

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)  
Факультет психологии

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК  
Руководитель ООП

д-р психол. наук, профессор

 О.В. Лукьянов  
*подпись*

«14» января 2022 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА  
ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ОСОБЕННОСТЯМИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО  
МАНИПУЛИРОВАНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ВЫГОРАНИЕМ У  
СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ПРОДАЖАМ

по направлению подготовки 37.03.01 Психология  
направленность (профиль) «Психолог в социальных практиках»

Типсин Илья Андреевич

Руководитель ВКР

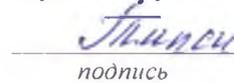
канд. психол. наук, доцент

 Э.А. Щеглова  
*подпись*

«14» января 2022 г.

Автор работы

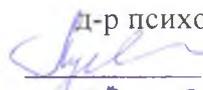
студент группы № 20750

 И.А. Типсин  
*подпись*

«14 января» 2022 г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)  
Факультет психологии  
Кафедра психология личности

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель ООП

д-р психол. наук, доцент  
 О.В. Лукьянов  
«08» 09 2022 г.

ЗАДАНИЕ

по выполнению выпускной квалификационной работы бакалавра обучающегося

Типсину Илье Андреевичу

Фамилия Имя Отчество обучающегося

по направлению подготовки 37.03.01 Психология.

1 Взаимосвязь между особенностями психологического манипулирования и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам.

2 Срок сдачи обучающимся выполненной выпускной квалификационной работы: а) на кафедру психологии личности (в деканат) – 17.01.2022 б) в ГЭК – 17.01.2022 в) загрузка на сайт библиотеки ТГУ (elibrary.tsu.ru) – 17.01.2022

3 Исходные данные к работе:

Объект исследования – феномен психологического манипулирования.

Предмет исследования – взаимосвязь психологического манипулирования и профессионального выгорания.

Цель исследования – исследование взаимосвязи между особенностями психологического манипулирования и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам.

Задачи:

Рассмотреть подходы к содержанию понятия психологического манипулирования в трудах отечественных и зарубежных психологов. Исследовать типологии манипуляций. Рассмотреть особенности применения манипулирования в сфере продаж. Исследовать подверженность профессиональному выгоранию специалистов по продажам. Выявить основные манипулятивные техники, применяемые специалистами по продажам. Исследовать взаимосвязь между склонностью к манипулированию и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам. Обозначить особенности психологической защиты от манипуляции

Методы исследования: Проведения данного исследования использование анкеты «Применение манипулятивных техник специалистами по продажам». Для исследования профессионального выгорания был применен тест Манфреда Нельтинга. Разработана анкета «Применение манипулятивных техник в периоды профессионального выгорания».

Руководитель выпускной квалификационной работы  
доцент кафедры общей  
и педагогической психологии  / Э.А. Щеглова

Задание принял к исполнению  
студент группы 20750  / И.А. Типсин

## Аннотация

**Проблема:** все чаще специалисты разных областей сталкиваются с профессиональным выгоранием. Сфера продаж не исключение. Специалисты сферы продаж относятся к области человек-человек. Ежедневно они вступают в контакты с большим количеством людей и им необходимо применять навыки продаж не зависимо от ситуации. Учитывая, что мы живем в условиях рыночной экономики, специалисты по продажам востребованы во всех сферах. Помимо высокого спроса на таких специалистов, есть запрос на их эффективность. А сохранять эффективность в условиях динамичной конкуренции становится все сложнее. Применение манипулятивных техник требует полной эмоциональной включенности в клиента для того, чтобы определить его нужды и потенциал взаимодействия. Специалисту по продажам необходимо оценивать ситуацию быстро, прогнозировать ее развитие, определять способ взаимодействия с конкретным клиентом. Такую процедуру оно повторяет огромное количество раз в течение одного рабочего дня. Все это быстро приводит к эмоциональному истощению. Поэтому специалисты по продажам все чаще сталкиваются с профессиональным выгоранием.

**Цель работы:** исследование взаимосвязи между особенностями психологического манипулирования и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам.

