

В И К Т О Р Ш Е Й Н О В

КАК ВОЗДЕЙСТВОВАТЬ НА ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

УМ ПРОТИВ СИЛЫ



Виктор Павлович Шейнов
Как воздействовать на
влиятельных людей.
Ум против силы
Серия «Сам себе психолог (Питер)»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=29346121

*Виктор Шейнов. Как воздействовать на влиятельных людей. Ум против силы: Питер; Санкт-Петербург; 2016
ISBN 978-5-496-01683-4*

Аннотация

Влиять на обычных людей дело нехитрое. А вот как воздействовать на по-настоящему влиятельных людей, в том числе и облеченных властью? Как оказывать влияние на политиков, чиновников, психологов, секретных агентов и, наконец, манипуляторов от природы?

Ответы на эти непростые вопросы вы найдете в книге известного психолога Виктора Шейнова. Автор научит вас мастерским приемам влияния, без которых никак не обойтись в нашем многогранном мире.

Содержание

Автор – читателю. Посредством чего можно влиять на влиятельных людей	5
Глава 1. Сущность и виды психологического влияния	9
Что такое психологическое влияние	9
Скрытое управление	12
Манипулирование	15
Как зарождалась технология скрытого управления	18
Глава 2. Техника влияния	23
Модель эффективного влияния	23
Сбор управляющей информации об адресате	28
Мишени воздействия	32
Вовлечение в контакт	37
Подвод к теме	37
Захват воображения	38
Необычное представление материала	39
Неожиданный поворот темы	40
Необычное начало	41
Конец ознакомительного фрагмента.	43

Виктор Шейнов
Как воздействовать на
влиятельных людей.
Ум против силы

© ООО Издательство «Питер», 2016

Автор – читателю. Посредством чего можно влиять на влиятельных людей

*Я не могу управлять направлением ветра, но
всегда могу так поставить паруса, чтобы достичь
своей цели.*

О. Уайльд

Влияние на человека – это воздействие, оказываемое на него и приводящее к изменению его взглядов, мнения, поведения и т. п. Влияние в обществе – это возможность воздействовать желаемым образом на ход событий.

Повлиять на человека очень непросто. Даже когда он зависим. Это только кажется, что для начальника нет ничего проще, чем повлиять на подчиненного. Однако практика показывает, что если подчиненные не уважают своего руководителя, то его поручения выполняют кое-как, ловко находят отговорки и лазейки. То есть его влияние – только кажущееся (ему самому). Более того, некоторые подчиненные в большей степени влияют на руководителя, чем он на них (мы покажем соответствующие приемы, их довольно много).

Не лучше обстоит дело и с возможностью взрослых влиять на детей. Уж, казалось бы, дети полностью зависят от родителей, воспитателей, учителей и должны естественным

образом им подчиняться. Ан нет! Вместо этого они нередко увиливают от выполнения требований старших, а если и выполняют их, то только выторговав себе что-то взамен. А случается, что дети управляют взрослыми (о том, как ловко они это делают, – тоже в одном из разделов книги).

Если уж сложно влиять на человека, обладая более высоким, чем у него, социальным положением, то как можно повлиять на тех, чей статус неизмеримо выше вашего, то есть на людей действительно влиятельных, в том числе облеченных властью? *Как оказывать влияние на чиновников, крупных бизнесменов, руководителей всевозможных рангов, прирожденных психологов и, наконец, просто на манипуляторов?* Задача, несомненно, сложная, но вполне решаемая.

Кем бы ни был человек, научиться влиять на него вам помогут несколько факторов, и в первую очередь – владение методами и приемами психологического влияния, в числе которых – мои авторские разработки, признанные и в России, и за рубежом. Моя книга «Психологическое влияние» выдержала шесть изданий в России, была переведена на английский язык и издана в двух томах в Германии [24; 25]. Я являюсь автором психотехнологии скрытого управления, которая описана в книге «Скрытое управление человеком» [20], выдержавшей 27 изданий. Также в моем арсенале большой опыт проведения тренингов (их программы можно найти на сайте www.sheinov.com), не говоря уже о длительном преподавании в университете.

Тема, которой посвящена эта книга, безусловно, актуальна. *Людей, являющихся для нас влиятельными, намного больше, чем это может показаться на первый взгляд.* К ним относятся не только лица вышеперечисленных категорий. Для каждого из нас в конкретной ситуации влиятельным может стать *любой человек, от которого мы окажемся зависимыми, мнение которого нам, вопреки его желанию, захочется изменить,* – коллега, подчиненный, состоятельный клиент, супруг (супруга), ребенок, сосед, полицейский, продавец, водитель такси или маршрутки и т. д. В этой книге уделено внимание всем подобным случаям – иначе рассмотрение темы было бы неполным. Будет продемонстрировано множество эффективных приемов влияния, которые окажутся полезными в самых разных ситуациях, в том числе в особых, критических случаях.

