**Тема 4. МИСТЕЦТВО ПЕРЕКОНАННЯ І ВПЛИВУ НА ІНШИХ**

***План***

1. Правила переконання.
2. Типи впливу на інших. Маніпуляції і контр маніпуляції.
3. Психологічна техніка формування атракції.

***Теми рефератів:***

1. Захист від маніпуляцій.
2. Методи формування атракції.

***Питання для самоперевірки:***

1. Які існують способи маніпуляції?
2. Коли використовується пасивний і активний захист від маніпуляції?

Існує два способи добитись того, щоб співрозмовник поступив так, як ви хочете: змусити і переконати. Сьогодні в менеджменті перевага надається переконанню. Відомо багато різних способів переконання. Деякі правила переконання використовуються ще з часів стародавньої Греції і Риму.

**Правило 1. Правило Сократа**. Для отримання позитивного рішення по важливому для Вас питанню, його треба поставити на третє місце – спочатку поставивши два прості для співрозмовника питання, на які він без сумнівів відповість „Так”.

**Правило 2. Правило Гомера**. Послідовність аргументів, які Ви приводите, впливає на їх переконливість. Найкращий наступний порядок аргументів: сильний – середній – один із самий сильних. Слабкі аргументи краще не використовувати. Треба пам’ятати, що один і той же аргумент для одних людей буде сильним, а для інших слабким.

**Правило 3.Правило Паска ля**. Не слід заганяти співрозмовника в глухий кут. Потрібно дати йому можливість „Зберегти обличчя”. Треба запропонувати співрозмовнику таке рішення, яка дозволить йому з гідністю вийти із складної ситуації. Відкрита загроза сприймається як виклик і спонукає до боротьби.

**Правило 4**. Переконливість аргументів в значній мірі залежить від іміджу і статусу того, хто переконує.

**Правило 5**. Не понижуйте свій статус.

**Правило 6**. Не понижуйте статус співрозмовника.

**Правило 7**. Бажаючи когось переконати, починайте не з того, що вас роз’єднує, а з того, що об’єднує

**Правило 8**. Будьте гарним слухачем.

**Правило 9**. Провіряйте чи правильно ви зрозуміли співрозмовника.

**Правило 10**. Уникайте конфліктів.

**Існують різноманітні типи впливу на інших.** Прямий впливбазується на владі, непрямий вплив – на маніпуляції.

Маніпуляція – це скрите управління людиною проти її волі. Маніпуляція може не тільки завдавати шкоду тому, ким маніпулюють, але бути і корисною для нього. В діловому спілкування маніпуляції використовуються дуже часто. Як керівники можуть маніпулювати підлеглими, так і підлеглі можуть маніпулювати керівниками. Типовими маніпуляціями є: маніпуляція „Ти боїшся?”, „Дитина на роботі”, „Мене рвуть на частини”, „Образився” і т.д.

Як правило, в основі маніпуляції лежать слабкості співрозмовника. Ніхто не хоче, щоб його вважали боязким, жадним, нерішучим. В будь-якій сфері життя, в тому числі і в організації можуть використовувати жадність людини, її бажання швидко розбагатіти. Ще одна людська слабкість - бажання справити враження. Можна також використати в маніпуляцій них цілях цікавість.

Щоб не маніпулювали людиною, використовуючи її слабкості, їх не слід виявляти. Якщо людина усвідомлює, що нею намагаються маніпулювати, то тоді вона є більш захищеною. Виділяють пасивний і активний захист від маніпуляції. Прикладом пасивного захисту є вдавання що ви не зрозуміли, не почули того, що вам говорять. При активному захисті об’єкт маніпуляції говорить, те що він думає про маніпуляцію, не боїться здатись поганою людино, слабкою і т.д. Але активний захист може привести до конфлікту. Іноді можна піддатись маніпуляції, якщо втрати від цього менші, ніж від погіршення стосунків з маніпулятором.

Відомо. Що люди краща сприймають позицію того, до кого відчувають симпатію. Атракція – це виникнення привабливості однієї людини до іншої. Вона виникає в результаті емоційного ставлення, що проявляється в вигляді особливою установки на іншу людину. Психотехніка формування атракції – це система прийомів, які дозволяють передати партнеру по спілкуванню сигнали, які ним не усвідомлюються, але які мають для нього емоційно позитивне значення. Ці сигнали впливають на підсвідомість, формують позитивне ставлення до їх джерела.

**Психологічний прийом „Ім'я”.** Цей прийом зводиться до вимовляння в голос імені людини, з якою спілкуєтесь. Психологічні основи впливу цього прийому такі:

* ім’я, що присвоєне людині, супроводжує її з перших днів;
* ім’я – це символ особистості, називаючи, звертаючись по імені ви проявляєте увагу до особистості;
* увага – це самоствердження особистості;
* якщо людина отримує підтвердження, що вона особистість, це не може не викликати в неї почуття задоволення;
* почуття задоволення завжди супроводжується позитивними емоціями;
* людина завжди намагається спілкуватись з тими, хто викликає в нього позитивні емоції.

**Психологічний прийом „дзеркало відносин”:**

* добра посмішка, приємний вираз обличчя є сигналом „Я ваш друг”;
* друг забезпечує захист;
* потреба в безпеці є однією з основних потреб;
* задоволення потреби в безпеці викликає позитивні емоції;
* виникає прихиліть до джерела позитивних емоцій.