

Панчук Д.
*студентка II курсу факультету фінансів
Тернопільського національного
економічного університету*
*Науковий керівник: д-р філол. наук, професор кафедри
документознавства, інформаційної діяльності
та українознавства ТНЕУ Шкіцька І. Ю.*

ПРИЙОМИ ОПОРУ МАНІПУЛЯТИВНОМУ ВПЛИВУ В ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ

У XXI ст. комунікації все більше набувають цільової спрямованості. Неопосередковане та невимушене спілкування потребує спеціально відведеного часу, тому стає утрудненим і нечастотним. Перебуваючи в стані інформаційного перевантаження, вступаючи у «вимушений» контакт з іншими, сучасна людина легко стає об'єктом маніпулятивного впливу. Маніпуляції характерні для спілкування різного типу й охоплюють усі сфери людського життя.

Проблемами маніпуляцій останнім часом цікавляться все більше і більше науковців. Це фахівці в галузі психології, соціології, лінгвістики, культурології, етнології, політології, іміджелогії: В. Бучко, Е. Дічтер, Є. Доценко, В. Зірка, С. Кара-Мурза, Д. Ольшанський, М. Присяжнюк, А. Стефаньчик, Р. Чалдіні, С. Томпсон, І. Шкіцька та ін. Незважаючи на великий доробок учених, багато питань стосовно маніпулятивного впливу та опору йому залишаються невирішеними, тому їх дослідження є досить актуальним.

Основна мета нашої розвідки – з'ясувати специфіку маніпулятивного впливу в діловій сфері та окреслити шляхи підвищення резистентності до нього.

Маніпуляція – це вид психологічного впливу, що передбачає навмисне та приховане спонукання маніпулятором іншої людини до переживання певних станів, виконання дій, прийняття рішень для отримання односторонньої вигоди та досягнення мети суб'єкта маніпулювання [4, с. 15]. Перебуваючи під таким впливом, об'єкт маніпуляції має ілюзію самостійності прийняття рішення та відсутності тиску.

Щоб розпізнати маніпулятивний вплив у спілкуванні, Цицерон радив тогочасним римлянам розглядати чужу поведінку та спосіб мислення крізь призму потенційної вигоди (Кому це добре? Кому це вигідно?) [1, с. 224]. Якщо для людини прийняття того чи іншого рішення корисне і вона прийняла б його, незважаючи на вплив співрозмовника, це не можна трактувати як маніпуляцію. І навпаки: мова іде про маніпуляцію, якщо очікувана дія принесе користь лише одному учаснику переговорів. Проте односторонність вигоди не є основним критерієм у визначенні маніпуляції: дія, до якої спонукає маніпулятор, може бути вигідною чи потенційно корисною об'єкту впливу [4, с. 16], справа в іншому – чи мав він намір виконувати її, чи вчинив би так за відсутності впливу?

Уміння маніпулювати – це свого роду мистецтво. Упевненість, комунікабельність, прояви поваги та ввічливості, акцентований візуальний контакт з клієнтом – риси, що вирізняють успішних маніпуляторів. Велику роль для здійснення впливу відіграє й особистий магнетизм, авторитетність та вміння подобатись та викликати довіру.

Незважаючи на те, що ділове спілкування є спілкуванням, у якому зацікавлені обидві сторони інтеракції, передбачає толерантність та вияв поваги до партнера, багато маніпуляцій здійснюються саме під час ділових контактів.

Оскільки маніпулятивний вплив передбачає пригнічення волі іншої людини, слід уміти вчасно його виявляти та нейтралізувати, не завдаючи шкоди діловим стосункам. Розглянемо рекомендації, що допоможуть не стати жертвою маніпуляцій у діловому спілкуванні.

1. Знати про феномен маніпуляції: «попереджений означає озброєний». Знання людини про те, що нею маніпулюватимуть, знижує ефект впливу на неї [1, с. 224].

2. Навчитися сприймати явища навколишньої дійсності всебічно – підвищувати когнітивну складність, уникати шаблонного мислення. Формування багатовимірної моделі сприйняття реальності сприяє нейтралізації стереотипного мислення, розвитку здатності до критичного аналізу інформації [1, с. 223]. Потрібно частіше задавати собі питання: «Це достовірна інформація чи лише суб'єктивна думка співрозмовника, який намагається мені її нав'язати?».

3. Не допускати інформаційного перевантаження [1, с. 223]. Перенасичення інформацією – типовий прийом для затьмарення розуму співрозмовника та позбавлення його здатності до логічного аналізу інформації.

