

## Психология влияния

Героями центральной новеллы фильма «Елки 1914» стали Иван Ургант (Борис) и Сергей Светлаков (Евгений). Борис покупает имение на черноморском побережье, чтобы поразить свою богатую невесту. В канун Рождества они приезжают осмотреть покупку, но на пороге их встречает Евгений, бывший хозяин дома, который боится рассказать о продаже имения домочадцам. Евгений просит Бориса позволить им остаться хотя бы на Рождество, чтобы не портить родне праздник. Но у Бориса требовательная невеста, которая не желает входить в положение Евгения. Тогда Борис придумает хитроумный план: пока вся родня отдыхает, они на пару с Евгением создают в доме видимость бурного празднования Рождества. Когда родня просыпается, мужчины объявляют им, что Рождество уже наступило, и им пора собираться в путь.



Рис. Главные герои фильма «Елки 1914», [новелла Дом](#)

[Предыдущая глава](#) [Оглавление](#) [Следующая глава](#)

### Газлайтинг

Это пример газлайтинга – манипуляции, цель которой – посеять у жертвы сомнения в реальности происходящего, подорвать и исказить чувство реальности. Писатель и бизнес-тренер Никита Непряхин в книге «Я манипулирую тобой» приводит примеры газлайтинга на работе, и в личной жизни. При газлайтинге манипулятор отрицает объективные факты: «Я такого не говорил», «Ты все путаешь», «Такого не было, это твои фантазии». Он также подчеркивает проблемы жертвы: «Обрати внимание, у тебя неадекватная реакция?», «Ты слишком остро реагируешь на обычные слова».

*Название манипуляции произошло от названия фильма [Газовый свет](#) (Gaslight), вышедшего в 1944 г. Ингрид Бергман получила Оскар за лучшую женскую роль. Ее героиня постоянно видит странные повторяющиеся вещи, однако ее муж, который сам все и организовывает, уверяет, что ей все это мерещится, доводя ее до психоза.*

Для борьбы с манипулятором следует рассказать об обвинениях людям, которым вы доверяете, и получить от них подтверждение своей правоты. Это позволит вырваться из искаженной реальности, которую рисует манипулятор. Если манипулятор обвиняет вас в забывчивости, попросите третьих лиц присутствовать во время общения с ним или фиксируйте обсуждение в электронном письме. Не старайтесь перевоспитать газлайтера. Такие люди меняются редко.

## Классификация манипуляций

Непряхин говорит, что манипуляции присущи скрытый характер, миф – то, как манипуляция должна выглядеть для жертвы, цель – истинные намерения манипулятора, сценарий – поведение, которого ожидает от своей жертвы манипулятор.

Непряхин выделяет четыре типа манипуляторов. *Деспот* — доминирует, пытается всеми управлять. Любит контроль, унижает и провоцирует. *Жертва* – прикидывается жертвой обстоятельств. Играет на жалости. Своеобразный вечный ребенок, требующий внимания, заботы и помощи. *Обвинитель* строит свои сценарии на критиканстве и чувстве вины. Любит стыдить и сравнивать. Злопамятен. Коллекционер обид и претензий. Все его неудачи – вина окружения. *Свой парень* – умело втирается в доверие. Улыбчивый, дружелюбный, угодливый. Прилипала, который со временем лишает своих визави внутренней и внешней свободы. Его главная стратегия — игра на неудобстве отказать.

Манипуляцию можно нейтрализовать тремя способами: вскрыть манипуляцию, вскрыть цель, сломать сценарий. Универсальные фразы, которые можно использовать для нейтрализации: это ваше мнение, дельный совет, встречаются разные точки зрения, почему бы и нет?

## Манипуляции основаны на автоматическом поведении

Автоматическое, стереотипное поведение превалирует в большей части человеческих действий, потому что во многих случаях это самая эффективная форма поведения. Оно было сформировано эволюцией человека, и направлено на социализацию индивидов. Британский философ [Альфред Норт Уайтхед](#) заявил: «...цивилизация прогрессирует, когда она увеличивает количество операций, которые можно выполнять, не задумываясь». Однако использования нами автоматического поведения, делает нас уязвимыми для тех, кто преследует свои интересы.

Психолог Роберт Чалдини выделяет шесть универсальных принципов социального влияния: взаимный обмен (мы чувствуем себя обязанными оказать услугу за услугу), авторитет (мы ищем экспертов, чтобы сказали, как делать), обязательства и последовательность (мы хотим действовать в соответствии с нашими обязательствами и системой ценностей), дефицит (чем менее доступен ресурс, тем больше мы его желаем), благорасположение (чем больше нам нравится человек, тем больше мы хотим сказать ему «да»), социальное доказательство (в своем поведении мы руководствуемся тем, что делают другие).

