данном случае в контексте организации должностные позиции, ограничивающие реализацию стремления индивида к власти (например, менеджеры среднего звена), будут задавать предпосылки для формирования манипулятивной установки.
* Степень горизонтальной / вертикальной специализации профессиональной деятельности, отражающую как соотношение творческой и рутинной составляющей профессиональной деятельности, так и степень структурированности профессиональной деятельности.

Деятельность современного человека невозможно представить вне общения с окружающими людьми. Для представителей ряда профессий: менеджеров практически всех специализаций, секретарей-референтов, руководителей различного уровня и других – умение грамотно общаться является важнейшим условием достижения ими профессионального успеха. Профессионализм делового человека в сфере общения, как известно, основывается на знании не многого, а нужного. Таковым нужным знанием в области практической психологии является знание о том, как создавать особые доверительные взаимоотношения с деловыми партнерами, как бесконфликтно склонять их к своей точке зрения, как располагать к себе людей, и многие другие знания, способствующие эффективному общению. Особое место в системе профессиональных знаний о том, как общаться с людьми, отводится механизму использования уловок-манипуляций, без которых практически невозможно представить деловые контакты.

На первом этапе экспериментального исследования была проведена оценка уровня манипулятивных установок (склонности к манипулированию). По результатам диагностики было установлено, что у 16% испытуемых обнаружен низкий показатель манипулятивного отношения, у 28% – средний показатель с тенденцией к низкому, у 36% – средний показатель с тенденцией к высокому, у 20% – высокий показатель манипулятивного отношения.

На втором этапе исследования была проведена оценка субъективных (отношение к собеседнику) и объективных (коммуникативных) особенностей общения.

По результатам диагностики субъективных (отношение к собеседнику) особенностей общения было установлено, что у 20% испытуемых обнаружен низкий показатель принятия других, у 32% – средний показатель с тенденцией к низкому, у 28% – средний показатель с тенденцией к высокому, у 20% – высокий показатель принятия других. Также было установлено, что при диагностике уровня способов реагирования в конфликте в исследуемом коллективе максимальные оценки по такому способу как соперничество (конкуренция) присущи 20% испытуемых, максимальные оценки по такому способу как сотрудничество присущи 36% испытуемых, максимальные оценки по такому способу как компромисс присущи 12% испытуемых, максимальные оценки по такому способу как избегание присущи 20% испытуемых, максимальные оценки по такому способу как приспособление присущи 12% испытуемых.

По результатам диагностики объективных (коммуникативных) особенностей общения было установлено, что у 20% испытуемых обнаружен низкий уровень КОС, у 12% – уровень КОС ниже среднего, у 20% – средний уровень КОС, у 24% – уровень КОС выше среднего, у 24% – высокий уровень КОС. Также было установлено, что у 16% испытуемых обнаружена низкая коммуникабельность, у 16% – коммуникабельность ниже среднего, у 20% – средняя коммуникабельность, у 40% – коммуникабельность выше среднего, у 8% – высокая коммуникабельность.

На третьем этапе исследования был проведен качественный и количественный (математическая обработка) анализ результатов.

В ходе качественного анализа результатов было выявлено, что испытуемым с высоким показателем манипулятивного отношения присущ такой способ реагирования в конфликте, как соперничество; испытуемым со средним показателем с тенденцией к высокому присущ такой способ реагирования в конфликте, как сотрудничество; испытуемым со средним показателем с тенденцией к низкому присущи такие способы реагирования в конфликте, как компромисс и приспособление; испытуемым с низким показателем манипулятивного отношения присущ такой способ реагирования в конфликте, как избегание.

По результатам математической обработки по коэффициенту Пирсона выяснилось, что существует сильная корреляционная связь между показателями манипулятивного отношения и показателями принятия других (субъективные особенности общения). Причем связь является обратной, т.е., чем выше уровень принятия других, тем ниже уровень манипулятивного отношения. Также установлено, что существует средняя корреляционная связь между показателями манипулятивного отношения с одной стороны и уровнями индивидуальных коммуникативно-организаторских способностей, а также уровнями общительности (объективные особенности общения), с другой стороны.

Таким образом, гипотеза исследования о том, что уровень манипулятивных установок (склонности к манипулированию) личности детерминирован субъективными (отношение к собеседнику) и объективными (коммуникативными) особенностями общения, подтвердилась.

**Список литературы**

1. Адлер А. Наука жить. СПб: Питер, 1999
2. Адорно Т. «Авторитарная личность». СПб: Питер, 1998
3. Андреев Н.Л., Мдивани М.О., Рыжонкин Ю.Я. Методика определения коммуникативной дистанции // «Вопросы психологии», 1987, №1
4. Андреева Г.М. Психология социального познания. М: Аспект-Пресс, 1997
5. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект-Пресс, 2004
6. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровкая Л.А. Зарубежная социальная психология ХХ столетия: теоретические подходы: Учебное пособие для ВУЗов. М.: Аспект-Пресс, 2001.
7. Ансофф И. Стретегическое управление. М.: ЮНИТИ, 1989
8. Артемьева Е.Ю., Лучко Л.М., Стрелков Ю.К. Методика оценки трудовых действий // вопросы психологии. 1984, №5
9. Базаров Т.Ю. Социально-психологическая ориентировка непосредственного руководителя трудового коллектива. Автореф. Дис. Канд. Псих.наук М.: 1981
10. Базаров Т.Ю. Технология центров оценки для государственных служащих. Проблемы конкурсного отбора. М.: ИПК ГС, 1995
11. Базаров Т.Ю. Управление персоналом развивающейся организации. М.: ИПК ГС, 1995
12. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учебник для вузов – 2 изд, М.: ЮНИТИ, 2002
13. Балл Г.А., Бургин М.С. Анализ психологических воздействий и его педагогическое значение/ вопросы психологии. 1994, №4
14. Бачков И.В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники. Учебное пособие. М.: Ось-89, 2005
15. Берн Э. Игры, в которые играют люди: психология человеческих отношений; Люди, которые играют в игры: психология человеческой судьбы. М.: ФАИР-Пресс, 1999
16. Божович Л.И. Проблема развития мотивационной сферы ребенка // Изучение мотивации у детей и подростков. М.: МГУ, 1972
17. Бочарова С.И., Землянская Е.В. Психология управления. Харьков ИК, 1998
18. Валовой Д.В. История менеджмента: учебное пособие М.: ИНФРА-М, 1997
19. Васютин А.М. Карнеги по-русски. М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2002
20. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. М.: МГУ, 1990
21. Волков Е.Н. Методы вербовки и контроля сознания в деструктивных культах // журнал практического психолога, 1996, №3
22. Волков Е.Н. Основные модели контроля сознания (реформирование мышления) // журнал практического психолога, 1996, №5
23. Волков Е.Н. Преступный вызов практической психологии: феномен деструктивных культов и контроля сознания (введение в проблему) // журнал практического психолога. 1996 г. №2
24. Волков Е.Н. Существует ли контроль сознания (реформирование мышления) Теоретические и практические аспекты дискуссии // Электронная версия: http:// www.scinnov.ru/socio/people/volkov/descult/dismind.htmt.
25. Волкова К.А., Казакова Ф.К., Симонов А.С. Государственное предприятие: структура, положения об отделах и службах – должностные инструкции. Справочное пособие. М.: 1990/Ж. «Время», №35
26. Воробьев А.Н. Анализ жизненных планов как метод профориентации и профотбора. В сб. «Диагностика профессиональных и познавательных способностей» под ред. Шадрикова и др. М.: 1988