**Объект:** феномен психологического манипулирования.

**Предмет:** взаимосвязь психологического манипулирования и профессионального выгорания.

**Задачи:**

1. Рассмотреть подходы к содержанию понятия психологического манипулирования в трудах отечественных и зарубежных психологов.
2. Исследовать типологии манипуляций.
3. Рассмотреть особенности применения манипулирования в сфере продаж.
4. Исследовать подверженность профессиональному выгоранию специалистов по продажам.
5. Выявить основные манипулятивные техники, применяемые специалистами по продажам.
6. Исследовать взаимосвязь между склонностью к манипулированию и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам.
7. Обозначить особенности психологической защиты от манипуляции.

**Гипотеза:** существует взаимосвязь применения манипулятивных техник и профессионального выгорания у специалистов по продажам.

**Методы обработки данных** Для проведения данного исследования была использована и проанализирована анкета «Применение манипулятивных техник специалистами по продажам», проанализированы результаты теста М. Нельтинга на уровень профессионального выгорания, проанализированы результаты анкеты «Применение манипулятивных техник в периоды профессионального выгорания». Составлены графики, таблицы, диаграммы на основании полученных данных.

**Теоретико-методологические основания написания работы.** Первые исследования сферы поведенческих манипуляций людей, стремящихся к достижению цели, принадлежат М. Монтеню, Б. Паскалю, Т. Макиавелли, М. Монтескье. Подробно разрабатывалась тема психологического управления людьми в произведениях И.В. Гете и Д. Карнеги. Самые изощренные манипуляции и их примеры отражены в исторической и художественной литературе.

В современной отечественной психологической науке работы по проблеме манипуляций представлены Е.Л. Доценко, В.В. Знаковым, В.П. Шейновым, и рядом других исследователей. Среди зарубежных представителей стоит отметить Г. Шиллера, Р. Чалдини, Э. Шострома.

Наибольший вклад в развитие синдрома профессионального выгорания сделала К. Маслач. Исследователи Э. Малач-Пайнз и Е. Аронсон обозначают его как синдром переутомления и приписывают его любой профессии. Дж. Сонек определяет в синдроме «витальную нестабильность». Основные симптомы: депрессия, подавленное настроение, возбудимость, раздражительность и чувство безнадежности. Модели синдрома «burnout» представлены тремя учеными и названы соответственно: модель К. Чернисса; модель П. Голембевского; модель М. Лейтера. В рамках уровней К. Маслач мы будем рассматривать специфику профессионального выгорания специалистов по продажам.

**Основные теоретические выводы.** Специфика профессионального выгорания у специалистов по продажам связана с первым уровнем выгорания – эмоциональным истощением. Это связано с тем, что в течение одного рабочего дня специалист должен пойти в контакт с большим количеством незнакомых людей и это может противоречить природе человека. Кроме того, эмоциональные силы тратятся на «прощупывание» клиента, чтобы понять, какую технику манипулирования эффективнее применить.

**Основные практические результаты.** В данном исследовании выявлено, что молодые специалисты (опыт до года), находящиеся в стадии профессионального выгорания наиболее часто применяют техники «ложное вовлечение» и «запутывание». Стоит отметить, что специалисты данной группы используют техники осознанно не зависимо от состояния профессионального выгорания. Специалисты по продажам с

опытом работы 1 – 3 года, находящиеся в стадии профессионального выгорания наиболее часто применяют техники «скрытое принуждение», «эмотирование» и «запутывание». Данная группа применяет техники неосознанно, так как уже сформирован опыт. Также стоит отметить, что данная группа использует более сложные техники. Специалисты по продажам с опытом работы более 3 лет, находящиеся в стадии профессионального выгорания наиболее часто применяют техники «запугивание», «эмотирование» и «запутывание». Данная группа использует техники неосознанно независимо от состояния выгорания. Выявлена взаимосвязь применения манипулятивных техник и профессионального выгорания специалистов по продажам.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	7
Глава 1. Феномен психологического манипулирования и его проявления в деятельности специалистов по продажам	10
1.1 Понятие «манипуляция» в психологии	10
1.2 Виды, типы манипуляций, предпосылки их возникновения	15
1.3 Манипулятивные технологии и специфика их применения в продажах	21
1.4 Феномен профессионального выгорания и его проявление у специалистов по продажам	26
Глава 2. Эмпирическое исследование взаимосвязи между психологическим манипулированием и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам	28
2.1 Методы и методики исследования	28
2.2 Результаты исследования применения манипулятивных техник специалистами по продажам	29
2.3 Взаимосвязь профессионального выгорания и применения манипулятивных техник специалистами по продажам	36
2.4 Особенности психологической защиты от манипуляции	41
Заключение	44
Список использованной литературы	45
Приложение 1	48
Приложение 2	50
Приложение 3	52

## Введение

Подход к «манипуляции» как научному явлению носит не только психологический характер. Интерес проявляют и философы, и политологи, и социологи. С одной стороны – это результат возросшей актуальности темы манипулирования в рамках «рыночного мира», а с другой – междисциплинарность современного научного пространства.

