

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

*Кафедра інформаційної та
соціокультурної діяльності*

КУРСОВА РОБОТА

МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК ОСНОВНА МОДЕЛЬ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Виконав: ст. гр. ДІД-41
Франківська Яна

Перевірив: к.е.н., ст. викладач
Патряк Олександра Тарасівна

ТЕРНОПІЛЬ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ I.Сутність маніпуляцій у діловому спілкуванні: методи, засоби, техніка введення

РОЗДІЛ II.Маніпулятивні ролі співрозмовників

РОЗДІЛ III.Вербальні та невербальні елементи маніпулятивної системи

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На початку ХХ ст. Н. Рубакін писав, що «власне мова представляє собою особливо страшну силу, навіть таку силу, з якою в кінцевому підсумку, не здатний управлятися навіть найсильніший кулак, якщо тільки всі дії мови раціональні та систематичні». Призначення будь-якого слова – впливати на співрозмовника. Завдання мовленнєвого впливу полягає в тому, щоб змінити за допомогою мовлення поведінку чи думку співрозмовника у напрямку, необхідному мовцеві. Це завдання можна виконувати за допомогою цілої низки способів впливу у спілкуванні: доведення, переконання, вмовляння, скиглення, навіювання, прохання, наказу, примусу. Вербальний та невербальний вплив на людину об'єднується в систему маніпулятивних тактик. Маніпуляція – це психологічна дія, націлена на зміну напрямку активності іншого суб'єкта. Людину змушують думати про один і той же об'єкт, кожного разу додаючи все нову, заздалегідь підготовлену інформацію до роздуму. Механізми маніпуляції ґрунтуються на владних стосунках і починають набирати чинності, коли одна людина змушує іншу вчинити певні дії чи прийняти рішення відповідно до волі маніпулятора. При цьому критерієм майстерно виконаної маніпуляції вважається її незаперечність. Маніпулятор за своєю природою лідер. Він здатен ефективно впливати на інших, з ним бажає співпрацювати більша частина людей (колективу). Лідерські якості визначаються не тільки схильністю до управлінської діяльності, це частина нашої особистості, яка свідомо або несвідомо вдається до всіляких хитрощів, щоб контролювати ситуацію та досягти своєї мети. Саме ці риси є визначальними для людини-маніпулятора. Основна причина багатьох маніпуляцій лежить у площині вічного людського конфлікту між опорою на власні сили й опорою на зовнішнє середовище. Тому маніпуляції стали звичайною, повсякденною частиною життя сучасної ділової людини.

Маніпулятивні техніки в повсякденній і діловій взаємодії стають все більш витонченими і замаскованими, причому зростання значимості ділового етикету не призводить до зменшення цієї тенденції.

Маніпуляція існувала і буде існувати, від неї не можливо позбавитись. Практика спілкування показує, що широке використання маніпулятивного впливу, маніпулятивних засобів у діловій сфері зазвичай переноситься на сферу дружби, неформальних міжособистісних стосунків, що призводить до руйнації близьких, довірливих зв'язків між людьми.

Кожен з нас досить часто користується в різних життєвих ситуаціях прийомами мовного маніпулювання, деколи інтуїтивно, деколи – цілком усвідомлено. Вибір відповідних до ситуації способів пов'язаний з моральною та психологічною культурою спілкування, саме це і визначило актуальність теми дослідження.

Об'єктом дослідження є маніпулятивні тактики, **предметом** – механізм реалізації маніпулятивних технологій у діловому спілкуванні/

Метою дослідження є вивчення маніпулятивних тактик ділового спілкування їх аналіз.

На підставі визначеної мети дослідження виокремлено наступні **завдання:**

- визначати науково-теоретичні основи маніпуляції у діловому спілкуванні;
- з'ясувати роль комунікативних здібностей керівника на ефективність процесу управління;
- визначити найбільш ефективні прийоми захисту від маніпулятивного впливу;

Структура та обсяг роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ I. Сутність маніпуляцій у діловому спілкуванні: методи, засоби, техніка введення

Спілкування – це складний, багатоплановий процес встановлення і розвитку зв'язків між людьми, що виникає на основі потреб і спільної діяльності та включає в себе обмін інформацією, сприймання та розуміння іншого, це взаємодія суб'єктів через знакові засоби, викликана потребами спільної діяльності та спрямована на значимі зміни стану, поведінки партнера [1, с. 12].

Цілком обґрунтовано, що процес спілкування є надзвичайно складним явищем, який включає не тільки власне вербальний елемент, а й не менш важливе невербальне спілкування, яке досить часто несе в собі більш значуще змістовне навантаження та істотно впливає на весь процес спілкування.

Ділове спілкування регулює офіційні стосунки комунікантів у державно-правовій і суспільно-виробничій сферах. Воно цілком залежить від ситуаційних факторів. М. Й. Дмитренко порівнює ділове спілкування із грою в шахи, де неможливо «закреслити» непродуманий хід. Якщо його вже зроблено, ситуація змінюється, і наступні ходи необхідно вже робити за нових умов. Особливе значення під час процесу спілкування має вміння «коректно» говорити, слухати і чути, ставити влучні запитання, сприймати партнера, стримувати емоції.

Ділове спілкування – це спілкування, яке просуває продукт, послугу або організацію; передає інформацію в межах бізнесу; або функціонує як офіційна заява компанії. Спонукає до висновку, що управлінці та підприємці в процесі ділового спілкування виступають або як рівні та рівноправні партнери, або хтось має певну залежність (моральну, матеріальну тощо) та менше повноважень, тоді проявляється нерівноправність [2, с. 21].

Сфера використання ділового спілкування досить специфічна. Вона виражається тим, що за кожним із учасників спілкування стоїть їхнє фінансове, економічне, політичне становище. Логічно, що одним із способів спілкування є вплив однієї людини на іншу, коли ми прагнемо «спровокувати» її поведінку в

потрібному нам напрямі, знайти в системі її діяльності «слабкі місця», визначити фактори, що керують нею, і намагаємося змінити їх [1, с. 273].

Цілком аргументовано, що на початковому етапі процесу комунікації партнери вже мають інформацію відому їм обом: загальнокультурний багаж, знання про ситуацію, деякі уявлення про партнера, імідж. Вже на підставі цих знань про опонента кожен з них може намагатись спробувати на іншому прийом маніпулятивної дії для досягнення певного свого результату, своєї мети.

П.М. Лісовський у своєму соціально-філософському аналізі визначає маніпулятивні технології спілкування як посилення на дії, в яких розглядаються корисливі, его-інтереси одного або обох суб'єктів. Саме ці установки кожного з них і призводять до маніпулювання та порушення етики спілкування.

Встановлено, що мета маніпуляції у спілкуванні – досягнути своїх прихованих намірів і цілей, контролю над поведінкою й думками іншої людини. Особливістю такої маніпуляції в процесі ділового спілкування є те, що кожен з учасників спілкування намагається приховати істинні цілі розмови або ж замінити на інші задля досягнення власної мети, отримання вигоди. Отож маніпуляція – це прихований вплив на поведінку людини [3; с. 58].

Маніпулятор починає свої дії, будучи впевненим в своєму успіху. Ця впевненість реалізується в прагненні створити потрібну перевагу сил над опонентом, що дозволяє осилити його. Для опису даного аспекту взаємин скористаємося поняттями сила і слабкість.

Слід зауважити, що основним фактором застосування маніпуляцій у спілкуванні є факт визначення переваги одного партнера над іншим. Такою перевагою може бути сила як фактор дії: кваліфікація, посада, володіння інформацією, контроль над ситуацією. Наявність тієї або іншої переваги часто виявляється лише в самому процесі дії – вже як застосування сили, що не заперечує факту її наявності в потенційному вигляді. Ефективність же маніпуляції залежить від навиків маніпулятора використовувати психологічно уразливі місця людини.

