

УДК 159.9.072

## **Манипулирование переубеждение как способы убеждения**

**Сягло П. С., студент**

*Белорусский национальный технический университет*

*Минск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель: старший преподаватель Данильчик О. В.*

Аннотация:

Рассматривается понятие манипулятивного убеждения и, его способы и основные характеристики. Так же рассмотрено понятие переубеждения и его характеристики. Способность манипулятивного поведения изучалась на выборке на студентов 1-го курса.

Основная форма взаимодействия людей, которая сопровождает их всю жизнь и проявляется в разных областях – это общение. Человек, как социальное существо, не может жить без общения. Общение – это процесс взаимодействия людей, обмена информацией между ними, их взаимного психологического и поведенческого влияния. Также во время общения люди хотят получить информацию от собеседника. И некоторые пытаются ее добиться такими способами как манипуляция и убеждение. Таким образом, можно сказать, что манипуляция – это часть повседневного общения человека, поэтому требует подробного изучения.

Изучением манипулятивного убеждения посвящены труды таких ученых как Харриет Бейкер, Е. Л. Доценко, Саймон Дж. и др. Психологическая манипуляция – это тип социального воздействия или социально психический феномен, представляющий собой деятельность с целью изменить восприятие или поведение других людей при помощи скрытой, обманной и насильственной тактики в интересах манипулятора [5]. Манипулятивное общение имеет свои достоинства и недостатки. К основным плюсам можно отнести: получение быстрого результата и скрытое запугивание [2]. А основным минусом является то, что человек, узнавший, что им манипулируют, очень часто злится, обижается и т. п. Человек может попытаться отомстить [2].

Основные способы манипуляции связаны с эмоциональными состояниями и переживаниями. При манипуляции собеседник стре-

миться вызвать у оппонента чувство вины и обиды, ввести в состояние гнева, манипулировать молчанием, любовью, надеждой, тщеславием, иронией или сарказмом. Последствием манипуляции для жертвы является исполнение указаний манипулятора, изменение точки зрения, но после раскрытия манипулятора, доверие к этому человеку, как правило, подрывается [5].

Для того, что манипулирование было успешным, требуется соблюдение одного из основных условий – должна отсутствовать альтернативная информация, необходим информационный вакуум по определенной проблеме. То есть необходимо целевой аудитории всеми возможными способами навязать только одну модель решения, внушить, что ей нет альтернативы и она неизбежна. В данном случае, если отсутствует публичный анализ альтернатив, это является одним из основных признаков манипуляции. Существует так же и другой признак манипуляции, характеризуется он созданием ситуации искусственного дефицита времени. Решение, которое навязывается манипулятором, должно быть принято без должного анализа альтернатив в чрезвычайно ограниченный период времени в силу тех или иных мифических причин [4]. Манипуляция ориентирована на то, чтобы исключить логику, критический анализ, примитивизировать мышление личности. Манипулятор должен подменить логическую связь на устойчивую ассоциативную, то есть ассоциировать какое-либо явление с навязываемым деструктивным образом. В данной ситуации для любой манипуляционной программы основная опасность представлена самостоятельным взглядом на мир, попытками независимого мышления, который основывается на здравом смысле, вне рамок навязываемой мифологической парадигмы, мифологического образа мира и укорененных в нем стереотипов поведения и ценностей [4].

Одним из условий эффективности манипуляции является выведение массового сознания за привычные рамки норм, ценностей и стереотипов. В данном случае то, насколько эффективным будет манипулирование, зависит от глубины и точности сканирования ментальных структур группы: ее норм, ценностей, стереотипов, глубинных психологических установок и архетипов. Исследователями была выделена характерная особенность человеческого восприятия, которая заключается в том, что индивидом лучше усваивается информация, похожая на уже существующие у него представления [4]. В основе

любой манипуляции лежит «эффект резонанса», когда информация, которая «имплантируется» личности направлена на изменение ее поведения и замаскирована под знания и стереотипы, которые у нее уже существуют.

Переубеждение – это влияние на мнение партнера. Иногда – изменение убеждений другого человека. Методы убеждения людей полностью исключают вариант навязывания или споры. Это всегда стремление вызвать осознанное собственное желание у человека поддержать данный вариант. Порой, не только часовые беседы могут помочь, но и действия, которые зачастую являются более эффективными. Важно использовать все доступные варианты для максимального эффекта.

Для успешного переубеждения необходимо следовать определенным правилам: логика убеждения должна быть доступной интеллекту объекта воздействия; убеждать надо доказательно, опираясь на факты, известные объекту; помимо конкретных фактов и примеров (без них нельзя убедить тех, кому недостает широты кругозора, развитого абстрактного мышления), информация должна содержать и обобщенные положения (идеи, принципы); убеждающая информация должна выглядеть максимально правдоподобной; сообщаемые факты и общие положения должны быть такими, чтобы вызывать эмоциональную реакцию объекта воздействия [5].