Все чаще специалисты разных областей сталкиваются с профессиональным выгоранием. Сфера продаж не исключение. Специалисты сферы продаж относятся к области человек-человек. Ежедневно они вступают в контакты с большим количеством людей и им необходимо применять навыки продаж не зависимо от ситуации. Учитывая, что мы живем в условиях рыночной экономики, специалисты по продажам востребованы во всех сферах. Помимо высокого спроса на таких специалистов, есть запрос на их эффективность. А сохранять эффективность в условиях динамичной конкуренции становится все сложнее. Применение манипулятивных техник требует полной эмоциональной включенности в клиента для того, чтобы определить его нужды и потенциал взаимодействия. Специалисту по продажам необходимо оценивать ситуацию быстро, прогнозировать ее развитие, определять способ взаимодействия с конкретным клиентом. Такую процедуру он повторяет огромное количество раз в течение одного рабочего дня. Все это быстро приводит к эмоциональному истощению. Поэтому специалисты по продажам все чаще сталкиваются с профессиональным выгоранием. Здесь мы можем говорить об актуальности данного исследования.

Исследование профессионального выгорание началось более 20 лет назад врачом Г. Фрейденбергером [1]. Он исследовал данный синдром у врачей. Огромный вклад в развитие синдрома профессионального выгорание сделала К. Маслач [2,3] у специалистов разных профессий. Исследований, связанных с

изучением взаимосвязи профессионального выгорания и применением манипулятивных техник у специалистов по продажам ни в российской ни в зарубежной практике нет, поэтому данное исследование можно считать первым.

В данной работе мы хотим обратиться к специфике профессионального выгорания у специалистов по продажам, которые применяют в своей деятельности разные техники. Одни из которых – манипулятивные.

Жизнь современного человека наполнена ситуациями, когда другой воздействует на него, либо самому приходится выступать в роли воздействующего. Одно из важнейших направлений современной психологии – психология манипулирования. Актуальность возвращена тенденциями современного рыночного общества потребления, стремлением личности владеть.

Сегодня человек на разных уровнях коммуникации сталкивается с манипулированием. Так, например, на уровне межличностного общения в неформальной и деловой сферах отношений и на уровне групповой коммуникации, и на уровне массового общения (СМИ) [4].

Стоит отметить, что первые исследования сферы поведенческих манипуляций людей, стремящихся к достижению цели, принадлежат М. Монтену, Б. Паскалю, Т. Макиавелли, М. Монтескье [5]. Подробно разрабатывалась тема психологического управления людьми в произведениях И.В. Гете и Д. Карнеги [5]. Самые изощренные манипуляции и их примеры отражены в исторической и художественной литературе.

В современной отечественной психологической науке работы по проблеме манипуляций представлены Е.Л. Доценко [6,7], В.В. Знаковым [8], В.П. Шейновым [9], и рядом других исследователей. Среди зарубежных представителей стоит отметить Г. Шиллера [10], Р. Чалдини [11], Э. Шострома [12].

Цель работы – исследование взаимосвязи между особенностями психологического манипулирования и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам.

Гипотеза исследования: существует взаимосвязь применения манипулятивных техник и профессионального выгорания у специалистов по продажам.

Задачи:

1. Рассмотреть подходы к содержанию понятия психологического манипулирования в трудах отечественных и зарубежных психологов.
2. Исследовать типологии манипуляций.
3. Рассмотреть особенности применения манипулирования в сфере продаж.
4. Исследовать подверженность профессиональному выгоранию специалистов по продажам.
5. Выявить основные манипулятивные техники, применяемые специалистами по продажам
6. Исследовать взаимосвязь между склонностью к манипулированию и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам.
7. Обозначить особенности психологической защиты от манипуляции

Объект исследования – феномен психологического манипулирования.