Розглядаючи маніпуляційні тактики ділового спілкування, можна простежити ряд негативних наслідків у партнерських стосунках, що реалізуються в моральних, мотиваційних й когнітивних аспектах:

- ✓ маніпулятор сприймає партнера як засіб досягнення цілей, з часом така позиція переходить в звичку розпоряджатися ним;
- ✓ маніпулятор сприймає партнера як носія потрібних властивостей, для задоволення власних;
- ✓ егоцентризм, односторонність, самовпевненість, самозакоханість маніпулятора, що може призвести в результаті до тяжких економічних, та, навіть, правових наслідків [4, с. 46].

Під час аналізу даних тверджень щодо психологічного визначення маніпулювання, можна визначити ряд ознак:

- ✓ родова ознака психологічного впливу;
- ✓ прагнення отримати односторонній вииграш;
- ✓ прихований характер впливу;
- ✓ ставлення маніпулятора до об'єктів маніпулювання як до засобу досягнення власної мети;
- ✓ використання «емоційної» сили, використання психологічної вразливості.
- ✓ формування «штучних» потреб і мотивів для зміни поведінки на користь ініціатора маніпулювання [5, с. 26].

Зазвичай, фундаментом маніпулювання є брехня й обман. Логічно, що в основі цієї брехні лежать корисливі інтереси. Маніпулятивний вплив трансформує вибір громадян із вільного свідомого рішення у формальний акт, вже заздалегідь сформованим маніпулятором своєму співрозмовнику.

Активне використання та поширення маніпулювання здійснюється за допомогою економічних та силових методів впливу. Перевагами маніпулятивного впливу є:

- ✓ здійснення його непомітно для тих, ким маніпулюють;
- ✓ воно не передбачає застосування жорстких методів;
- ✓ маніпулювання не потребує великих матеріальних затрат, які необхідні для підкupu або заспокоєння противників, конкурентів.

Маніпуляція – це психологічна дія, спрямована на зміну напрямку активності іншого суб'єкта. Безумовно, що людину змушують думати про один і той же об'єкт, кожного разу додаючи все нову, заздалегідь підготовлену інформацію до роздуму. Цілеспрямоване перетворення інформації необхідної для побудови іміджу, зараховується до однієї з основних складових маніпулятивних дій [6, с. 87].

Механізми маніпуляції ґрунтуються на владних стосунках і починають набирати чинності, коли одна людина змушує іншу щось вчинити певні дії чи прийняти рішення відповідно до його волі. При цьому критерієм майстерно виконаної маніпуляції вважається її незаперечність.

Маніпулювання – це цілеспрямований вплив, що використовується для досягнення заздалегідь визначених результатів. Спонукає до висновку, що під час маніпулятивної дії маніпулятор сприймає партнера не як самостійну особистість, а як засіб для реалізації прихованих інтересів і потреб, без врахування інтересів волі й бажань партнера. У результаті такого впливу партнер починає усвідомлювати викликані у нього інтереси як свої власні.

В основі причини маніпулювання лежить вічний конфлікт між опорою на власні сили й опорою на зовнішнє середовище, тому маніпуляції стали звичайною, повсякденною частиною життя сучасної ділової людини [7, с. 64-65].

Факторами, що визначають місце маніпуляцій в системі інформаційно-психологічної безпеки особистості є:

- ✓ масовим включенням маніпуляцій в інформаційно-комунікаційні процеси в сучасному суспільстві, ефекти якої багаторазово підсилюються активним використанням новітніх інформаційних технологій і засобів комунікації;
- ✓ значним збільшенням кількості об'єктів маніпулятивного впливу внаслідок їхньої полегшеного доступу до засобів поширення інформації;
- ✓ відсутністю діючої системи соціально-психологічного захисту від маніпулятивних впливів;

- ✓ слабкою сформованістю механізмів індивідуального психологічного захисту від маніпуляцій, що різко знижує опірність до такого психологічного впливу;
- ✓ підвищеною схильністю значної частини населення до маніпулятивного впливу у зв'язку із тривалим перебуванням у кризових умовах кардинальної трансформації соціально-економічних відносин і суспільства в цілому;
- ✓ стихійним і неконтрольованим поширенням новітніх маніпулятивних технологій (у тому числі, нейролінгвістичного програмування тощо);
- ✓ відсутністю ефективної нормативно-правової бази, яка б перешкоджала використанню маніпулятивних технологій[8, с.39].

Проаналізувавши сутність маніпуляцій у діловому спілкуванні, встановлено, що об'єктом маніпулювання виступає організація, установа, підприємство, тобто сукупність працівників. Успіх під час маніпулювання об'єктом в першу чергу є некомпетентність адміністрації організації, нездатність вирішувати власні актуальні питання, її установки на моральне й практичне виправдання колективних дій.

Відповідно до об'єкту маніпулювання суб'єктом є особа або група осіб, які здійснюють маніпулювання, причому немає різниці здійснюється таке маніпулювання у власних інтересах чи інтересах третіх осіб.

Суб'єкти маніпулювання володіють певними якостями:

- ✓ володіють формами вербального впливу
- ✓ наділені сильними природними психологічними та емоційними якостями;
- ✓ самовпевнені.

Спонукає до висновку, що маніпулювання націлене на цілеспрямоване зниження рівня усвідомленості формованих дій шляхом активізації емоційних реакцій, які маскують раціональне розуміння того, що відбувається. Для об'єкта маніпуляції вони (емоційні реакції) виступають як результат реконструкції дій суб'єкта з обов'язковим збереженням ілюзії самостійного рішення й наступних дій об'єкта. Формування такої ілюзії значною мірою залежить від розмаїтості й гнучкості використання прийомів і засобів впливу [9].

Маніпуляція характеризується наявністю схованого впливу на об'єкт. Причому ретельно ховається не тільки наявність цього впливу, але й мети, наміру, а також результатів маніпуляції. Закономірно, що саме приховання впливу є одним із самих популярних і надійних методів реалізації маніпуляції свідомістю мас, коли маніпулятори прагнуть до мінімізації виявлення початкового впливу, виключення виявлення важливих змін, які відбуваються, а у випадку їхнього розкриття передбачають, щоб зміни, що відбуваються, здавалися випадковими, а зацікавлені суб'єкти не були розкриті.

З прийомами маніпулювання на міжособистісному рівні ми стикаємося досить часто. Основними структурними елементами схеми такого маніпулювання з одного боку є сам маніпулятор, суб'єкт маніпулювання чи автор впливу, а з іншого – людина, на яку воно направлене, тобто об'єкт маніпулювання чи адресат впливу [10].

Цілком обґрунтовано, що процес маніпулятивного впливу може здійснюватися безпосередньо маніпулятором, але бувають ситуації, коли останній виступає ініціатором і організатором складного психологічного маніпулювання, в якому використовує інших осіб для досягнення своєї мети (так званий метод «залучення третіх сил»).

Логічно, що маніпуляції в спілкуванні спираються завжди впливає на процес прийняття управлінських рішень. Особливість цього процесу полягає в тому, що завжди порівнюється щось представлене свідомості, а не те, що знаходиться за його межами.

Як вже зазначалося у попередньому розділі, будь-який маніпулятивний вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій тощо. Психологічні механізми маніпуляції за природою видів впливу не однакові, кожний з них специфічний і застосовується за певних умов [11, с.73].

Під час спілкування маніпулятивний процес можливий лише за умов тотального контролю й навмисного спотворення інформації, яка визначає мотивації, установки, уяви, правила й зразки людської діяльності. При цьому пусковим механізмом маніпуляції є певний ступінь нервової й емоційної

напруги партнера. Спонукає до висновку, що ефективність маніпулювання під час спілкування визначають певні обставини, ситуації, що склалися в організації, колективі, а саме нестабільність дезорієнтування, спотворення того, що відбувається, утримання інформації, задля блокування нормальної роботи чи сприйняття повноти ситуації.