Для успеха в жизни важно уметь и влиять на людей, и противостоять негативному воздействию, в том числе и со стороны тех, кто влиятелен, и тех, от кого зависим. Поэтому мы будем учиться и способам защиты от нежелательных влияний. Обучение будет двухуровневым: с одной стороны, вы узнаете о множестве приемов влияния, которые сможете использовать в подходящих ситуациях, с другой – овладение психологическими основами влияния на людей позволит вам самостоятельно создавать приемы, наиболее эффективные в конкретных случаях.

Желаю вам, уважаемый читатель, успеха в освоении прие-

мов влияния и противодействия влиянию – этом крайне полезном и увлекательном деле!

Автор

www.sheinov.com

Глава 1. Сущность и виды психологического влияния

*Через сознательное – к управлению
бессознательным.
К. С. Станиславский*

Что такое психологическое влияние

*Люди в своем большинстве интересуются всем
на свете, за исключением того, что действительно
надо знать.
О. Уайльд*

*Можно уступить силе, но безропотно
покоряются только разуму.
Л. Бланки*

«Влияние (в психологии) – процесс и результат изменения индивидуумом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т. п. в ходе взаимодействия с ним» [9, 53].

В процессе психологического влияния участвуют две стороны. Инициатором влияния будем называть ту из них, которая изначально стремится повлиять на другую сторону –

адресата влияния.

Под влиянием мы понимаем влияние психологическое. До недавнего времени изучались следующие виды влияния:

- 1) *убеждение* (аргументация);
- 2) *внушение*;
- 3) *просьба*;
- 4) *принуждение*;
- 5) *игнорирование*;
- 6) *нападение* (агрессия);
- 7) *заражение*;
- 8) *побуждение к подражанию* (уподобление);
- 9) *формирование благосклонности* (завоевание симпатии, расположение);
- 10) *самопродвижение*;
- 11) *НЛП*;
- 12) *слухи*;
- 13) *манипуляция*.

Одним из видов влияния можно считать и *управление людьми*. Мы не будем рассматривать директивное управление, целиком основанное на властных полномочиях (это предмет менеджмента), а сосредоточимся на скрытом управлении как наиболее эффективном виде управления. Этот новый вид влияния разработал автор, описав его технологию в книге «Скрытое управление человеком» [20].

Влияние может быть *открытым* и *скрытым*. В первом случае адресат знает о нем и его целях, во втором остается

по этому поводу в неведении. К открытому влиянию относятся убеждение, внушение, просьба, принуждение, игнорирование, нападение, самопродвижение, слухи. К скрытому влиянию можно отнести заражение, уподобление, расположение, скрытое управление, манипуляцию. Влияние посредством НЛП может быть и открытым, и скрытым.

Скрытое влияние напрямую связано с проблемой ответственности за его последствия. При открытом влиянии ответственность (или ее часть) лежит на инициаторе, при скрытом же ответственность перекладывается на адресата, поскольку имеет место иллюзия полной добровольности принятого им решения и /или совершения действия.

Скрытое управление

*Кто не умеет скрывать, тот не умеет
управлять.*

Людвиг XI

Попытки влиять на человека, группу людей и иные человеческие общности нередко натываются на их сопротивление. В этом случае перед инициатором влияния возникает следующая альтернатива:

- попытаться **заставить** адресата выполнить требуемое, то есть сломить сопротивление адресата (**открытое управление**);
- **замаскировать** управляющее воздействие так, чтобы оно не вызвало возражения адресата (**скрытое управление**).

Заставить может только человек, облеченный властью. Для другого это неминуемо закончится провалом, после которого скрыто управлять будет затруднительно, поскольку намерение разгадано и адресат настороже.

К скрытому управлению необходимо прибегать тогда, когда предвидится сопротивление. В этом случае сразу делается ставка на скрытость воздействия. Такая стратегия, в частности, подходит для **воздействия на влиятельных людей**.

Фактически в каждой общности (семья, трудовой коллек-

тив и т. д.) есть люди, которые успешно влияют на других, причем те зачастую не замечают никакого воздействия.

Практика показала, что наиболее эффективно влияние, осуществляемое посредством скрытого управления. Оно принципиально отличается от открытого управления.

При открытом управлении его цель доводится до адресата. **Скрытым управлением мы называем такое управляющее воздействие инициатора на адресата, при котором цель управления скрывается, инициатор сообщает адресату такую информацию, исходя из которой адресат сам принимает решение (выполняет действие), запланированное инициатором.**

Скрытое управление нередко преследует вполне благородные цели. В первую очередь это относится к психотерапевтической и психокоррекционной работе, а также к процессу воспитания. Например, родитель не отдает приказы, а незаметно и безболезненно управляет ребенком, ненавязчиво побуждая к полезным для него действиям, касающимся его здоровья, отношения к учебе, труду, к его взаимоотношениям с окружающими и т. д. Еще один пример – женщина с помощью женских хитростей скрыто управляет мужчиной, помогая ему избавиться от вредных привычек (злоупотребление алкоголем, курение, уклонение от домашних дел и т. д.). Во всех подобных случаях можно только приветствовать скрытое управление.