Предмет исследования – взаимосвязь психологического манипулирования и профессионального выгорания.

Результаты исследования, проведенного при написании выпускной квалификационной работы могут быть применены для совершенствования процесса управления персоналом в сфере продаж.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы в количестве 32 наименований, 3 приложений.

# Глава 1. Феномен психологического манипулирования и его проявления в деятельности специалистов по продажам

## 1.1 Понятие «манипуляция» в психологии

Интерес к проблематике манипулятивного воздействия в мире психологии возрастает, что напрямую связано с обращением к данному понятию «манипуляция» и его трактовкам.

Термин «манипуляция» происходит от латинского слова «manipulus» и имеет следующие значения: 1) маленькая кучка, группа; 2) горсть, пригоршня. По другой версии термин «манипуляция» происходит от латинского «manus» - рука и «pleo» - наполняю и обозначает действие, производимое руками [13]. Позднее этот термин стали использовать в технике, где манипуляция подразумевала собой ручные действия, производимые с рычагами.

Вторая половина XIX в. по-новому актуализирует понимание манипуляции как скрытого управления людьми. Например, в Оксфордском словаре манипуляция – «акт влияния на людей или управления ими... как скрытое управление или обработка» [14]. В толковом словаре манипуляция определяется как «проделка» и «ручное действие» [15].

Зарубежные исследователи рассматривают проблему манипуляций. У. Рикер определяет манипуляцию как «структурирование мира, которое позволяет выигрывать». Р. Гудин именуется манипуляцией «скрытое применение власти (силы), идущее вразрез с предполагаемой волей другого». Г. Шиллер называет манипуляцией «скрытое принуждение, программирование мыслей, намерений, чувств, отношений, установок, поведения» [10.С.114].

По мнению отечественного исследователя Е.Л. Доценко [6] термин «манипуляция» применяется и в прямом, и в переносном значении. В прямом

значении – обращение со специальным намерением с объектами. Термин используется в психологии труда и других отраслях. Ю.А. Ермаков определяет манипулятивную деятельность как позитивный фактор в становлении человека и эволюции животных. К примеру, в основе интеллекта животных лежат манипуляционные действия в развитии их познавательных способностей [16].

Употребление термина «манипуляция» в переносном значении началось с его использования применительно к карточным играм и демонстрации фокусов. Достижение основных психологических эффектов происходит на основе управления вниманием (перемещение, отвлечение, сосредоточение, использование стереотипных представлений, психологической установки и иллюзий восприятия). Данные элементы сохраняются в манипуляции на разных уровнях коммуникации. В контекст общения слово «манипуляция» переносится тогда, когда объектами манипуляции выступают люди, а сами действия выполняются с помощью иных средств, не руками.

Манипуляция в переносном значении – управление вещами или людьми с ловкостью, акт влияния на людей с пренебрежительным подтекстом – как обработка или скрытое управление. Данное значение берет свои истоки из политологии. В политическом словаре представленное выше значение слова «манипуляция» заменило термин «макиавеллизм». Итальянский политик Н. Макиавелли обозначал свою нравственную позицию следующим образом: «Цель оправдывает средства» [17].

Данная замена произошла по нескольким причинам. Во-первых, произошло смещение ведущего акцента с технократического взгляда на оценочный при подходе к данному феномену. Ставится вопрос: как от этого защититься, как с этим быть? Во-вторых, термин «манипулирование» стал относиться к широкому кругу явлений. На первый план вышла деятельность государственных образований, политические мероприятия, институты, СМИ.

Итак, термин «манипуляция» перенесен из одного семантического контекста в другой и употребляется как метафора. Слово «манипуляция» в переносном значении

содержит следующие признаки:

- Превратить человека в марионетку – прибрать к рукам;
- Обязательное сохранение иллюзии самостоятельности в принятии решения, независимости адресата воздействия от внешнего влияния.

Ю.А. Ермаков утверждает, что манипуляция личностью ассоциирует личность с предметом, что откладывает негативный отпечаток на исследования социальных манипуляций [16].