Маніпулювання завжди супроводжується інформаційним обманом, у що проявляється, залежно від цілей відправника відомостей у тій чи іншій мірі. Так, ряд вчених досліджують маніпулятивний потенціал і силу маніпулятивного впливу неправдивих висловлювань. Інші дослідники, як, наприклад, О.Л. Доценко диференціює між обманом і маніпуляцією: «Например, кто-то спрашивает у нас дорогу на Минск, а мы его направляем ложно на Пинск – это лишь обман. ... манипуляция будет иметь место в том случае, если тот, другой, собирался идти в Минск, а мы сделали так, чтобы он захотел пойти в Пинск. Или он вообще никуда не собирался, но решил сделать что-то благодаря нашему влиянию» [12, с. 231].

Інформаційний обман є специфічною формою маніпулювання і проявляється в декількох формах:

- ✓ відбувається вилучення й маскування інформації, яка суперечить офіційному курсу;
- ✓ використовується одна з базових потреб людини – у «відчутті причетності» – коли до поданої інформації «приєднуються» певні твердження, на кшталт, «я знаю й вирішу всі ваші проблеми»;
- ✓ неправда може прикриватися звертаннями до основних понять, наприклад, «священним принципам націй» тощо;
- ✓ неправда завжди повинна бути правдоподібною й певним чином дозованою;
- ✓ маніпулювання може здійснюватися на тлі використання логіки взаємної відповідальності;
- ✓ уживаються публічні обвинувачення;
- ✓ сумнівна новина «упаковується» у ряді правдивих повідомлень;

- ✓ автор неправди повинен ураховувати очікування конкретної аудиторії, що дозволяє йому створювати специфічні ілюзії саме для даної аудиторії;
- ✓ нав'язуються певні емоційно забарвлені «шаблони переживань»;
- ✓ із цілого переліку аргументів, висунутих у захист якого-небудь положення, вибирають один найбільш уразливий і критикуючи його в різкій формі, роблять вигляд, що інші доводи навіть не заслуговують на увагу;
- ✓ використовуються короткі словесні формули, гасла, що мають навіювальний вплив на людину;
- ✓ використовуються невизначеності висловлюваної тези, коли думка свідомо формулюється нечітко, що дозволяє її різну інтерпретацію;
- ✓ застосовуються «порочне коло» у доказі тези, який виражається, коли думка доводиться з її ж допомогою, але сформульованої іншими словами;
- ✓ використовуються софізми, коли, наприклад, тимчасовий зв'язок між явищами трактується як причинно-наслідковий;
- ✓ міркуванням загального характеру протиставляються нечисленні факти-заперечення, які можуть бути нетиповими прикладами або навіть виключеннями;
- ✓ якесь твердження робиться як саме собою зрозуміле, а для його доказу використовуються аналогії з подіями або явищами [10].

Філософи виділяють три основні важелі маніпулятивного впливу: переконання, бажання й емоції об'єкта маніпуляції [13, с. 47]. Інформаційний обман, за даним твердженням, є маніпулятивними переконаннями, оскільки один із співрозмовників намагається переконати іншого в правдивості ситуації, відомостей, певної інформації знаючи, що вони є не правдивими.

Аргументовано, що перетворення інформації в маніпулятивну здійснюється в декілька способів:

1. Семантичне перетворення інформації від правдивої до відвертої не правди. Це можливо під час перекручування фактів так, щоб людина побачила сформований образ, а не те, що є насправді;
2. Навмисне приховання, замовчування інформації;

3. Подача інформації у такий спосіб щоб отримувач зробив необхідні адресанту висновки;

4. Маніпулювання подачі інформації у часі. Такий вплив впливає на оцінку та осмислення відомостей;

5. «Перенасичення інформації», тобто навмисне перевантаження адресата інформацією, формування у нього переконання в тому, що інформації за багато і вони йому не потрібні, таж про можливу небезпеку у використанні додаткових відомостей [14, с. 131].

Інформаційний обман окрім категорії переконання включає в себе ще й переключення, а саме спрямування уваги співрозмовника від важливого до несуттєвого, навіть неправдивого. Спонукає до висновку, що найчастіше таке переключення відбувається з цілком правдивою, однак при постійному повторі вона втрачає важливість у очах адресата, відходить на другий план і врешті уваги набувають відомості важливі для маніпулятора. До переключення як до процесу маніпулювання відносять маніпулятивне мовчання або замовчування [15, с. 20].

В окрему групу маніпулятивного впливу на людей відносять навіювання, наслідування, психічне зараження. Ці механізми діють насамперед на несвідоме.

Переконання – вплив маніпулятора на людину або групу людей, який діє на підсвідомість формуючи нові погляди, відносин щодо потреб суспільства [16, с. 78].

Навіювання – це вплив маніпулятора на людину або групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі.

Психічне зараження – вплив маніпулятора на людину або групу людей, що здійснюється не через свідомість та інтелект, а через емоційну сферу людини [17, с. 25]. Психічне зараження здійснюється через передачу емоційного стану від однієї особи до іншої на несвідомому рівні. В соціальній психології зараження – це процес передавання емоційного стану від одного індивіда до іншого на рівні психічного контакту.

Наслідування – форма поведінки людини, під час якої особа відтворює дію інших осіб. Причому важливо наголосити, що наслідування може бути виявом активності індивіда, яка може бути наслідком власної ініціативи або результатом впливу інших людей, які розраховують на це й стимулюють певну поведінку різними засобами (вербальними, невербальними, через емоційний вплив чи підсвідомість) [18, с. 61].

Визначено, що маніпуляції бажаннями, то вона базується на створенні в адресата ірраціональних, безпідставних бажань, тобто бажань, які не відповідають його поглядам. До цієї категорії відносимо, наприклад, застосування реклами, яка формує в нас бажання купувати товари всупереч об'єктивно сформованим і усвідомленим потребам.

Останній вид маніпуляції представлений маніпуляцією емоціями, за якої адресату нав'язують неадекватну, безпідставну емоцію (наприклад, гнів чи відчай). Крім того, за допомогою емоцій можна привернути увагу адресата до необхідної інформації. Саме на цьому механізмі базується маніпулювання, у якому через ображене мовчання й демонстрацію своїх негативних емоцій адресант підкреслює вигідну для себе інформацію [19, с. 16].

Провідні психологи світу стверджують, що людську поведінку неможливо пояснити поза зв'язками людей з навколишнім середовищем, як рівноправний об'єкт взаємодії людини й середовища. Задля пояснення даного твердження було уведено новий об'єкт дослідження – «місце поведінки» [20, с. 124], під яким мався на увазі стійкий взаємозв'язок поведінки людини і її певного фізичного оточення.

Логічно, що «місце поведінки» характеризується циклами повторюваних дій, які підтримують певний чином організоване фізичне середовище [21, с. 64]. Характеризувати «місце поведінки» можна розглянувши механізми взаємодії та функціонування таких місць поведінки полягає в постійному відтворенні деякого зразка поведінки, властивого саме цьому місцю. Причому поведінка й місце поведінки є взаємозалежними й утворюють стійку цілісність. З позицій означеного підходу безпосереднє просторове оточення людини виступає як похідна й істотний компонент комунікативних соціальних процесів.

Спонукає до висновку, що під час використання маніпулятором різноманітних технологій впливу великого значення набуває вміння швидко приймати правильні рішення, адже увесь час необхідно пристосовуватися до лавини змін і альтернатив. Важливим завданням ухвалення рішення є аналіз альтернатив, які піддаються послідовним змінам: деякі з них елімінуються, інші, навпроти, включаються в список альтернатив, роблячи його мінливим, рухливим [22, с. 23-24].