Судя по опыту, зачастую подчиненные положительно вос-

принимают ненасильственные методы скрытого управления, применяемые руководством. Важно, что при таком скрытом управлении адресат влияния сохраняет свое достоинство и осознание собственной свободы. Такое управление естественно считать *созидательным*, поскольку при нем в выигрыше оказываются обе взаимодействующие стороны.

Манипулирование

*Ничто нечестное не может быть
благодетельным.*

Б. Франклин

Часто инициатором влияния движут отнюдь не благородные мотивы. **Скрытое управление адресатом против его воли и наносящее ему ущерб – это манипуляция.** Инициатора, управляющего воздействием, будем в этом случае называть манипулятором, а адресата – жертвой манипуляции.

Таким образом, манипулирование является частным случаем скрытого управления, характеризующимся эгоистическими, неблагоприятными целями манипулятора, наносящего ущерб (материальный или психологический) своей жертве.

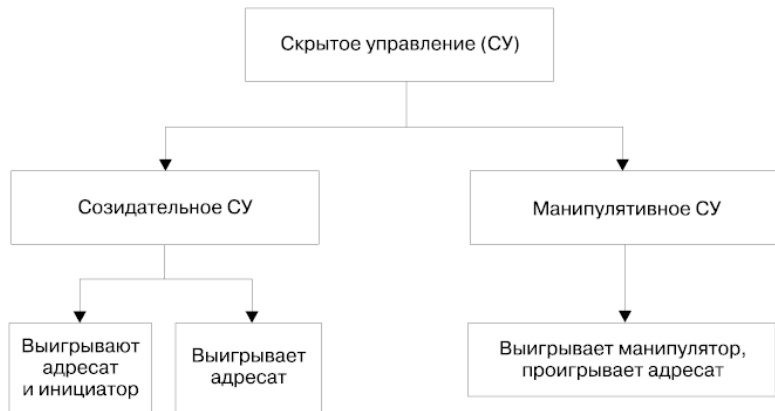


Рис 1.1. Виды и результаты скрытого управления

Итак, скрытое управление делится на созидательное и манипулятивное (рис. 1.1). Различия между созидательным и манипулятивным скрытым управлением лежат в моральной плоскости: первое – социально одобряемое; второе (как проявление эгоизма) – социально неодобряемое.

К сожалению, манипулирование довольно широко распространено в человеческом обществе. Об этом свидетельствуют многочисленные примеры – они приводятся далее в книге. Отметим (а подробно рассмотрим позже), что дети запрограммированы природой на использование скрытого управления, поэтому в семье и школе они без специального обучения легко усваивают его приемы, скрыто управляя родителями и учителями.

Нередко самые не способные к наукам ученики в классе являются способными манипуляторами: мастерски срываю уроки, ускользают от заслуженного наказания, ухитряются создать видимость хорошего поведения и т. д.

Студентов никто не учит манипулированию, но некоторые из них постоянно манипулируют преподавателями, прежде всего – на экзаменах и зачетах; подыгрывая слабостям экзаменатора, ухитряются получать лучшие оценки. Студенты хорошо знают о слабостях и предпочтениях конкретного преподавателя, им известно, к какому из них как одеться, как держаться, что говорить и т. д.

Взрослых людей тоже зачастую не учат манипулировать своими начальниками и подчиненными, супругами, детьми, родственниками, знакомыми, соседями. Но многие способны к манипулированию.

В каждом типе социальных отношений (руководитель – подчиненный, муж – жена, дети – родители и пр.) применяются особые приемы манипулирования; в книге мы рассматриваем их в соответствующих главах.

Как зарождалась технология скрытого управления

*Когда человек не знает, к какой пристани он
направляется, для него ни один ветер не будет
попутным.*

Сенека

*Долог путь научный, короток и успешен путь
примеров.*

Сенека

Идея технологии скрытого управления возникла из попыток найти решение актуальным практическим задачам и из последующего осмысления и обобщения найденных приемов.

Кто-то повадился похищать из моего почтового ящика газеты и журналы. Никого из моей семьи днем дома не было, и злоумышленникам для их черного дела времени вполне хватало. Переводить доставку корреспонденции в абонентский ящик не хотелось – ведь тогда пришлось бы ежедневно ездить за ней на почту. Надо было как-то воздействовать на неизвестного похитителя.

