

Эта книга должна стать настольной у любого родителя и педагога! Следуйте рекомендациям автора и убьете двух зайцев — сделаете общение с детьми комфортным и обеспечите им успех в будущем!

Марина П., Москва

Укниги отличная структура — все четко, ясно, по полочкам. Никаких дебрей «зауми» и прочего, чем грешат часто книги по психологии.

Марк Л., Санкт-Петербург

Замечательно, что все советы, предлагаемые автором книги, применимы в любой области — в общении с коллегами и начальством, с детьми и родителями, с клиентами и партнерами, с супругами и посторонними людьми. Книга универсальна — законы общения действуют в любой ситуации.

Иван Г., Мурманск

Книга полна интересных примеров из жизни, они прекрасно иллюстрируют советы автора. И главное — рассмотрены типичные житейские ситуации, в которые попадает каждый из нас!

Светлана В., Ростов-на-Дону

Отличная часть про манипуляции — многим стоит задуматься об истинных мотивах своего поведения и внимательнее присмотреться к окружающим.

Антон К., Иркутск

Отличительная особенность этой книги от других изданий, посвященных воздействию на людей, это ее неагрессивность. Автор не учит подчинять и управлять, он настраивает читателя на грамотное взаимодействие, учет интересов других людей и понимание истинной сути их поступков.

Александра Д., Самара

ПСИХОЛОГИЯ. СОВЕТЫ МАСТЕРА

ВИКТОР ШЕЙНОВ

**БОЛЬШАЯ
КНИГА
УБЕЖДЕНИЯ
И МАНИПУЛИРОВАНИЯ**

**ПРИЕМЫ
ВОЗДЕЙСТВИЯ —
СКРЫТОГО и ЯВНОГО**

ПРАЙМ


Издательство
АСТ
Москва

УДК 159.9
ББК 88.53
ШЗ9

*Все права защищены. Никакая часть
данной книги не может быть воспроизведена
в какой бы то ни было форме без письменного
разрешения владельцев авторских прав.*

Шейнов, Виктор.

ШЗ9 Большая книга убеждения и манипулирования: приемы воздействия — скрытого и явного / Виктор Шейнов. — Москва : Издательство АСТ, 2016. — 384 с. — (Психология. Советы мастера).

ISBN 978-5-17-094051-6

Виктор Шейнов — один из самых авторитетных русскоязычных психологов, признанный эксперт в области психологического влияния. Новая книга автора рассказывает о самых действенных инструментах управления взаимоотношениями с людьми — убеждении и манипулировании.

Знание универсальных правил убеждения и тонкостей их применения даст вам возможность находить подход к любому собеседнику, выходить победителем из любой ситуации, избегать конфликтов и устанавливать те отношения с людьми, которые нужны вам. А знакомство с приемами манипуляций позволит вам избежать роли жертвы нежелательного воздействия и научиться защищать свою жизнь от психологического вторжения.

12+

Издание для досуга

Виктор Шейнов

**БОЛЬШАЯ КНИГА УБЕЖДЕНИЯ
И МАНИПУЛИРОВАНИЯ:
приемы воздействия — скрытого и явного**

Подписано в печать 15.11.2015. Формат 84×108/32.

Усл. печ. л. 20,16. Тираж экз. Заказ №

Общероссийский классификатор продукции ОК-005-93,
том 2—953000, книги, брошюры.

ООО «Издательство АСТ»

129085, г. Москва, Звездный бульвар, д. 21, стр. 3, комн. 5

ISBN 978-5-17-094051-6

© Шейнов В. П., 2015

© ООО «Издательство АСТ», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

АВТОР — ЧИТАТЕЛЮ	9
ВВЕДЕНИЕ	11
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ — КАК ОНИ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ	11

Часть 1. УБЕЖДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ПРИЕМЫ УБЕЖДЕНИЯ, ГАРАНТИРУЮЩИЕ УСПЕХ	16
Четырнадцать правил убеждения	16
«Тонкости» применения правил	31
Что повышает эффективность правил	34
Десять правил известного юриста	39
ГЛАВА 2. ДЕЙСТВЕННОСТЬ ПРАВИЛ УБЕЖДЕНИЯ	43
Ситуации на работе	44
Ситуации дома, в семье	57
Взрослые и дети	66
В школе	70
В сфере услуг	74
Проблемы подростков	75
В дороге	80
Продавцы и покупатели	83

ГЛАВА 3. УБЕЖДАЮЩИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ	86
Как опровергнуть доводы оппонента	86
Как придать своим доводам дополнительную силу	92
Двенадцать риторических методов	94
Пятнадцать спекулятивных приемов	103
ГЛАВА 4. КАК ПОДГОТОВИТЬ И УСПЕШНО ПРОВЕСТИ ДЕЛОВОЙ РАЗГОВОР	112
Правила, которые обеспечивают благоприятный исход разговора	116
Как вести различные виды деловых бесед	131
Искусство критики: исцелять, не раня	146
Как прекратить разговор, не обидев собеседника ...	156
Убедительное интервью. Стратегия и тактика	158