Вплив на людину можливий за умови певного середовища, сприятливих, де формуються елементи інформації, які заслуговують довіри, умовно названі: взаємний обмін, зобов'язання й послідовність, соціальний доказ, прихильність, авторитет, дефіцит.

Проаналізувавши ситуацію маніпулятор намагається приховати вплив на співрозмовника. Методів прихованого впливу досить багато, маніпулятор може створити легенду, за допомогою якої він приховує мету й процес самого впливу [23, с. 13]. В такій ситуації використовується метод приховання часом, організація процесу маніпулювання затягується, навіть ділиться на певні часові проміжки. У цьому випадку об'єкту маніпуляції важче скласти цілісну картину змін, що відбуваються, встановити причинний зв'язок між теперішніми й уже минулими подіями. Причиною цього є те, що активний аналіз інформації людиною відбувається за умови виникнення певних подій чи масивів інформації поступово, один за одним, а через якийсь час, події, що пройшли суб'єктивно перетворюються в цілком природні умови існування. Через певний проміжок часу важливість початого раніше впливу знижується і починається наступний, а отже, захист від такого впливу знижується. Людина на підсвідомому рівні захищається від попереднього, не звертаючи увагу на нову атаку.

Часто для реалізації маніпуляції використовують спеціально організовані ритуали, які приховують від людини замасковану інформацію. Закономірно, що однієї з таких процедур може бути використання технік «наївної щирості» або «природної спонтанності» [24, с. 204]. Ефективний також метод активного розподілу інформації в асоціативному просторі, коли конструюють відсутність

перетинання обговорюваних подій шляхом їхнього асоціативного зв'язування з іншими не пов'язаними між собою подіями.

Успішна реалізація будь-якого впливу можлива за умови визначення «мішеней впливу», а саме емоційній реакції, пов'язані з почуттям власності, з упором на агресивні реакції до «чужих», з акцентом на деякі потреби, пов'язані з безпекою, спільністю зі своєю групою, потребою у визнанні, прагненням до задоволення, комфорту, тощо. «Мішені впливу» обираються ще до початку безпосереднього впливу. Правильний вибір «мішеней» робить процес маніпулювання ефективним і унеможливорює опір йому [25, с. 308].

У сучасних інформаційно-комунікативних процесах використовуються спеціальні маніпулятивні технології. Логічно, що всі вони, в основному, визначаються за аналогією із промисловими технологіями, як сукупність прийомів, методів і засобів, використовуваних для досягнення конкретних цілей [26, с. 9]. З урахуванням специфічних закономірностей їхньої взаємодії, сполученню елементів впливу, формуються маніпулятивні технології. Однак важливим є послідовність і частота застосування прийомів маніпулювання в конкретних інформаційно-комунікативних ситуаціях [27, с. 5].

Розробка й здійснення технології маніпуляції реалізується поетапно. Серед етапів маніпулятивної підготовки виділяють:

1. Планування впливу;
2. Збір інформації про об'єкт маніпуляції;
3. Вибір раціональних прийомів впливу;
4. Організація ситуації впливу;
5. Оцінка ефективності проведеного впливу;
6. Корекція впливу (за потреби) [28, с. 87].

Найефективнішою маніпулятивною тактикою вважають технологію поширення та формування образів [29, с. 93].

Сутність даної технології в створенні та розповсюдженні маніпулятором задалегідь сформованих образів осіб, організацій, підприємств, установ, ідей, програм, які оманливо відображають характеристики та образи, дезорієнтуючи

співрозмовника. Тобто, це формування неправдивого іміджу, а бо ж «чорного іміджу».

«Чорний імідж» – це викривлене відображення сприйманого явища, події за допомогою акцентування уваги тільки на певних сторонах явища [30].

Сформований образ співрозмовника дозволяє істотно спростити у суб'єкта шкалу його оцінок явищ, наприклад: «біле-чорне», «добре-погане», «добро-зло» тощо. Нав'язується образ, який складається із пропозованих кліше-шаблонів, що лежать в основі соціально-політичних, економічних орієнтирів суб'єктів. Він створюється шляхом цілеспрямованих або, у деяких випадках, спонтанних дій за допомогою маніпулювання імперативними установками, використання «образа ворога», широкої пропаганди «самоочевидних» рішень (коли за «очевидні» видаються добре підтасовані факти) тощо [31, с. 301].

Формування такого образу можна умовно поділити на кілька видів:

1. Образ «чужого», який навмисно розробляється для використання в маніпулятивних технологіях;
2. Образ, що формується за нестачі потрібної інформації або її нерозуміння;
3. Розмитий образ, в який не входить детальна інформація про суб'єкт маніпулювання, його ще часто називають «корпоративний» образ;
4. Множинний образ, в який не входить цілісна картини реального;
5. Образ, в основу якого покладене домінуюче бажання маніпулятора.

Сформований образ розглядають як сукупність стиснутої інформації, в якій величезний обсяг відомостей згортається до невеликого набору визначених символів, які активно використовуються при здійсненні маніпулювання [32, с. 206].

У професійному, діловому спілкуванні виокремлюють ряд форм маніпулятивних технологій:

1. «А слабо тобі...» – згідно з цієї форми маніпулятивної технології маніпулятор намагається спонукати співрозмовника до вчинку, на який би він сама не наважився;

2. «Мавпа на шиї» – поширена у системі «керівник – підлеглий». З гідно з цією формою керівник доручає підлеглому завдання, а той не бажаючи виконувати його звертається до керівника за допомогою. Удаваною безпорадністю та рядом компліментів на адресу керівника викликає співчуття, «всеомогутність» керівника, його керуючу роль у організаційному процесі та виконує завдання сам;

3. «Мене розривають на шматки» – форма виражає поведінку людини, коли вона звалює на себе забагато обов'язків і не виконує їх через вдавану завантаженість, причому постійно наголошує на свою відданість роботі;

4. «Казанська сирота» – маніпулятивна технологія реалізується за умови відчуженості маніпулятора від керівника та посиленням на бездіяльність його колег;

5. «Дитя на роботі» – є розігруванням безпорадності, нетямущості;

6. «Шкода» – розрахована на співчуття;

7. «Товстошкірий» – маніпуляція реалізується через активний супротив одного співрозмовника по відношенню до іншого. Під час розмови маніпулятор вдаючись до саркастичних реплік, тисне на психіку співрозмовника. На його зауваження «товстошкірий» не реагує, доки не вийде з рівноваги, тоді маніпулятор демонстративно йде геть чи змінює тему розмови;

8. «Не з вашими можливостями» – на дану маніпуляцію часто розраховують під час переговорів. Шляхом удавано-байдужого або підкреслено презирливого ставлення до партнера, спонукаючи його до позитивних для маніпулятора дій [24, с. 117].

Отже, встановлено, що процес спілкування це складний та поліфункціональний процес. Воно включає не тільки власне вербальний елемент, а й не менш важливе невербальне спілкування, яке досить часто несе в собі більш значуще змістовне навантаження та істотно впливає на весь процес спілкування.

Проаналізовано маніпулятивні тактики спілкування. Визначено, що маніпуляція – це психологічна дія, націлена на зміну напряму активності іншого суб'єкта. Під час маніпулятивної дії маніпулятор сприймає партнера не

як самостійну особистість, а як засіб для реалізації прихованих інтересів і потреб, без врахування інтересів й бажань партнера.