В свою очередь Е.Л. Доценко обозначает критерии манипуляции [7]:

- родовой признак – психологическое влияние или воздействие. Влияние понимается как изменение групповых норм, психологической характеристики личности, общественного настроения, мнения за счет применения социально-психологических закономерностей;
- манипулятор относится к другому как к средству достижения собственных целей;
- характер воздействия скрыт. Манипуляция личностью ассоциирует личность с вещью;
- используется психологическая сила, давление на слабости;
- мотивационное привнесение, побуждение (создается ощущение, что человек захотел сам);
- сноровка и мастерство в осуществлении манипулятивных действий.

Таким образом, манипуляция представляет собой вид психологического воздействия, умелое исполнение которого приводит к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не соответствующих его существующим желаниям.

Е.В. Сидоренко определяет манипуляцию как вид психологического влияния связанного с воздействием на мысли, состояние, действия и чувства другого человека посредством применения психологических средств с предоставлением ему времени и права отвечать на воздействия. Е.В. Сидоренко вводит следующие понятия [18]:

- инициатор влияния – партнер, предпринимающий попытку повлиять;
- противостояние чуждому влиянию – сопротивление с помощью психологических средств воздействию другого человека;

- адресат влияния – партнер, на которого обращена попытка влияния;

Стоит отметить, что во время взаимодействия инициатива иногда переходит от одного партнёра к другому в намерении взаимного влияния. При этом тот, кто начинает серию взаимодействий является инициатором, а испытывший влияние – адресат.

Е.Л. Доценко формулирует следующие признаки манипулятивного воздействия [7]:

- Характеризующие родовую принадлежность понятия и его психическую структуру (мишень воздействия): косвенное воздействие духовного характера (влияние); Акцентуация на духовном состоянии с целью программирования намерений и мыслей;

- Функциональные – указывают на стремление манипуляторов оказывать влияние на события, структурировать мир в соответствии со своими интересами: Управление, господство, контроль, эксплуатация, мир структурируется в интересах манипуляторов;

- Технологические – определяют специфику воздействия: скрытое, мастерское, обманное, неявное внушение.

Е.Л. Доценко дает следующие определение: «Манипуляция – это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [6].

Е.В. Сидоренко выделяет убеждение, внушение, самопродвижение, формирование благосклонности, принуждение, просьбу, манипуляцию, деструктивную критику как виды влияния. Е.В. Сидоренко дает следующее определение: «Манипуляция – скрытое побуждение адресата к переживанию определенных состояний, принятию решений и/или выполнению действий,

необходимых для достижения инициатором своих собственных целей» [18. С.56].

Таким образом, многообразие подходов к термину «манипуляция» обосновано не только историческими предпосылками, но и глубоким интересом исследователей к данному феномену влияния.

## 1.2 Виды, типы манипуляций, предпосылки их возникновения

Перед тем как перейти к существующим типологиям манипуляций стоит обратиться к предпосылкам возникновения манипуляции. Стоит отметить, что исследованием данной темой занимались ряд исследователей.

Манипуляции имеют широкое влияние на различные стороны нашей жизни. Э. Перлз считает, что основная причина такого влияние – конфликт человека с самим собой, потому что человек не доверяет себе полностью никогда. Он имеет склонность подсознательно помощи от других, при этом «и другим» не доверяет в полной мере. Вступая на путь манипуляции, для того что бы «других» поставить в состояние зависимости от него, контроля, но при таком условии, доверять больше им. Более того, человек в повседневной жизни не только адаптируется в окружающей среде, но и управляет ею. Поэтому главная причина манипуляций недоверие.

Следующей причиной манипулирование Э. Фром считает стремление к власти. Исследователь обозначает, что взаимоотношения людей естественные по характеру предполагают любовь к ближнему, но лишь малому количеству людей удастся достичь взаимного чувства. Именно поэтому они стремятся к власти над ближнем, которая заставляет чувствовать и думать так, как выгодно манипулятору.

Дж. Бугенталь усматривает третью причину манипуляций в страхе перед неопределенностью. Человек чувствует себя беспомощным, когда осознает непредсказуемость своего будущего. По этой причине пассивный манипулятор принимает следующую позицию: «Если я не контролирую то, что может со мной случиться, то я не буду контролировать ничего!». Такая позиция представляет собой способ манипулирования окружающими, которые становятся более послушными, внимательными и управляемыми. При этом активный манипулятор действует по-другому, используя бессилия подчиненных.