Чтобы найти решение, я поставил себя на место злоумышленника. Что ему облегчает задачу? То, что днем жильцы в подъезде появляются редко и плохо знают живущих на дру-

гих этажах соседей. А тем более – слабо представляют, кто имеет отношение к тому или иному ящику. Таким образом, даже случайная встреча с кем-нибудь из жильцов в момент хищения не очень опасна для воришки: можно либо сделать вид, что этот ящик его, либо сказать, что ошибся, либо – что хозяин попросил доставать для него корреспонденцию.

Значит, первое, что нужно сделать, – как-то лишить похитителя этих отговорок. Например, придать факт хищений огласке, чтобы жильцы знали о воровстве, поняли, что следующей жертвой может стать любой из них, и, следовательно, были бы более наблюдательны по отношению к достающим почту из ящиков. Важно также, чтобы и воришка об этом знал. Самый простой способ огласки – вывесить объявление.

Второе – надо как-то воздействовать на психику похитителя. Судя по типу похищаемых изданий, можно было заключить, что он не лишен интеллекта. Значит, считает себя человеком не последним и наверняка усыпил свою совесть каким-то оправданием. Например: «Возьму почитать и верну». А когда возвратить не получилось – «Ну и ничего страшного: подумаешь, газеты – такой пустяк, хозяева не обеднеют». То есть свои действия он считал не воровством, а, по причине малой стоимости присвоенных вещей, скорее мелкой шалостью. Поэтому надо было донести до него: мелкое воровство еще позорнее крупного (пожалел мелочи – не купил газету в киоске).

Так родился текст объявления: *«Уважаемые соседи! В нашем подъезде завелся ВОР. Систематически общищает он наши ящики, цenia свою совесть в стоимость украденных газет. Поймаем и проучим ВОРА!!!»*

Слово «вор» я оба раза выделил красным цветом.

Объявление накрепко приклеил на настежь открытую дверь подъезда (дело было летом) – так, чтобы сорвать его было затруднительно.

Объявление «жгло» воришку – о чем свидетельствовало то, что первой ночью соскребли слово «вор», а во вторую ночь «смыли» все объявление. При этом несколько похищенных накануне изданий были возвращены в почтовый ящик. Но главное – пропажи прекратились! И с тех пор более не повторялись.

Случаен ли этот результат? Утверждаю, что не случаен. И вот почему.

В те годы я практически ежедневно проводил тренинги по психологии управления с руководящим звеном различных предприятий Белоруссии, а также с начинающими предпринимателями. И в качестве одного из тренировочных упражнений предлагал слушателям ситуацию под названием «Почтовый ящик». Многие из них применили этот прием у себя в подъезде (тогда из ящиков воровали много) и на следующих встречах рассказывали о его эффективности.

По-видимому, этот эпизод был первым, подтолкнувшим автора к разработке методов скрытого управления. Подкупа-

ли его простота и сила воздействия на адресата.

Легко убедиться, что в этом случае действительно имеет место скрытое управление. Адресата воздействия не призывали прекратить свое недостойное занятие (то есть истинная цель – прекращение воровства – не афишировалась). Злоумышленника даже как бы приглашали продолжать воровать – иначе как его поймаешь? Он же самостоятельно принял решение, требующееся инициатору воздействия.

Примерно в то же время у меня возникла еще одна проблема.

Дорога до дачи занимала у нас полтора часа езды на электричке. Можно с пользой провести это время: почитать и даже поработать (внести правки в рукопись, подготовиться к занятиям и т. д.). Можно, если не попадутся болтливые, да еще и громкоголосые соседи. Как избавиться от назойливо лезущей в голову досужей болтовни? Вежливые просьбы умерить громкость либо не действовали вовсе (а то и приводили к конфликту), либо имели кратковременный эффект.

Я рассудил так: люди занимают себя в пути тем, чем могут, например разговором. Будь у них другие возможности, многие из них не «зацепились бы языками». Значит, нужно предоставить им эту другую возможность. И мы с супругой, любительницей чтения, стали брать «чтиво» с запасом – для попутчиков. Предложив им интересный журнал, газету, мы с тех пор почти всегда устраивали вокруг себя маленький «чи-

тальный зал» на все время пути. Таким образом, мы исподволь, без конфликтов решили проблему времяпрепровождения в пути.

Подобных жизненных примеров успешного скрытого управления можно привести множество. Но – остановимся. Ведь вы по ходу чтения еще не раз получите возможность убедиться, насколько проста и эффективна техника скрытого управления.

В следующей главе мы покажем, что приведенные примеры успешного влияния полностью укладываются в *приведенную ниже* модель скрытого управления.

Глава 2. Техника влияния

Задачей всех наук, равно естественных, как и психологии, является упорядочивание наших переживаний и организация их в определенную логическую целостность.

А. Эйнштейн (из письма З. Фрейду)

Модель эффективного влияния

Нет ничего практичнее хорошей теории.