РОЗДІЛ II. Маніпулятивні ролі співрозмовників

Маніпуляція є невід'ємною частиною сутності багатьох людей, без якої не можливе існування у соціумі, тому що саме вона допомагає їм досягнути мети, реалізувати себе у суспільстві. Практика спілкування показує, що широке використання маніпулятивного впливу, маніпулятивних засобів у діловій сфері зазвичай переноситься на сферу дружби, неформальних міжособистісних стосунків, що призводить до руйнації близьких, довірливих зв'язків між людьми. Спонукає до висновку, що в розвитку схильності людини до маніпулювання й у використанні нею маніпулятивної стратегії в спілкуванні більшу роль можуть грати особливості її особистісної сфери, а саме розвинена інтелектуальна здатність, егоїстичність, підозрілість, ворожість тощо; невисокі значення альтруїзму й низька самооцінка моральних власних якостей. Такі суб'єкти мають можливість більш ефективно обманювати інших, у міжособистісному спілкуванні вони частіше використовують лестощі і, у цілому, успішніше впливають на інших людей [33, с. 167].

На думку А. О. Руслін вважає, що людина з високим рівнем макіавеллізму завжди демонструє свої сильні сторони. Не зважаючи на обставини та ситуацію, що склалася людина-макіавелліст поводить себе безпосередньо і досить упевнено. Логічно, що у спілкуванні вони орієнтуються лише на себе, часто ігнорують партнера [34, с. 36]. Автор стверджує, що «сильний» макіавелліст не є гнучким комунікатором, який враховує психологічні особливості партнера.

Макіавелліста можна позиціонувати як розумного, сміливого, амбіційного, наполегливого, егоїстичного тощо. Він конструктивний і домінуючий у спілкуванні, природжений маніпулятор. Людина з низьким рівнем макіавеллізму, позиціонує себе боягузом, нерішучим, легко піддається впливу, чесний, сентиментальний і надійний. Характерною рисою такої людини

є невміння відмовляти в проханні, вимагати, відстоювати свої права, виражати позитивні й негативні емоції й установлювати контакти [35; с. 167-168].

Цілком обґрунтовано, що творці спеціальної Мак-шкали визначали макіавеллізм як психологічний синдром, заснований на сполученні взаємозалежних когнітивних, мотиваційних і поведінкових характеристик. Макіавеллізм як властивість особистості визначає переконання суб'єкта в тому, що при спілкуванні з іншими людьми ними можна й потрібно маніпулювати, і що це можливо при наявності здатності переконувати інших, розуміти їхні наміри й учинки [36, с. 88].

Аналізуючи процес ділового спілкування, як специфічну систему з двома і більше об'єктами функціонування, можна відзначити, що в маніпулятивних тактиках приймають участь маніпулятор та актуалізатор.

Загалом людина-маніпулятор – це все те в нас, що свідомо, підсвідомо й не усвідомлено застосовує спеціальні методи, які дають змогу нейтралізувати нашу природу, звівши близьких людей до рівня речей, підвладних управлінню.

Маніпулятор – це частина свідомості особистості, яка виражається через свідоме чи несвідоме контролювання ситуації, явища, процеси задля досягнення своєї мети.

Відомий учений Е. Шостром розрізняє чотири типи маніпуляторів:

1. Активний маніпулятор – такий тип маніпулятора намагається досягнути своєї мети за допомогою активних методів. Такий тип особистості не показує свої слабкості, навпаки хизується своєю силою, вольовими якостями, часто займається самолюбством. При цьому він активно використовує своє соціальне становище, а також застосовує систему прав і обов'язків, наказів і прохань тощо, управляючи людьми;

2. Пасивний маніпулятор – даний тип маніпулятора протилежний активному. Така людина повністю і свідомо піддається контролю активному маніпулятору. Він прикидається безпорадним і пригнобленим, перемагає своєю млявістю і пасивністю, працювати за нього;

3. Маніпулятор, який змагається – така людина ставить до життя як до «військових дій», розцінює кожен ситуацію як таку, що потребує пильності,

оскільки кожна хвилину можна виграти або програти. Такий тип маніпулятора розцінює життя як битву, а оточуючих суперниками чи ворогами. Ця людина хитається між методами «пригноблювача» і «пригнобленого», тому є середньою між активним і пасивним;

4. Байдужий маніпулятор – намагається відійти від контактів, однак дана поведінка приховує справжню мету маніпулятора. Насправді ціль цього поведінки – обіграти партнера [22, с. 42].

Кожну людину можна умовно розділити на маніпулятора і того, ким маніпулюють. Загалом маніпуляції негативно позначаються на розвитку особистості, навіть на здоров'ї людини, знижують рівень моральної й психологічної культури її спілкування з іншими. Маніпуляторам можна і треба протиставити інші дії, наприклад механізму актуалізації.

Е.Шостром стверджує, що в кожній людині є частинка маніпулятора. Учений змальовує вісім маніпулятивних типів, що об'єднуються у чотири полярні пари. Їх характеристика полягає у наступному:

1. Диктатор – перебільшує свою силу, домінує, наказує, посиляється на авторитети, прагне керувати своїми жертвами, тотальний контроль (Начальник, Бос);

2. Ганчірка – жертва диктатора, перебільшує чутливість та власну уразливість. Користується прийомами: забувати, пасивно мовчати, уникати, відходити від суті (Підозрілий, Хамелеон);

3. Калькулятор – перебільшує необхідність всіх контролювати; брехливий, шляхом обману доводить свою мету чи уникає від маніпулювання (Аферист, Ділок);

4. Прилипала – перебільшує свою залежність, прагне посиленої турботи, дозволяє і спонукає інших виконувати за нього його роботу (Паразит, Скиглій);

5. Хуліган – перебільшує свою агресивність і ворожість. Контролює людей за допомогою погроз, образ, утисків (Кривдник, Ненависник, Гангстер);

6. Гарний хлопець – перебільшує свою дбайливість, любов, через не природню доброту намагається досягти своєї мети (Підлесливий, Доброчесний, Мораліст);

7. Суддя – перебільшує свою критичність, сповнений обурення, звинувачень, нікому не вірить, важко прощає (Звинувачувач, Всезнайка, Паплюжник);

8. Захисник – надмірно підкреслює свою підтримку і поблажливість до помилок; псує інших, співчуваючи надмірно і не дозволяючи тим, кого захищає, стати на власні ноги і зростати самостійно; входить в довіру чим повністю контролює людей (Утішник) [37, с. 176-177].

Маніпулятор спирається на те, що інформація сприймається людиною вибірково, залежно від наявних психологічних установок, тому він впливає на свідомість із урахуванням готовності співрозмовника сприйняти ту або іншу інформацію. Характерним для такої підготовки є два етапи: аналізуючий та основний.

Під час аналізуючого етапу маніпулятор оцінює обстановку, співрозмовника, намагається створити атмосферу довіри. У завдання першого етапу входить руйнування у співрозмовника наявних психологічних установок, бар'єрів до сприйняття наступної інформації незалежно від того чи здасться вона адресатові неприємною або навіть неприйнятною. Обережність поступово руйнується достовірними відомостями, повідомленням фактичних даних, явно правдивих і в той же час нейтральних [38, с. 11].

Маніпулятор активно використовує тактику пророкування прийдешніх подій. У результаті відбувається зняття психологічного бар'єру недовіри, який є одним із природних способів психологічного захисту особистості від маніпулятивного впливу з боку незнайомих джерел інформації, тобто маніпулятора.

На другому етапі маніпулятор акцентує увагу на переданих повідомленнях, на підставі некритичного сприйняття й засвоєння співрозмовником одержуваної інформації. Це дозволяє збільшити ефект впливу інформації на шкоду її раціональній оцінці.

Завдання першого й другого етапів маніпулятивного впливу вирішуються постійно в процесі практично всіх здійснюваних маніпулятором пропагандистських акцій. [бс. 179].