Дж. Хейли определяет четвертую причину манипуляций, которая заключается в страхе затруднительного положения. Манипулятор относится к людям сообразно

их статусу, избегая затруднительного положения в межличностных контактах. А дружеские отношения воспринимаются как препятствие манипулятивным действиям.

А. Эллис причиной манипуляции обозначает желание получить всеобщее одобрение. Пассивный манипулятор старается угодить всем, не желая быть честным и правдивым с окружающими. А активный манипулятор вмешивается во все происходящее вокруг и стремится заслужить одобрение [6].

Ф. Перлз утверждал, что человек находится в постоянном внутреннем конфликте между его стремлением к самостоятельности и независимости и внутреннем желании обладать опорой в своем окружении. Э.Фромм считал, что в взаимоотношениях человека с человеком первична любовь, возникновение которой не так просто, и поэтому манипулятор в состоянии отчаяния обращается к альтернативному варианту: добивается абсолютной власти над другими, которая заставит делать другого то, что необходимо манипулятору. По Д. Бьюдженталю, манипулятор «изводит окружающих его людей, извлекая выгоду из их бессилия и беспомощности, и достигает цели путем установления контроля над своими добровольными жертвами...»[6]. А. Эллис пишет о том, что человек нуждается в первую очередь в одобрении, поэтому он становится пассивным манипулятором отказываясь выстаивать честные отношения с другими людьми, он хочет им понравиться и угодить. Э.Берн и Э.Шостром считаю причиной манипуляции страх межличностных отношений, люди стараются избегать близости и включенности. Е.Доценко определяет ряд предпосылок манипуляции[3]:

- Культура – уловки, хитрости проявляются в сказках, мифах;
- Общество – существуют разделение на «другие» и «мы», что порождает трудности взаимопонимания и приводит к социальным приобретениям манипулятивного характера.
- Общение – желание победить соперника, с одной стороны и наращивание собственной выгоды – с другой;
- Личность – манипулятор присутствует в каждом: разные «я» человека

действуют на межличностном и внутри личностном уровнях;

- Технология – существует культурное разрешение и социальная поддержка возможности провоцирующей манипуляцию.

Итак, существует исследовательское многообразие предпосылок возникновения манипуляции, что сопряжено с множеством типов манипуляции.

Выделяют:

1. По выгоде (А. Добрович) [18]:

- Психологически выгодные («все из-за тебя»);
- Житейски выгодные («попробуй отними»).

2. По мишени воздействия и приемам манипуляции (В.Сергеечева) [20]:

- Спекуляция человеческими ценностями как тип манипуляции (апелляция к статусу);

- Спекуляция на ценностях личности как тип манипуляции (апелляция к карьере);

- Манипуляция ролевым управлением и имиджем (притвориться своим);
- Приемы манипуляции не корректного характера (провокация);
- Манипуляция отсроченная (обещание).

3. По приемам манипуляции в рамках межличностного общения (В.Н.Панкратов) [4]:

- Процедурно-организационные манипуляции – ориентированы на умышленное столкновение несовпадающих позиций участников дискуссии для накала атмосферы;

- Манипуляции логические – сознательное нарушение основных правил и законов в формальной логики;

- Манипуляции психологические – основанные на психологическом воздействии собеседника.

4. По приемам манипуляции в рамках СМИ ( Ю.А. Ермаков) [5]:

- Культивирование ложных образов у индивидов на основе их

потребностей, регулирующих стиль жизни, поведение в социуме (пропаганда);

- Ложь с использованием правды (известия о событиях превращаются в дезинформацию);
- Новости, в основе которых факты быстроменяющейся реальности;
- Придание сенсационности событиям;
- Установление связи между духовными и материальными потребностями («вы покупаете не автомобиль, а позитивную философию жизни»).

В.М. Кандыба [21] классифицирует манипуляции в зависимости от эмоциональной и поведенческой реакции объекта манипуляции:

- Первый тип. Абстрактный ум, логика и слова преобладают у мужчин, а чувства, фантазии и смысл у женщин. Манипулятивное воздействие эффективно, когда направлено на потребности таких людей.

- Второй тип. Сверхгипнабельные и сверхвнушаемые люди. Правое полушарие управляет реакциями и поведением этих людей: иллюзии, чувства и вера в необычное. Манипулятивного воздействия эффективно когда есть направленность на воображение и чувства таких людей.