Р. Кирхгоф

Наиболее эффективным влияние бывает в том случае, если оно осуществляется по приведенной ниже модели скрытого управления. Зная ее, вы сможете самостоятельно конструировать действенные приемы влияния.

Процесс скрытого управления происходит по следующей модели (рис. 2.1).

Эта модель впервые была предложена автором в первом издании книги «Скрытое управление человеком» [18, 126], затем теоретически обоснована и обобщена применительно к осознанному психологическому влиянию в книге *Psychological Influence* [24; 25]. Поясним содержание каждого из блоков модели.

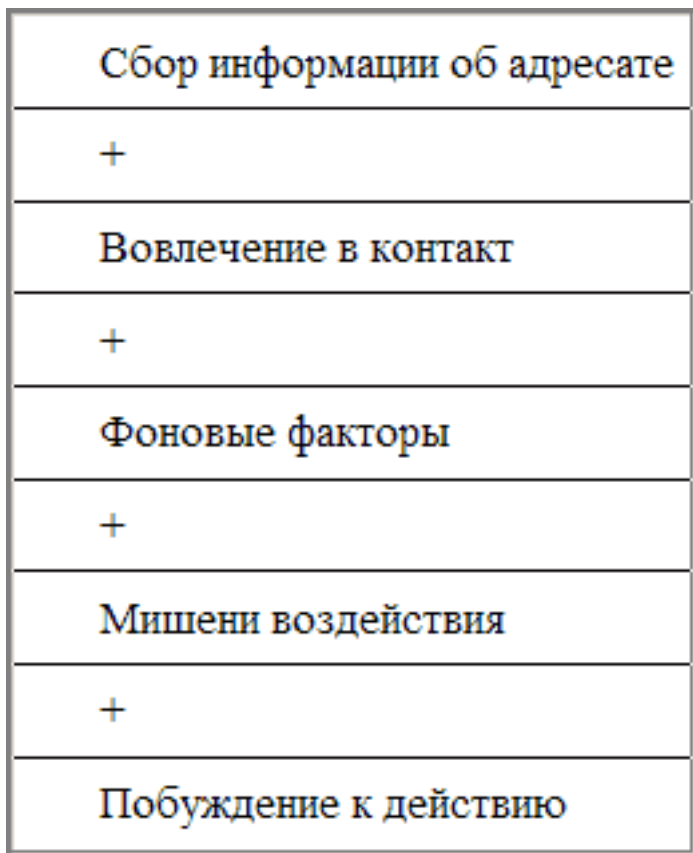


Рис. 2.1. Модель скрытого управления

Сбор информации об адресате нацелен на получение сведений, помогающих наполнить остальные блоки модели

продуктивным содержанием.

Вовлечение в контакт – предъявление адресату информации с целью активизации его определенной направленности в соответствии с целью управления им. Эта информация привлекает внимание адресата к выигрышной для него стороне дела, возможно, тем самым отвлекая от истинной цели инициатора.

Фоновые факторы (фон) – использование состояния сознания и функционального состояния адресата и присутствующих ему автоматизмов, привычных сценариев поведения; создание благоприятного внешнего фона (доверие к инициатору, его высокий статус, привлекательность и т. п.).

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

Побуждение к действию – это то, что стимулирует, подталкивает адресата к активности в заданном инициатором направлении (принятие решения, совершение действия). Побуждение может явиться суммарным результатом вовлечения, фоновых факторов и воздействия на мишени либо стимулироваться специальными приемами: подталкиванием к включению нужного психологического механизма у адресата (внутреннее побуждение), прямой актуализацией желаемого мотива, подходящим распределением ролей (позиций), заданием сценариев, включением адресата в соот-

ветствующую деятельность или значимую для него группу, подпороговым воздействием и т. п.

В ряде конкретных случаев отдельные блоки модели могут присутствовать априори и срабатывать в интересах инициатора неявно.

Более подробно содержание блоков раскрывается в следующих разделах данной главы; там же на конкретных примерах демонстрируется функционирование блоков модели.

Вернемся к двум примерам, приведенным в главе 1. В обоих случаях влияние на адресата может быть полностью описано с помощью модели скрытого управления.

Так, адресату (злоумышленнику, попутчикам) не сообщается истинная цель воздействия на него и он сам принимает нужное инициатору решение. В качестве *мишени воздействия* в первом случае избраны потребность злоумышленника в безопасности (актуализация у него чувства страха) и потребность в самоуважении. Во втором – мишенью служит желание пассажиров скоротать, интересно провести время в пути. *Вовлечение* в обоих случаях происходит благодаря подходящей информации, сообщаемой адресатам. *Фоновое обеспечение* в первом случае – внимание жильцов к каждому, кто открывает почтовый ящик (как результат объявления о кражах), во втором – проявление благожелательного отношения к попутчикам. *Побуждение к активности* в обоих случаях осуществляется путем предложения адресату некоего действия: в первом случае – невыгодного для вора

(поэтому тот от предложения отказался, что и требовалось), во втором – выгодного для попутчиков (поэтому те предложенное принимали).