У сучасній літературі виділяють три основних групи факторів, що визначають податливість людини до маніпулятивного впливу з відповідним ступенем їхньої дієвості й небезпеки для особистості:

1. Зовнішні фактори, які підвищують або знижують результативність маніпулятивного впливу. До них відносяться комфортність обстановки, відсутність або наявність відволікаючих впливів і умов тощо;

2. Внутрішні або ж психологічні фактори, що визначають схильність людини маніпулятивному впливу. Їх умовно розділяють на дві підгрупи:

- ✓ ситуаційні фактори, зв'язані безпосередньо з конкретною ситуацією, різні стрессогенні фактори;
- ✓ позаситуаційні фактори, обумовлені стійкістю психологічних характеристик, індивідуально-особистісних особливостей людини, що впливають на її схильність впливу психологічних маніпуляцій;

3. технологічні фактори, що спираються на зміст та структуру маніпулятивних технологій [39; с. 180].

Отже, проаналізовано участь маніпулятора та актуалізатора у процесі ділового спілкування. Визначено основні типи людини-маніпулятора, а також якості та схильності учасників маніпулятивного спілкування.

Встановлено, що складність та ефективність маніпулятивних прийомів залежить від конкретної ситуації та використання одночасно декількох прийомів маніпулювання. Позначення такого сполучення і його найменування дається по одному з використовуваних прийомів, що виступає як основний у цьому випадку.

Дуже важливо враховувати, що навіть комплексне й масоване використання маніпулятивних прийомів, має значно менший ефект для добре проінформованої людини, зі стійкою системою обґрунтованих поглядів, а також знаючу техніку антиманіпулятивного впливу й деяким досвідом цілеспрямованого соціально-психологічного захисту.

РОЗДІЛ III. Вербальні та невербальні елементи системи маніпулювання

Спілкування – це складний, багатоплановий процес. Ділове спілкування один із видів спілкування, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників [40, с. 67]. Воно включає обмін інформацією, пропозицією, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв’язання конкретних проблем як всередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод чи встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями.

Маніпулятивне спілкування – це рівень ділового спілкування, в основі якого лежить досягнення своєї мети. Спонукає до висновків, що маніпуляція як сукупність певних взаємопов’язаних елементів являє собою систему [41, с. 34].

Складовими елементами маніпулятивного спілкування:

- ✓ повідомлення;
- ✓ розмова;
- ✓ точка зору;
- ✓ компліменти;
- ✓ похвала [41; с. 34].

Оскільки маніпулятивне спілкування є складовою ділового спілкування, то в його структурі виділяють вербальні та невербальні засоби спілкування.

Цілком обґрунтовано, що до вербальних засобів маніпулятивних тактик під час спілкування відносять мову – значення та зміст слів. Маніпулятивні тактики суміжні з явищем вербальної агресії. Процес вербальної агресії вирізняється спланованістю впливу на користь адресанта, так які і в маніпуляції, успішності вербальної агресії сприяє її прихований характер і, таким чином, непомітність для адресата. Проте існують і певні відмінності між цими поняттями. Під час маніпулювання адресант приховує свої справжні інтереси, а вербальна агресія не приховує ні цілі, ні завдання які ставляться. Вербальна агресія завжди негативна, пряма чи опосередкована, але маніпулятивні технології передбачають і компліменти, похвалу [42, с. 118].

Як вид мовленнєвої поведінки маніпуляція активно використовується у своєму природньому середовищі, оскільки мовець впевнено себе поводить, він є складовою певного соціального інституту, що вимагає дотримання встановлених статусно-рольових і ситуаційно-комунікативних норм. Логічно, що у таких відносинах особисті переживання, проблеми відступають на другий план.

Досить важливим фактором, що впливає на вибір маніпулятивних технологій під час спілкування є відношення адресанта до конкретного соціального інституту чи його персональність, в якому мовця розглядають як особистість із притаманними їй особливостями.

Вербальна складова маніпулятивних технологій базуються на зразках вербальної поведінки, що притаманна певному соціуму, використовується у певній сфері спілкування. В основі такої маніпуляції лежать визначені соціальні правила та ролі співрозмовників. Для визначення вербальної маніпуляції слід аналізувати статусно-рольові характеристики учасників спілкування та мету спілкування. Цілком аргументовано, що в основі будь-якого вербального маніпулювання буде лежати мета спілкування. В основному це досягнення владних позицій, тому такі комунікації можна легко спрогнозувати.

Маніпуляцію як і мовну агресію називають вторгненням у особистий простір співрозмовника. Маніпулятор намагається нейтралізувати свідомість співрозмовника через певні мовні форми та змінити його точку зору. Логічно, що об'єкт агресії в цьому випадку, свідомо не може брати участь в процесі комунікації [43, с. 22]. Досить часто, вербальна агресія спрямована на зміну світогляду співрозмовника.

Активне використання мовних механізмів маніпуляції в діловому світі можна побачити чи не щодня. Наприклад застосування маніпулятивної тактики евфемізації, яка полягає у нейтралізації потенційно небезпечного висловлювання, шляхом його перефразування: *Наша компанія переживає період економічної невизначеності – Наша компаніє переживає період глибокої економічної кризи.*

Випадки застосування цієї тактики непоодинокі, її застосовують і в політиці: *Введення американських військ в Афганістан – Проведення життєво важливої місії в Афганістані.*

Досить часто використовують тактику навіювання чи переконання. Вони реалізуються шляхом нав'язування слухачу думка маніпулятора: *За для збереження гарних відносин між нашими компаніями ми готові реорганізувати структуру наших відділів на засадах вільної конкуренції та чесної боротьби.*

Новий проте дієвий спосіб маніпулятивного впливу є створення нових термінів з максимально позитивним значенням, під час переговорів, бесід, доповідей: *Наші спеціалісти відійшли від активних дій до партнеризації з керівництвом компанії «УМС».*

Досить яскраво вербальні засоби маніпулятивного впливу можна побачити у формах маніпулятивних технологій, а саме:

1. «А слабо тобі...» – *Я виконав цей звіт за дві години, а ти б зміг?;*
2. «Мавпа на шії» – *Юрій Петрович, переклад, що ви мені доручили, трошки не зрозумілий. Чи не допомогли б ви мені?;*
3. «Мене розривають на шматки» – *Я б з радістю виконав ваше доручення, проте я маю забагато роботи, а відмовитися я не можу, бо хто ж окрім мене зможе її виконати.;*
4. «Казанська сирота» – *Я робив зауваження з цього приводу, але мене ніхто не хоче слухати. ;*
5. «Дитя на роботі» – *Не можу зрозуміти навіщо у контракті ці пункти. Може ти сам все робиш, бо у мене щось не виходить. ;*
6. «Шкода» – *У мене зовсім не вистачає часу на звіт. Роботи зараз забагато, ще й дитина захворіла. Сама розумієш, також мама. Ти мені б не допомогла?;*
7. «Товстошкірий» – *Які б аргументи ви не приводили, я не маю наміру їх слухати. Усі зауваження можете залишити у секретаря, але це нічого не змінить. ;*
8. «Не з вашими можливостями» – *Вам доведеться виправити переклад, він не точний. Але я беру до уваги, що ви випускник юридичного факультету.*

Досить гостро діє тактика відмови відповідати на чужі запитання: *Я не буду відповідати на це запитання; Уважаю ваше питання недоречним.* А також розповсюдження злісного наклепу або пліток, створення «чорного образу». Негативна оцінка адресата становить основний зміст маніпулятивних мовних жанрів. Комунікативну стратегію маніпулятивних вербальних засобів становлять тактики прямої чи непрямой образи, навішення ярликів, нагнітання мотивованих і невмотивованих обвинувачень.

Невербальне маніпулювання – це форма засобів маніпулятивних тактик, яка використовується з метою встановлення контролю над співрозмовником невербальними засобами спілкування, а саме міміка, жести, візуальний контакт, зовнішній вигляд, пара- і екстра лінгвістика та передає образи та емоції.