## Правило взаимного обмена

Мы стремимся отплатить каким-то образом за то, что предоставил нам другой человек. Это уникальный приспособительный механизм людей, делающий возможным разделение труда, обмен различными видами товаров и услуг. Экономист Пол Хейне отмечал, что сотрудничество, более чем законы, обеспечивает существование и развитие современного общества.

Именно поэтому нас «разводят» люди, стремящиеся извлечь пользу из чувства признательности. Небольшая любезность может породить ответное чувство, вынуждающее согласиться на оказание гораздо более важной услуги. Если вы воспринимаете действие как уловку, остановитесь: правило гласит, что следует отвечать услугой на услугу; оно не требует, чтобы на трюки отвечали услугами.

## Принцип последовательности

В нашем сознании перспективы лошади значительно улучшаются после того, как на нее сделана ставка. Все мы стремимся соответствовать (в своих глазах и в глазах окружающих) тому, что мы уже сделали. Коль скоро мы сделали выбор или заняли определенную позицию, мы будем стремиться вести себя в соответствии с принятыми на себя обязательствами и стараться оправдать ранее принятое решение. Поскольку обычно нам полезно быть последовательными, мы поддаемся искушению быть таковыми автоматически, даже в ситуациях, когда это неблагоприятно.

Этим, в частности, пользуются продавцы. Они начинают с мелких продаж даже себе в убыток, поскольку целью сделки является не прибыль, а принятие на себя обязательства. Ожидается, что это обязательство повлечет за собой другие покупки, более крупные. Данная методика известна как «нога-в-дверях».

Обязательства наиболее ощутимо изменяют представления человека о самом себе и его поведение в том случае, когда они сделаны публично и/или требуют значительных усилий. Адвокат Кэти Франьоли помогает разрешать конфликты людям, участвующим в судебном процессе. Ранее она позволяла сторонам излагать свои требования открыто, так что это могла слышать другая сторона. Но

как только она узнала о принципе последовательности, то стала общаться с каждой стороной с глазу на глаз. Сделанные вслух заявления мешают достижению компромисса. Чем больше народу слышат требования, тем труднее сдвинуть людей со своих позиций.

### Социальное доказательство

Зачастую мы определяем, что является правильным, выясняя, что делают другие люди. Мы совершаем меньше ошибок, когда действуем в соответствии с социальными нормами, чем тогда, когда противоречим им. Например, мы привыкли ориентироваться на реакцию других при определении, что является смешным. Поэтому, режиссеры комедийных постановок добавляют закадровый сценарий. Бармены часто кладут на блюдо для чаевых несколько банкнот в начале вечера. Они создают видимость того, что предыдущие посетители оставили чаевые.

### Дефицит

Возможности кажутся нам более ценными, когда их доступность ограничена. Мы больше переживаем о потерях, чем об упущенной выгоде. Продавцы часто говорят об ограниченном количестве, или предельном сроке действия предложения.

### Неработающий сервер

Социологи Чарльз Наквин и Терри Клатцберг показали, что, когда в качестве основной причины происшествия организации ссылаются на технические проблемы, а не на человеческие ошибки, клиенты более склонны их прощать. Почему? Когда люди узнают причину, то думают, можно ли было ее избежать. Ошибки людей не представляются неизбежными, в отличие от технических проблем. Если вы сами оказались в незавидном положении, то лучше объяснить задержку, например, проблемами с сервером)

### Электронная почта

Сотрудникам некоторых компаний по пятницам рекомендуют не общаться по электронной почте. Политика пятниц оказалась успешной и послужила напоминанием важности личных контактов для укрепления взаимоотношений. Переписка по электронной почте чаще ведет к недопониманию. Психолог Джастин Крюгер считает, что это связано с отсутствием невербальных сигналов, которые при личном общении являются важными элементами, указывающими на истинный смысл сообщения, даже когда его вербальное содержание неоднозначно.

К сожалению, отправителям просто не приходит в голову, что их сообщения могут быть неправильно поняты! Поскольку отправители, создавая сообщения, имеют полный доступ к своим намерениям, им кажется, что он есть и у получателя. Перед отправкой e-mail перечитайте сообщение свежим взглядом. Есть ли аспекты, которые могут быть неправильно поняты получателем? Измените эти места, и уточните, что имеете в виду.

### Литература

Никита Непряхин. Я манипулирую тобой. Методы противодействия скрытому влиянию. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 376 с. Конспект: <http://baguzin.ru/wp/?p=21529>

Роберт Б. Чалдини. Психология влияния. – М.: Эксмо, 2010. – 416 с. Конспект: <http://baguzin.ru/wp/?p=5232>

Сьюзан Вайншенк. Законы влияния. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с. Конспект: <http://baguzin.ru/wp/?p=9480>