4. Не поспішати з прийняттям рішень, ретельно все обдумувати. Пряма ознака маніпуляції – коли співрозмовник обмежує вас у часі, відведеному на прийнятті рішення, виявляє нетерпіння, поспішає. Відповісти на такі дії можна так: «Я повідомлю Вас завтра про моє рішення», «Мені потрібен час, щоб обдумати таку пропозицію».

5. Фільтрувати інформацію та критично її аналізувати. Повторення однієї і тієї ж думки доти, поки реципієнт не сприйме її як очевидну, є одним із прийомів маніпуляції.

6. Відмовлятися / частково ухилятися від спілкування, надавати перевагу опосередкованому спілкуванню з маніпулятором. Ураховуючи силу впливу невербальних засобів спілкування на людину, доцільно перейти в режим листування. Для цього можна використати такі мовні формули: «Вибачте, я запізнююсь на автобус», «Надішліть мені, будь ласка, цю інформацію на e-mail, я ознайомлюся протягом тижня і відповім Вам», «Давайте розглянемо це питання у четвер», «Пропоную присвятити одну годину роботі над цим питанням завтра» [2, с. 210].

7. Підвищувати емоційний інтелект, розуміти мову тіла. Близько 70 % інформації передається невербальними засобами спілкування, тому вміння їх розпізнавати і зіставляти з вербальним каналом дає можливість розкодувати приховані цілі. Наприклад, якщо співрозмовник під час бесіди прикриває рота рукою, то, імовірно, він говорить неправду.

8. Пам'ятати про принцип взаємного обміну, описаний Робертом Чалдіні у книзі «Психологія впливу» [3]. Маніпулятор робить непрохану послугу опоненту, плануючи просити в нього значно більше пізніше. Оponent відчуватиме себе незручно і, щоб не залишатися в боргу, з великою вірогідністю зробить ту послугу, про яку його попросять [3, с. 34]. Найкращим виходом із цієї ситуації є «гра на випередження». Якщо ж процес обміну розпочався, слід делікатно відмовитися від «подарунка» чи непроханої послуги або зробити опоненту комплімент у відповідь.

9. Уміти контролювати свої емоції, зберігати спокій. Часто маніпулятор намагається вивести співрозмовника зі стану психологічної рівноваги, зачіпає найбільш уразливі місця в душі (самолюбство, жадібність, страх), у такий спосіб змушуючи співрозмовника, який прагне повернути втрачене відчуття комфорту, швидко прийняти необдумане рішення. У таких ситуаціях краще вийти зі спілкування.

10. Бути непередбачуваним [1, с. 225]. Не потрібно боятися задати неочікуване для партнера запитання, уточнити дані і под.: такі дії можуть «вибити з колії» маніпулятора, який часто планує стратегію своєї поведінки.

11. Не виправдовуватись і не пояснювати мотивів своєї поведінки. Ініціатор часто вдається до звинувачень, щоб змусити співрозмовника виправдовуватись або прийняти його позицію («То Ви не купите нічого після того, як перемеряли стільки одягу?», «То Ви не згодні із цією пропозицією після того, як погодилися з багатьма аргументами?»).

Таким чином, маніпуляції є невід'ємним атрибутом сучасного ділового спілкування. Маніпуляторів вирізняють манера поведінки та особистісні якості, передусім упевненість у собі, уміння гарно говорити та подобатися іншим. Вчасне розпізнавання маніпулятивного впливу дає можливість індивіду об'єктивно оцінити ситуацію та нейтралізувати маніпуляцію. Використовуючи рекомендації стосовно поведінки в ситуаціях маніпулювання, ділова людина не стане черговою легкою здобиччю маніпулятора й не завдасть шкоди діловим стосункам.

Список використаних джерел

1. Бучко В.Б. Психологічні аспекти резистентності до маніпуляції свідомістю / В. Б. Бучко // Вісник Харківського національного університету. – № 1046. – Харків, 2013. – С. 222-225.
2. Богуславська О. Г. Психологічний вплив та засоби протидії небажаному впливу : практичні аспекти / О. Г. Богуславська // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2016. – № 67. – С. 203-213.
3. Чалдини Р. Психология влияния / Роберт Чалдини. – [4-е междунар. изд.]. – СПб. : Питер, 2002. – 288 с.
4. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект : [монографія] / І. Ю. Шкіцька ; за наук. ред. проф. В. М. Бріцина. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – 440 с.

Ребуха Л.З.

*кандидат психологічних наук, доцент
кафедри психології та соціальної роботи ТНЕУ,*

Виноградова Т.

*студентка II курсу юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СОЦІОГУМАНІТАРНОЇ СФЕРИ ЗА ФУНДАМЕНТАЛІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

В умовах глобальних соціокультурних перетворень і формування нової концепції розвитку суспільства, особливої актуальності набуває орієнтація на