Цілком аргументовано, що вплив під час невербальної маніпуляції набагато потужніший ніж при мовленнєвій (вербальній). Вербальна комунікація спрямована конкретно на адресата, а спектр дії невербальної значно ширший. Даний форму маніпуляції застосовують для:

- ✓ прихованої передачі інформації;
- ✓ активне використання емоційності під час спілкування;
- ✓ акцентування під час спілкування;
- ✓ контроль та редагування поведінки співрозмовника під час комунікації.

Зв'язок між невербальним та вербальним мовленням досить щільний. Потужність невербального впливу практично не помітний, адже ми звертаємо увагу на інформацію, проте, впливовішим за зміст повідомлення може бути лише спосіб його подачі. Невербальні засоби комунікації створюють ефект першого враження, допомагають розпізнати партнера, від психологічних особливостей характеру до місця в статутно-рольових відносинах. Важливим є формування власного образу за поведінкою партнера. Під час комунікації, опираючись на невербаліку, ми підтримуємо психологічний стан, забезпечуємо зворотній зв'язок, розширюємо чи доповнюємо інформаційне повідомлення, заміщуємо чи спростовуємо невербальні повідомлення. Провокування, створення підтексту, приховання реальних думок, емоцій, цілей – все це є складовими управління маніпулятивним спілкуванням.

Для того щоб визначити сутність невербального маніпулювання слід чітко відрізнити його від вербального. Експресивні якості якими наділені засоби мови тіла важко приховати, скоординувавши їх в та направивши на співрозмовника ми збільшуємо ефективність впливу. Цілком аргументовано, що до основних складових невербального маніпулювання належить голос. За його допомоги ми емоційно забарвлюємо діалог, формуємо думки та образи, створює умови для маніпулятивного впливу.

Невербальне маніпулювання здійснюється через декілька каналів: просодія, екстра лінгвістика, кінесика, текесика, прокміка. Кожен з них має свої особливості, але використовується задля поставленої мети. У поєднанні цих засобів захиститися від впливу практично не можливо [44, с. 54].

Просодія – це вокалізм мови, а саме тембр, діапазон, тональність, гучність, логічні наголоси, інтонація. Просодія наповнює маніпулятивний вплив емоційною забарвленістю, акцентує на ключових словах, думках.

Екстралінгвістичні засоби – це темп, паузи, покашлювання, зітхання, сміх, навіть плач. За її допомоги ми активно використовуємо маніпулятивні прийоми чи захищаємося від них.

Аргументовано, що суттєво впливають міміка, жести, погляди, пози. В сукупності вони створюють додаткову підсистему передачі інформації. Намагання свідомо чи просто не свідомо передати інформацію в такий спосіб вважається більш правдивим, достовірним ніж вербальні способи. Рухи м'язів на обличчі людини – стискання губ, підняття брів, закушування губ тощо – показують переживання людини, її істинне ставлення до співрозмовника і в дечому виказують адресанта, його правдивість. Досвідчений маніпулятор комбінацією рухів, поз, мімікою впливає на співрозмовника на рівні підсвідомості. Наприклад, за допомогою міміки маніпулятор тисне на опонента, демонструє граничну лояльність; жестів – акцентує думки, демонструю невербальні символи розмови; позою – демонструє статус, емоційний стан, сприйняття опонента; поглядом робить сигнали партнеру, певні установки, контролює хід спілкування.

Найбільш ефективним серед невербальних засобів маніпулювання є рукостискання, обійми, поцілунок, поплескування [45, с. 49]. Дана група маніпуляцій називається такесикою. У діловому світі існує чіткий регламент використання даних жестів. З їх допомогою маніпулятор демонструє своє ставлення до партнера, з'ясовує його настрій, створює відповідний образ до характеру маніпуляції. Дотик у діловому етикеті вважається недоречним, але за його допомогою маніпулятор публічно виявляє прихильність чи агресію, свою рішучість, відстоює власні переконання.

Цілком обґрунтовано, що маніпулятор використовує два способи створення власного образу та досягнення мети: невербальними засобами та імітування певного емоційного стану. Успіх маніпулювання під час використання невербальних засобів залежить від акторських навиків адресанта, вміння контролювати себе, швидкості реакції. Підсилити ефект маніпулювання може зовнішній вигляд маніпулятора. Нашою психікою закладено, що сприйняття людини починається з його образу, одягу, зачіски, макіяжу (у жінок). В діловому світі чітко визначені кольори, фасони одягу. Маніпулятор, усвідомлюючи роль зовнішнього вигляду, активно використовує це. Наприклад, одягнувши на презентація чи прес-конференцію яскраво червоний костюм чи дуже коротку спідницю, глибоке декольте – вся увага буде прикута лише до нього. Проте зовнішній вигляд є також потужним нейтралізатором маніпулювання. Опонент заважає маніпуляторіві заздалегідь акцентуючи його увагу на несуттєвих речах.

Отже, проаналізовано систему маніпулювання та її основні компоненти. Встановлено, що будь-яка маніпулятивна тактика складається з невербальних та вербальних елементів. Їхнє поєднання формує систему маніпуляції та визначає ефективність прийому.

Висновки

Отже, доведено, що маніпулятивний стиль спілкування є соціально неприйнятним типом комунікативної поведінки, який негативно позначається на психічному здоров'ї людей. Маніпуляція є невід'ємною частиною психології багатьох людей, без якої не можливе подальше існування, тому що саме вона допомагає їм досягнути мети, реалізувавши стратегію маніпулювання.

Встановлено, що маніпулятивне спілкування передбачає вплив на партнера з метою досягнення своїх прихованих намірів і цілей. Маніпуляція має за мету досягнення контролю над поведінкою й думками іншої людини. Основна особливість при маніпулятивному спілкуванні: партнер не інформує свого співбесідника про істинні цілі їхньої розмови, вони ним приховуються або підміняються іншими.

Проаналізовано маніпулятивну стратегію спілкування як загальну схему дій або загальний план досягнення мети. На відміну від способів і моделей спілкування вона описує не одну його сторону, а характеризує в єдності мотиваційну, змістовну і операційну.

Визначено, що до ефективних стратегій спілкування належать ті, в яких реалізуються, передусім, гуманістичні комунікативні установки. Маніпулятивний вплив на особу здійснюється через контроль її переконань, бажань і емоцій. З цих позицій наукове визначення маніпуляції, сформульовано, як вид навмисного й прихованого психологічного впливу, метою якого є збудження в адресата неусвідомлених і безпідставних для нього переконань, бажань і емоцій. Обман відносимо до категорії маніпуляції переконаннями.

Процес маніпулятивного спілкування є надзвичайно складним явищем, який включає не тільки власне вербальний елемент, а й не менш важливе невербальне спілкування, яке досить часто несе в собі більш значуще змістовне навантаження та істотно впливає на весь процес спілкування. Невербальний канал маніпулювання є найпотужнішим.