Часть 2. МАНИПУЛИРОВАНИЕ

ГЛАВА 1. МАНИПУЛЯЦИИ И МАНИПУЛЯТОРЫ	164
В каждом из нас сидит манипулятор	174
В чем опасность манипулятивных отношений	178
От манипуляций страдает не только их объект, но и сам манипулятор	180
Тест на склонность к манипулированию. Макиавеллизм	185
Тест «Оценка степени незащищенности от манипуляций»	191
ГЛАВА 2. ВЛИЯНИЕ ВОЗРАСТА НА СКЛОННОСТЬ К МАНИПУЛИРОВАНИЮ	198
Склонность к манипулированию у детей	200
Склонность к манипулированию у подростков	215

Склонность к манипулированию в юношеском возрасте	227
Динамика склонности взрослых к манипулированию	235
Глава 3. Половые и гендерные различия	240
Манипулирование по-мужски и по-женски	241
Пол, гендер и склонность к манипулированию	246
Способы воздействия на оппонента, применяемые мужчинами и женщинами	249
Самораскрытие у макиавеллистов и макиавеллисток	250
Особенности лжи у мужчин и женщин	252
Глава 4. Социально-психологический ПОРТРЕТ МАНИПУЛЯТОРА	256
Личностные качества манипулятора	257
Жизненные ценности манипулятора	262
Сильные и слабые макиавеллисты — два образа действий	268
Тактики манипуляторов. Позиция силы и позиция слабости	278
Впечатление, создаваемое макиавеллятором. Как распознать манипулятора	289
Интеллект манипулятора	294
Тонкости манипулятивного общения	303
Глава 5. МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ	309
Макиавеллизм и лидерство	310
Манипулятор в команде	317
Манипуляторы, эффективность управления и служебные отношения	322

Глава 6. «Фирменные» манипуляции	326
Презентации	326
Предложение заработать	334
«Распродажи». Подделки	337
Запланированный обман	346
Манипуляции с вкладами	361
 Вместо заключения	 377
 До новых встреч!	 377
 Литература	 378

АВТОР — ЧИТАТЕЛЮ

*Просвещение внедрять с умеренностью,
по возможности избегая кровопролития.*

М. Е. Салтыков-Щедрин

Проводя в течение последних 25 лет бизнес-тренинги, я выявил серьезную проблему, препятствующую как достижению успеха в карьере, деловой жизни, так и благополучию в жизни личной и семейной: неумение психологически воздействовать на окружающих. Люди не владеют искусством убеждения. Они не могут договориться и понять друг друга.

Неумение влиять на окружающих в нашем обществе просто поразительное. Доводится часто наблюдать беспомощные попытки убедить начальника, коллегу по работе, супруга, ребенка. Когда же убедить не удастся, пытаются заставить, как это часто происходит, например, при общении с детьми. Но всякое насилие вызывает лишь неприятие и ухудшение отношений.

Чего стоит любовь родителей, если они не могут повлиять на своих детей?

Чего стоят наши усилия на работе, если мы не можем никого убедить в полезности наших идей, предложений?

Из 14 видов психологических воздействий (см. Введение) я описал в этой книге два — **убеждение** и **манипулирование**.

Убедив человека, мы делаем его своим союзником, помощником, его возможности расширяют и наши собственные возможности. В книге приводится множество эффективных приемов убеждения, которые позволят вам достигать поставленных целей, яснее понимать цели и намерения других людей.

Интерес к *манипулированию* очень велик и продолжает возрастать. Исследования и жизненный опыт свидетельствуют об опасности этого вида воздействия как для жертв манипуляций, так и для самих манипуляторов. Я расскажу, как люди с детства приобщаются к манипулированию, какие качества человека способствуют этому, каковы особенности манипулятивного поведения.

Перед вами предстанет детальный психологический «портрет» манипулятора. Все это поможет вам вовремя опознавать манипуляторов и не попадаться на их уловки.

В книге также описаны типичные манипуляции в организациях, с клиентами и покупателями. Вы узнаете, какова роль манипулирования в карьере, пройдете тесты на склонность к манипулированию и степень защищенности от него.

Овладев искусством воздействия на окружающих, вы почувствуете, как изменилась в лучшую сторону ваша жизнь. Вы станете более успешны, у вас будет намного больше получаться из задуманного.

Желаю Вам, уважаемый читатель, успеха в этом полезном деле!

Как автор, я заинтересован в суждениях читателей, их предложениях и замечаниях. Сообщить их можно по адресу: sheinov1@mail.ru.