Сбор управляющей информации об адресате

Людьми управляют больше с помощью их пороков, нежели добродетелей.
Наполеон I

Управление человеком тем эффективнее, чем больше оно опирается на информацию об этом человеке. Прежде всего это относится к скрытому управлению, поскольку при нем происходит воздействие на психологические механизмы адресата.

Поэтому при подготовке к важному разговору бывает полезно навести справки о предпочтениях, сильных сторонах и слабостях человека, на которого вы собираетесь повлиять. А во время разговора можно получить такого рода информацию, задавая соответствующие вопросы. Помните, что разговором управляет не тот, кто много говорит, а тот, кто спрашивает.

Более того, убеждение вопросами – один из приемов скрытого управления. Искусство влияния здесь состоит в том, чтобы подвести собеседника к нужному выводу, который он сделает сам.

Теоретические исследования и практика доказывают, что убеждение, построенное на адресованных собеседнику во-

просах, более эффективно, чем монолог. Отвечая на подходящим образом сформулированные вопросы, убеждаемый постепенно сам приходит к выводу, который и является целью убеждающего (то есть осуществляется скрытое управление). Кроме того, вопросы – это способ продемонстрировать интерес к собеседнику и его позиции.

В качестве примера, подтверждающего эффективность такого средства убеждения, как вопросы, приведу *реальную историю*.

Отец студента-пятикурсника узнал, что его сына отчисляют из университета за два месяца до защиты диплома. Приказ уже подготовлен и вот-вот будет подписан ректором. Сын объяснил, что у него был конфликт с соседями по общежитию – студентами юридического факультета, которые оговорили его.

Отец добился приема у ректора. В кабинете состоялся следующий разговор:

– *Мы живем в другом городе, дочь заканчивает школу с медалью и мечтает поступить в ваш университет. Но она девочка домашняя, и мы опасаемся отпускать ее. Какой у вас контингент студентов?* – спросил отец.

– *У нас самый большой конкурс, в результате мы отбираем самых лучших,* – с гордостью сообщил ректор.

– *В наше время были кураторы, которые присматривали за студентами и, в случае чего, сообщали родителям. Есть ли сейчас такое в вашем университете?*

– Это входит в воспитательную работу. А по ней мы признаны лучшими в республике.

– Так почему же так получилось с моим сыном – студентом (называет фамилию)?

Немая сцена.

Отец студента направлял разговор вопросами, отвечая на которые ректор загнал себя в угол: брали лучших, пять лет воспитывали – и вот результат. Наказание было отменено. А впоследствии выяснилось, что студент стал жертвой оговора.

В ситуации скрытого управления наилучшим образом подготовить собеседника к воздействию позволяют так называемые *открытые вопросы*. На них невозможно ответить «да» или «нет», они требуют некоторого пояснения. В них используются слова «что», «кто», «как», «сколько», «почему» и пр. Например: «Каково ваше мнение по данному вопросу?», «Как вы пришли к такому выводу?», «Почему вы считаете, что...», «Что бы вы рекомендовали...».

Завершая этот раздел, приведу один исторический факт, показывающий, что накопление информации полезно не только для того, чтобы скрыто воздействовать на людей.

Великий немецкий естествоиспытатель Александр Гумбольдт имел привычку изводить окружающих вопросами. Однажды его собеседник не выдержал:

– Вы ученый и много знаете, но все время задаете вопросы.

– Потому и знаю много, что задаю много вопросов, –

ответил Гумбольдт.

Мишени воздействия

*Люди не могли бы жить в обществе, если бы не
водили друг друга за нос.*

Ф. Ларошфуко

Мишени воздействия – это главное звено в модели скрытого управления. В качестве мишеней при скрытом управлении могут выбираться универсальные побудители – чувство собственного достоинства человека, его стремление к успеху, материальной выгоде, получению удовольствия, комфорту, его желание быть здоровым, иметь благополучную семью и т. д. Еще один вид мишеней может быть эффективным применительно к большинству адресатов.

В одном психологическом исследовании мужчинам было предложено оценить свою способность «вести дела с другими людьми». Все опрошенные оценили ее выше среднего, при этом 60 % отнесли себя к верхним 10 % совокупности, а 25 % посчитали, что входят в 1 % самых способных в этом плане людей. В параллельном исследовании, где предлагалось оценить свою способность к лидерству, 70 % испытуемых отнесли себя к верхней четверти и лишь 2 % посчитали, что их лидерские способности ниже средних. Третье исследование касалось той области, в которой большинству мужчин трудно обмануться, – атлетических данных; здесь 60 % заявили, что они входят в верхнюю четверть, и только 6 %

признали, что как атлеты они ниже среднего. В других исследованиях лицам обоего пола предлагалось оценить себя по шкалам: хороший – плохой, умный – глупый, красивый – некрасивый. Подавляющее большинство респондентов сочли, что эти качества у них выражены выше, чем на среднем уровне.