СПИСОК ВИКРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гиценко Т.Б. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
2. Дмитренко М. Й. Ділове спілкування: норми, принципи, стратегії / М. Й. Дмитренко ; Черкас. ін-т банк. справи Ун-ту банк. справи Нац. банку України. – Черкаси : Брама-Україна, 2009. – 118 с.
3. Лісовський П. М. Маніпуляція свідомістю: сутність, структура, механізм у сучасному трансформаційному суспільстві (соціально-філософський аналіз). – К. : [НПУ ім. М.П.Драгоманова], 2006. – 199 с.
4. Кудінов Ю. В. Ділове спілкування сучасного керівника : навч. посіб. / Ю. В. Кудінов ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донбас. держ. техн. ун-т. – Алчевськ : ДонДТУ, 2011. – 518 с.
5. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: Підручник: У 2 кн. Кн. 1: Соціальна психологія особистості і спілкування. – К.: Либідь, 2008. – 576 с.
6. Гуменюк О.Є Психологія впливу: [монографія] / О.Є Гуменюк. – Тернопіль: Економічна думка, 2003 – 304 с.
7. Татенко В. О. Соціальна психологія впливу / Віталій Татенко ; [АПН України, Ін-т соц. та політ. психології]. – К. : Міленіум, 2008. – 214 с.
8. Слободянюк А. В. Психологія управління та конфліктологія : [навч. посіб. для практ. та семінар. занять] / А. В. Слободянюк, Н. О. Андрущенко ; М-во освіти і науки України, Вінниц. нац. техн. ун-т. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 119 с.
9. Кальниш В.В., Кальниш Ю.Г. Формування громадсько-політичної поведінки великих груп населення. – [Електронний ресурс]. – К.: Наукове видання, 2009. – 438 с. – режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/03/06/sxilnosti-lyudini-do-manipulyuvannya.html>. – назва з екрану
10. Бобіна О. В. Ділові комунікації і конфліктологія [Електронний ресурс] : метод. вказівки для самот. роботи / О. В. Бобіна. – Електрон. вид. комбінов. використ. на DVD-ROM. – Миколаїв : НУК, 2011. – 1 електрон. опт. диск (DVD-R); 12 см, в контейнері – назва з етикетки диска.
11. Быкова Е. И. Психология делового общения / Е. И. Быкова // Гуманіт. науки . – 2010. – № 2. – С. 55 – 63.
12. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – СПб.: Речь, 2003. – 304 с.
13. Сисоєв В В. Практикум з логістики : навч. посіб. для вищ. навч. закл. з галузі знань «Менеджмент і адміністрування» / В. В. Сисоєв, Д. В. Сисоєв ; М-во освіти і науки України, Нац. тех. ун-т «Харк. політехн. ін-т». – Х. : НТУ «ХП», 2011. – 143 с.
14. Кайдалова Л. Г. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка; М-во охорони здоров'я України, Нац. фармац. ун-т. – Х. : НФаУ, 2011. – 131 с.
15. Куренчук Л. С. Психологічні особливості ділового спілкування працівників місцевих органів виконавчої влади : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Куренчук Людмила Сергіївна; М-во освіти і

- науки, молоді та спорту України, Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2013. – 20 с.
16. Різун В. В. Лінгвістика впливу: монографія / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. М. Корнеєв. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
17. Основи ораторського мистецтва та ділове спілкування сучасного спеціаліста : Навч. посіб. : (Для студ. екон. та юрид. спец.) / Давиденко В.В. ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом, Вінниц. ін-т. – Вінниця : Власюк, 2009. – 168 с.
18. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2009. - 528 с.
19. Місніченко О. В. Маніпуляція «людиною маси»: філософсько-культурологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04 / Місніченко Олександр Володимирович ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2008. – 21 с.
20. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация : практическое руководство / В. Н. Панкратов. – М. : Издательство института психотерапии, 2000. – 208 с.
21. Технология ведения деловых коммерческих переговоров: для студ. всех спец. всех форм обучения / сост.: Л. Н. Седова, Л. Э. Добрунова; Харьк. гос. экон. ун-т. – Х., 2003. – 103 с.
22. Шостромм Э. Анти – Карнеги, или Человек – Манипулятор. / Э. Шостромм. – Львов : СВІТ, 2002. – 122 с.
23. Подшивайлова Г. М. Мовні засоби маніпулятивного впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 / Подшивайлова Ганна Михайлівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т філол. – К., 2009. – 20 с.
24. Савчин Т. О. Мова і ділове спілкування : Норми, етикет, діловодство : Навч.-метод. посіб. : [Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Терноп. держ. техн. ун-т ім. І. Пулюя. – Тернопіль, 2002. – 263 с.
25. Шейнов В.П. Психология влияния: скрытое управление, манипулирование и защита от них. – М.: Ось-89, 2006. – 720 с.
26. Ковтун К. В. Мовні засоби та риторичні прийоми діалогізації сучасного публіцистичного монологу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 / Ковтун Кароліна Вікторівна ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – Сімф., 2009. – 22 с.
27. Шкурко Я. І. Вплив комунікативних особливостей жінки-керівника закладу освіти на ефективність її управлінської діяльності: Автореф. дис... канд. психол. наук / Я. І. Шкурко; АПН України. Ін-т психології ім. Г.С.Костюка. – К., 2000. – 19 с.
28. Ділове спілкування : (Риторика та оратор. мистецтво) : Практ. посіб. [Дюмін О.З, Ніколаєва А.О.] ; Наук.-метод. центр вищ. освіти ; Харк. держ. техн. ун-т радіоелектроніки. – Х., 2011. – 176 с.
29. Лапузіна Е. Н. Деловая этика специалиста: учеб. пособие / Е. Н. Лапузіна; Нац. техн. ун-т «Харьк. политехн. ин-т». – Х., 2007. – 248 с.

30. Менеджмент організації [Електронний ресурс] : електрон. підруч. / С. І. Бай, Ю. В. Гайдай, Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : [б. в.], 2011. – 1 електрон. опт. диск (CD-R) – назва з тит. екрана.
31. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике / В.Л. Музыкант. – М., 2011. – 580 с.
32. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: [монограф. учеб. пособие] / Е. А. Селиванова. – К. : Брама, изд. Вовчок О. Ю., 2004. – 336 с.
33. Орбан-Лембрик Л. Психолого-акмеологічний вимір спілкування / Л. Орбан-Лембрик // Соц. психологія. – 2009. – № 4. – С. 162-179.
34. Біла О. О. Психологія управління (соціально-психологічний контекст) : навч. посіб. / О. О. Біла ; [за ред. О. Я. Чебикіна] ; М-во освіти і науки України, Південноукр. держ. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського, Каф. заг. дисциплін та упр. освіт. закл. – Одеса : М. П. Черкасов, 2008. – 229 с.
35. Макіавеллізм і маніпулятивна взаємодія у стосунках студентів та викладачів / О. Пелехатий // Психологія суспільства. – 2012. - № 3. – С. 176 – 185.
36. Адізес І. Ідеальний керівник : Чому ви не можете стати ним, і що робити з цього приводу : Нова парадигма менеджменту / Пер. з англ. С.Опацької. – К. : Вид. дім «Києво-Моги́л. акад.», 2006. – 265 с.
37. Цимбалюк І.М. Психологія спілкування: Навчальний посібник. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 464 с.
38. Мельничук О. М. Український мовленнєвий етикет: синтаксично-стилістичний аспект : Автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Чернів. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича. – Чернівці, 2005. – 20 с.
39. Варій М.Й. Психологія особистості: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 592 с.
40. Гончарова Л.А. Психология и этика делового общения: Учеб. пособие / Л.А. Гончарова, М.Л. Братковский ; Донбас. гос. акад. стр-ва и архит. – Донецк, 2007. – 234 с.
41. Гічан І.С. Психотехнологія ділового спілкування: Конспект лекцій / І.С. Гічан, Д.В. Назаренко ; Нац. авіац. ун-т. Каф. психології та педагогіки проф. освіти. – К., 2012. – 78 с.
42. Загнітко А. П. Українське ділове мовлення : фахове і нефахове спілкування / А. П. Загнітко, І. Г. Данилюк. – Донецьк : БАО, 2011. – 479 с.
43. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л. Л. Ділова бесіда в системі управлінських технологій: Навч. посіб. з курсу «Сучас. управл. Технології» для студ., що спеціаліз. у сфері урвал. діяльн. / Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, О. Г. РОМАНОВСЬКИЙ, О. С. ПОНОМАРЬОВ; Нац. техн. ун-т «Харк. політехн. ін-т». – Х., 2002. – 159 с.
44. Герасімова Н. Є. Загальна психологія : практикум / Н. Є. Герасімова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Черкас. нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. – 2-е вид. – Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2012. – 206 с.

45.Потеряхін О.Л. Психологія управлінського спілкування: Навч. посіб. /
О.Л. Потеряхін. – К.: Алефа, 2011. – 104 с.