Эффективность убеждения зависит от многих факторов. Во-первых, от того, насколько оно доказательно и убедительно. Доказательность основывается на логичности, правдоподобию и непротиворечивости изложенного материала [5]. Во-вторых, влияние убеждающего воздействия во многом зависит от того, как подобрана, построена и подана его аргументация [5]. В-третьих, эффективность убеждающего воздействия во многом зависит от правильного выбора его формы [5]. В-четвертых, эффективность убеждающего воздействия зависит от ситуации информирования – те условия, в которых оно осуществляется, а также характер реакции объекта на содержание сообщения [5].

Для получения максимального эффекта убеждающее воздействие должно соответствовать определенным требованиям [1]: 1. Быть правильно сориентированным и плановым. Убеждающее воздействие надо проводить в соответствии с целями конкретных мероприятий на основе тщательно продуманных планов. 2. Быть направленным на конкретный объект. Убеждающее воздействие должно готовиться и

осуществляться на определенные группы населения, с учетом их важнейших индивидуальных, социальных, религиозных, национальных и культурных характеристик. 3. Быть ориентированным преимущественно на интеллектуально-познавательную сферу психики объекта. Убеждающее воздействие должно строиться путем логичного изложения материала, убедительной аргументации, с опорой на достоверные факты. 4. Быть направленным на инициирование определенного поведения. Конечной целью убеждающего воздействия является формирование такого поведения (действия или бездействия) людей, которое отвечает целям психологического воздействия.

Для исследования методов были использованы тесты «Легко ли вами манипулировать?» Данные методики исследуют манипуляционную и убеждающую компетенцию. В исследовании приняло участие 30 студентов 1-го курса БНТУ. Результаты исследования показали:

- 30 % от выборки очень терпимы и не дают манипулировать собой. Знают и хорошо умеют показать, что им нужно;
- 60 % от выборки склонны уступать другим и подвержены манипуляции. Почти всегда говорят откровенно и хотят помочь другим;
- 10 % от выборки боятся мнения других, из-за этого ими легко управлять. Они легко уступают, если на них «надавить» и не умеют отстаивать свои интересы. Если они будут помогать людям, то их заслуги часто никто не будет признавать.

Результаты второго исследования показали:

- 80 % от выборки хорошо адаптированы к жизни в современном обществе и умею уклоняться от манипуляций других;
- 20 % от выборки очень добрые и добропорядочные люди. Испытывают дискомфорт в ситуациях, когда отказывают в чьих-либо просьбах.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод: общий уровень убеждения различается. У девушек преобладают более высокие результаты по первому тесту, что говорит о более высокой способности к манипулятивному поведению. Во втором тесте почти у всех имеется высокий результат. Таким образом, результат по второму тесту особых различий не показал. Совпадение по результату двух тестов было лишь у 2 % студентов. Это свидетельствует о том, что у студенты первого курса способны противостоять манипуляции, отстаивать свои личностные интересы, контролировать ситуацию и разговор.

При том, что результаты исследования достаточно оптимистичны, следует помнить рекомендации психологов и не забывать применять их на практике:

- 1) не быть злопамятным и уметь прощать обиды;
- 2) соблюдать спокойный эмоциональный фон и не поддаваться на агрессию, при условии, что Ваш оппонент особенно разгневан, можно просто уйти;
- 3) доверяйте фактам, а не мнениям. принимая решения, опирайтесь на реальный опыт;
- 4) старайтесь выяснить мотивы оппонента и выстраивать свою стратегию поведения, исходя из ваших интересов;
- 5) если манипулятор уводит диалог в «другую сторону», то возвращайте разговор в нужное вам русло.

### **Список использованных источников**

1. Корсак Н.В. Социальная психология – Режим доступа: – [http://old.gsu.by/biglib/gsuУМК/ИПК/ Социальная психология СП.pd.f](http://old.gsu.by/biglib/gsuУМК/ИПК/Социальная_психология_СП.pd.f) – Дата доступа: 20.03.2022.

2. Психология. – Режим доступа: – <https://it-boost.com/v-chem-osnovnyie-plyusyi-i-minusyi-manipulyatsiy> – Дата доступа: 20.03.2022.

3. Психологическая манипуляция – Режим доступа: – [https://ru.wikipedia.org/wiki/Психологическая\\_манипуляция](https://ru.wikipedia.org/wiki/Психологическая_манипуляция) – Дата доступа: 10.03.2022.

4. Психология. Теоретические основы проблемы манипулирования – Режим доступа: – [https://studbooks.net/1296220/psihologiya/teoreticheskie\\_osnovy\\_problemy\\_manipulyatsii](https://studbooks.net/1296220/psihologiya/teoreticheskie_osnovy_problemy_manipulyatsii) – Дата доступа: 10.03.2022.

5. 7 простых и 7 сложных приемов манипуляции сознанием – Режим доступа: <https://aif.ru/money/business/29151> – Дата доступа: 10.03.2022.