- Третий тип. На людей действует опыт, выработанный в процессе осознанного анализа действительности, словесная информация, убеждения, принципы и установки. Доминирует левое полушарие мозга, поэтому происходит логический и критический анализ информации. Манипулятивное воздействие эффективно, если направлено на снижение способности к анализу поступающей информации и используются логические умозаключения из авторитетных источников. Необходимо апеллирование к совести, морали и разуму.

- Четвертый тип. Невоспитанные и необразованные люди из социально неблагополучных семей. Поведением и реакцией управляют животные потребности и инстинкты: желание хорошо поесть, ощутить больше приятных ощущений. Манипулятивное воздействие эффективно, если направлено на преобладающие на данный момент фантазии, чувства и инстинкты.

- Пятый тип. Это люди, сумевшие в себе развить высоко духовную личность, поэтому манипуляция ими невозможно, по мнению В.М.Кандыбы.

- Шестой тип. В основном это люди с преобладанием патологических состояний в психофизиологии. Реакции и поведение непредсказуемы. Они совершают действия в галлюциногенном состоянии или в результате болезненного мотива. Манипуляция эффективна в случаи использования жесткого и психологического давления. Ощущения изоляции или страха тормозит работу словесно – логического и критико-аналитического левого полушария мозга, активизируя правое полушарие с воображением, эмоциями и инстинктами.

- Седьмой тип. Это люди, поведение и реакции которых основаны на нескольких основных базовых эмоциях.

Рассмотрение типов манипуляции предполагает собой изучение не только того, на кого направлена манипуляция, но и типы манипуляторов. Так, Э.Шостром классифицирует манипуляции в зависимости от ролевого статуса субъекта манипуляции и от характера манипулятивного воздействия

По характеру манипулятивного воздействия, Э.Шостром определяет следующие типы манипуляторов [13]:

- Активный манипулятор – управляет окружающими, используя активные методы воздействия. Играет роль сильного человека, опираясь на бессилие других, добивается необходимого контроля над ними.

- Пассивный манипулятор – позиционирует себя беспомощным. Он выигрывает внешне «терпя поражение», предоставляя права другим работать и думать за него.

- Соревнующийся манипулятор – жизнь воспринимается как цепочка проигрышей и выигрышей, как постоянная борьба, где люди выступают соперниками.

- Безразличный манипулятор – уходит от прямого противостояние, чередуя пассивные и активные методы.

С позиции ролевого статуса Э.Шостром выделяет следующие типы манипуляторы [22]:

- Диктатор – преувеличивает влияние и силу, приказывает и доминирует, делает все, чтобы подавить другого управлять им.
- Тряпка – преувеличивает свою чувствительность и слабость, использует приемы пассивного молчания и умение забывать.
- Калькулятор – контролирует и перепроверяет все и всех, при этом лжет, старается всех перехитрить, но подчеркивает свою объективность и независимость.
- Прилипало – не вникает и преувеличивает свою значимость, позволяя, а иногда заставляя делать других за него его работу.
- Хулиган – управляет с помощью агрессии и жестокости.
- Славный парень – преувеличивает свою внимательность и заботливость.
- Судья – преувеличивает свою критичность, но не верит, обвиняет и с трудом прощает.
- Защитник – подчеркивает свою снисходительность и поддержку к ошибкам другого. Не занимается собственными делами, но показательно заботится о других, не позволяя им стать самостоятельными.

Стоит сказать, что анализ ролевого статуса манипулятивных типов осуществляется на каком-то одном, наиболее ярко выраженном. Но иногда манипулятор способен играть разные роли.

### 1.3 Манипулятивные технологии и специфика их применения в продажах

Различные типы манипуляторов применяют разные манипулятивные технологии. Манипулятивные технологии представляют собой действия, в которых манипулятор проявляет себя. Манипулятивные технологии характеризуют активность манипулятора в манипулятивной ситуации.

Манипулятивные технологии включают в себя: основные составляющие, подготовительные старания манипулятора и управление переменными взаимодействиями. Рассмотрение основных составляющих манипулятивного воздействия возможно на примере манипулирования сознанием массового характера:

#### 1. Оперирование информацией.

- утаивание информации как сокрытие определенных тем, избирательная подача материала;
- искажение информации варьирует от частичной деформации до откровенной лжи, например, подтасовка фактов;
- способ подачи проявляется в восприятии сообщаемого содержания необходимым образом;
- момент подачи информации, например, показ в наименее удобное время;
- компоновка материала, например, на одной странице приводится информация о голодовке протеста и курьезы;
- подпороговая подача информации, например, подрисовка в печатной продукции рекламного характера.