Автор
www.sheinov.com

Введение

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ – как они осуществляются

Существует 14 видов психологических воздействий: **убеждение**; внушение; просьба; принуждение; агрессия; заражение; самопродвижение; побуждение к подражанию; формирование благосклонности; слухи; игнорирование; нейролингвистическое программирование; **манипулирование**; **скрытое управление**.

Последний из названных видов воздействия введен в научный оборот автором [74].

Скрытым управлением я назвал такое воздействие, при котором цель управления скрывается от адресата, но ему дается информация, исходя из которой он сам принимает решение (производит действие), отвечающее цели инициатора воздействия. *Манипулирование является одной из разновидностей скрытого управления*, и это обстоятельство помогает лучше понять приемы манипулирования.

Эффективное применение на практике всех перечисленных выше психологических воздействий невозможно без знания механизмов их действия и со-

ставляющих их компонентов. Все это представлено в моделях психологического воздействия.

Общая модель психологического воздействия

Несмотря на разнообразие психологических воздействий, все они построены по одной и той же схеме (модели). Эта модель облегчит понимание и применение рассмотренных в книге приемов таких разнородных видов психологического воздействия, как *убеждение и манипулирование*.

В моей монографии «Психологическое влияние» [75] обоснована модель, по которой осуществляются все известные виды психологических *воздействий (влияний)*.

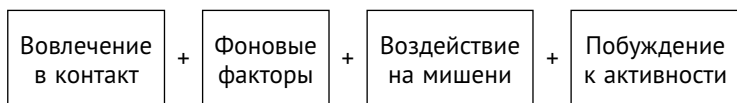


Рис. 1. Общая модель психологического воздействия

Наиболее важные результаты, полученные психологами для каждого из перечисленных видов психологического воздействия, соответствуют данной модели. При этом модель каждого вида воздействия является проекцией общей модели на этот вид воздействия. Для облегчения понимания модели приведем краткую информацию о функциях, выполняемых ее блоками.

Вовлечение в контакт — получение адресатом информации, привлекающей его внимание и вызывающей соответствующую реакцию.

Фоновые факторы — влияние на характер этой реакции состояния сознания адресата, его душевного и физического самочувствия, присущих ему привычных сценариев поведения, влияние внешнего фона (например, доверие или недоверие к источнику информации, степень его привлекательности и т. п.).

Мишени воздействия — это источники мотивации адресата: его актуальные потребности и их проявления — интересы, склонности, желания, влечения, убеждения, идеалы, чувства, эмоции и т. п.

Побуждение к активности — все, что стимулирует, подталкивает адресата к активности (принятию решения, совершению действия).

Модель преднамеренного психологического воздействия

Общая модель (рис. 1) описывает любое психологическое воздействие — как инициированное кем-то, *преднамеренное*, так и *непреднамеренное*, действующее без чьей-либо инициативы.

При преднамеренном воздействии в общую модель целесообразно добавить блок «Сбор информации об адресате». Предварительно собранная информация позволяет инициатору быть более успешным в воздействии на адресата: при *убеждении* его, *скрытом управлении* им, *манипулировании*, *внушении*, *обращении с просьбой*, *игнорировании*, *принуждении* и *агрессии*. Собранная информация позволяет более эффективно вовлекать адресата в контакт, привлекать персонально-ориентированные фоновые факторы, выбирать мишени воздействия

на адресата и средства побуждения его к активности в желательном для инициатора направлении.

В этом случае модель психологического воздействия примет следующий вид.

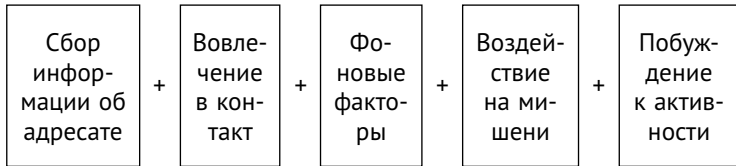


Рис. 2. Модель преднамеренного психологического воздействия

Убеждение и манипулирование, которым посвящена данная книга, относятся к преднамеренным психологическим воздействиям. Во всем остальном эти два воздействия принципиально различны. Убеждение — это *открытое воздействие*, при котором его цель доводится до того, кого убеждают. Напротив, манипулирование — это *скрытое управление*, при котором его цель не доводится до того, кем манипулируют, поскольку эта цель эгоистична.

Манипулирование — это скрытое управление адресатом воздействия против его воли, наносящее ему ущерб.

Убеждение же чаще преследует цели, которые не только не противоречат интересам убеждаемого, а вполне отвечают им. Так поступают врачи в отношении своих пациентов, родители, воспитатели, учителя, пытаясь привить детям знания и навыки, которые принесут им пользу в дальнейшей жизни, и т. д.