Важно отметить, что сравнение всех перечисленных самооценок с объективными данными показало, что большинство респондентов значительно превысили свои реальные показатели.

Таким образом, *хорошее мнение людей о себе и, соответственно, поддержание ими своего положительного «Я-образа» может служить надежной мишенью для скрытого управления ими. Всякого возмутит сомнение в его умственных способностях, а многих (женщин – всех) смертельно обидит самый слабый намек на их физическую непривлекательность. Напротив, комплименты на такие темы ценятся весьма высоко, и все мы используем любую возможность самоутвердиться на этот счет. Подтверждений этому множество. В качестве примера приведем эксперименты Т. Г. Богдановой [11, 130–131].*

Исследователь предложил двум группам испытуемых решить геометрическую задачу, допускающую несколько разных решений. Первую группу просто просили решить задачу, а второй дополнительно сообщали, что задача является тестом на умственные способности. Участники первой

группы быстро справилась с заданием, найдя первое подвернувшееся решение, а во второй над задачей трудились долго, находя все новые варианты решения, хотя инструкция этого не требовала.

Мишенями при скрытом управлении могут служить и предрассудки. Причем в этом случае их можно использовать во благо, как и поступили сотрудники Люберецкого парка Москвы.

Они столкнулись с серьезной проблемой: из плодородного грунта посетители парка начали воровать цветы. Охранять их круглые сутки возможности не было, поэтому поставили таблички: «Цветы и грунт заговорены потомственной знахаркой (такой-то) на несчастье». Результат: за несколько лет – ни одной кражи!

Важную роль играют так называемые «мотивы-доноры», обеспечивающие дополнительное увеличение побудителей за счет внутренней мотивации.

В старину для ловли обезьян использовали тыкву. В большой тыкке делали маленькое отверстие и засыпали внутрь горстку риса. Обезьяны просовывали лапу, брали в кулачок рис, но вытащить руку назад уже не могли. Чтобы разжать пальцы, им не хватало сообразительности, а чтобы убежать с тяжелой тыквой, не доставало сил. Обезьяна оказывалась в ловушке.

Одной из мишеней воздействия может быть *потребность в положительных эмоциях*. Человек – существо эмоцио-

нальное. Отрицательные эмоции угнетают нас, под их влиянием хуже работают все органы, ухудшается качество крови. Наоборот, положительные эмоции заряжают организм энергией, дают хорошее самочувствие. Давно установлено, что положительные эмоции очень важны для психического (а значит и физического) здоровья человека. Оптимальным соотношением положительных и отрицательных эмоций считается 7:1.

Практически все взрослые люди ощущают значительную нехватку положительных эмоций (негатива у нас вполне хватает!). О степени этой недостачи дают представление следующие цифры: *ребенок ежедневно смеется в среднем 400 раз, взрослый – 15* (это в среднем, а бывает, что и ни разу).

Дети ближе к природе. Еще не связанные множеством «нельзя», они ведут себя наиболее естественно и потому оптимально для здоровья. В хорошем настроении они без конца смеются, от боли или обиды плачут (что является наилучшим способом облегчить горе), при приступах злости дерутся, а вырвавшись на перемену, бегают, прыгают, компенсируя неподвижное сидение на уроках, разгоняя кровь, улучшая обменные процессы.

Взрослый лишен этой естественности, а отсюда и многих положительных эмоций. Ему не хватает добрых слов в свой адрес, не говоря уже о ласке. Ребенок же не стесняется напроситься на ласку.

Женщина, недавно ставшая бабушкой, рассказывала:

«Внук лежит в кроватке, засыпает. Я его глажу, приговаривая: “Ванечка хороший, Ванечка пригожий, мама Ваню любит, папа любит, бабушка...” Потом что-то задумалась, глажу молча, а он: “Бабушка, говори, говори!”».

Вовлечение в контакт

Самый простой пример убедительнее самой красноречивой проповеди.

Сенека

Прежде чем скрыто управлять адресатом, его необходимо «зацепить» – вовлечь в контакт. Сделать это можно с помощью нескольких способов. Поясним их применение на конкретных примерах.

Подвод к теме

На контрольной работе учительница отобрала у Саши шпаргалку, и мальчик впал в прострацию. Его сосед это заметил и пожаловался:

– А Саша ничего не делает!

– Почему ничего? – сказала учительница. – Он думает. Не подумав, решить задачу нельзя.

Через некоторое время Саша действительно открыл тетрадь и принялся за выполнение задания.

Один из писателей спрашивает другого:

– Чем ты сейчас занят?

– Пишу мемуары.

– Хорошее дело. А ты уже дошел до момента, как взял у меня взаймы сто долларов?

Захват воображения

В романе «Двенадцать стульев» Илья Ильф и Евгений Петров вложили в уста главного героя блестящую реализацию данного приема.

С открытыми ртами любители шахмат из забытых богом Васюков слушали разглагольствования великого комбинатора:

– Мой проект гарантирует вашему городу неслыханный расцвет производительных сил. Подумайте, что будет, когда турнир окончится и когда уедут все гости. Жители Москвы, стесненные жилищным кризисом, бросятся в ваш великолепный город. Столица автоматически переходит в Васюки. Сюда переезжает правительство. Васюки переименовываются в Нью-Москву, Москва – в Старые Васюки. Ленинградцы и харьковчане скрежещут зубами, но ничего не могут поделать. Нью-Москва становится элегантнейшим центром Европы и всего мира.

– Всего мира!!! – застонали оглушенные васюкинцы.

– Да! А впоследствии и вселенной. Шахматная мысль, превратившая уездный город в столицу земного шара, превратится в прикладную науку и изобретет способы межпланетного сообщения. Из Васюков полетят сигналы на Марс, Юпитер и Нептун. Сообщение с Венерой сделается таким же

легким, как переезд из Рыбинска в Ярославль. А там, как знать, может быть, лет через восемь в Васюках состоится первый в истории мироздания междупланетный шахматный конгресс! [4, 251–252].

Этот «сеанс массового гипноза» создал условия для выполнения намеченной Остапом Бендером акции по пополнению их с Воробьяниновым бюджета.

Необычное представление материала

Как-то некий князь попросил газету так подать информацию об одной певице, чтобы ее прочитал каждый. С задачей легко справился метранпаж. Он просто поместил эту информацию вверх ногами. И, конечно, ее прочитал каждый.

В 1761 г. в Голландии вышел написанный Жан-Жаком Руссо роман «Юлия, или Новая Элоиза». Его большой популярности способствовали два обстоятельства.

Прежде всего – название. Оно ассоциировалось с известной тогдашнему просвещенному обществу историей несчастной любви средневекового философа Пьера Абеляра к его ученице Элоизе: по приказу родственников девушки их слуги оскотили философа.

Вторым вовлекающим обстоятельством был подзаголовок «Письма двух любовников, живущих в маленьком городке у подножья Альп» и фраза на титульном листе: «Собраны и

изданы Жан-Жаком Руссо». Цель этой нехитрой мистификации – создать иллюзию полной достоверности рассказа. Выдавая себя за издателя, а не за сочинителя, Руссо снабдил некоторые страницы подстрочными примечаниями (всего их 164); в них он полемизирует со своими героями, фиксируя их заблуждения в вопросах морали, искусства, поэзии. Тем самым автор демонстрировал, что он якобы не имеет ничего общего с действующими лицами романа, что он только наблюдатель, стоящий над ними беспристрастный судья. И Руссо добился своего: его спрашивали, действительно ли эти письма найдены.

Руссо знал, что документальность вызывает интерес, и использовал это обстоятельство, чтобы донести до читателя свои взгляды на сложные проблемы бытия. Мишенью воздействия на читателей было их любопытство, а вовлечение писатель осуществил с помощью необычной формы подачи материала.

Неожиданный поворот темы

В юности со мной произошел такой случай. Директор школы собрал членов нашей команды, которая должна была выступить на городской спартакиаде. Мы не удивились бы, если бы он прямо призвал нас постараться достойно защитить честь школы. Но он поступил иначе, рассказав следующую историю:

– В морском сражении сошлись две противоборствующие эскадры. Первая открыла шквальный огонь, вторая, не сделав ни одного выстрела, обратилась в позорное бегство. Собрал командующий своих уцелевших незадачливых капитанов и задал вопрос: «Почему не стреляли?» Ему ответили. «Было на то пятнадцать причин: первая – порох отсырел, вторая – не было приказа, третья...» – «Достаточно и первой», – понял адмирал... Так вот, ребята, – обратился к нам директор, – давайте сделаем так, чтоб порох у вас в нужный момент был сухим!

С той поры прошло пятьдесят лет, а я и сейчас помню, как мы старались на той спартакиаде!

Вовлечение было осуществлено посредством образной подачи мысли о бесполезности отговорок в случае неудачи.

Необычное начало

Этот случай произошел в те времена, когда действовало правило: молодые люди, подавшие заявление в загс, должны были прослушать цикл лекций о семье и браке.

Занятия проходили по вечерам, были скучными, и уставший после работы народ «отбывал» их: лекторов не слушали, дремали, читали газеты, разгадывали кроссворды, играли в морской бой и т. д.

И вот в аудиторию, где сидели будущие мужья, вошел очередной преподаватель. Публика – ноль внимания. Подо-

ждав немного и успокоив взглядом самых шумливых, он начал:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.