2. Соккрытие манипулятивного воздействия. В литературе не обозначено различие между сокрытием намерений манипулятора, с одной стороны, и сокрытием факта манипулятивного воздействия – с другой. При этом считается, что намерения скрываются более тщательно. Иногда манипулятор скрывает факт манипулятивного воздействия и свои цели не намеренно. Часто сокрытие не осознается и самим

манипулятором (например, ребенок). Манипулятивные приемы более естественны в наивном варианте, поэтому не умышленно манипулятор может извлекать дополнительный выигрыш.

3. Средства принуждения. В межличностном общении обсуждается слабая и сильная позиция. К примеру, слабая позиция будет проявлена начальником, практикующим тотальный контроль.

4. Мишени воздействия. Воздействия на человека выстраиваются в расчете на его агрессивные устремления или низменные влечения. Здесь может быть враждебное отношение не похожих на нас, чувства собственности, неустойчивость перед властью. Стоит учитывать то, что чем шире аудитория, на которую осуществляется воздействие, тем мишени должны быть универсальные. А если аудитория уже, то подстройка под ее особенности должна быть более точной. Наиболее продвинутые манипулятивные технологии предполагают изготовление мишеней заранее, необходимость их закрепления в сознании масс. Например, созданный миф о респектабельности компании.

5. Роботизация. На межличностном уровне – это проявление запрограммированных действий в ответ на влияние со стороны партнеров. На социально-ролевом уровне – зависимость от давления организации, подчинённых. В роботов превращаются объекты манипуляции.

Анализ второй части манипулятивных технологий – подготовительным старанием манипулятора предполагает старание, которым относится установление контакта, выбор мишени и контекстуальное оформление.

1. Контекстуальное оформление – контроль переменных ситуаций взаимодействия: социальный контекст, культурный фон, физическое окружение. Физическое окружение определяет обстановку, где протекает общение: сенсорная палитра (шум, освещение, погода) место действия (улица, кабинет, аудитория), интерьер (характер перемещения, свобода и расстановка мебели). К примеру, опытные манипуляторы решение деловых вопросов за частую переносят на природу. Культурный фон представляет собой особенности ситуации общения,

которые определены культурными источниками: культурные нормы, язык, местные традиции. Социальный контекст представляет собой совокупность различных переменных общения создаваемых людьми.

2. Выбор мишени. Манипулятор использует: формирование интересов, потребностей, ценностей. Создание необходимых когнитивных структур: убеждений, мировоззрений и знаний. Необходимо обучить и проинформировать жертву манипуляции. Формирование операционального состава деятельности: привычки, способы мышления. Приведение в необходимое психическое состояние: усталость, эйфория, нетерпеливость. И так, манипулятор подбирает мишень и стремится найти структуру, используя которую возможно получить нужный результат.

3. Установление контакта. Выделяются разные формы контакта: Эмоциональный (сопереживание), телесный (поцелуй, поглаживание), операциональный (деятельность выполняемая другим человеком понимаема), личностный (понимание смыслов которые вкладывает человек в отношении поступка). Применение формы контакта в определенной сфере общения приводит воздействие на человека.

Переход к анализу к третьей составляющей манипулятивной технологии включает в себя рассмотрение управления переменными воздействия к которым относятся:

1. Территория. Психологическое воздействия любого характера подразумевает собой вступление на психологическую территорию другого. Конечно, вступление на территорию другого может быть как результат приглашения, вторжение насильственного характера или тайного проникновения где, к манипулятивному воздействию относится последнее.

2. Дистанция. Манипулятор искусно использует преграды в дистанции которыми могут быть стулья, стол, закрытые жесты, а также перевод разговора на иные темы.

3. Инициатива. Манипулятор применяет следующие приемы

использование инициативы: владение, перехват, распоряжение инициативой.

4. Динамические характеристики общения (паузы и темп речи) к примеру, быстрый темп дестабилизирует партнера, что характерно для жертв манипуляции.

5. Пристройка – вертикальная составляющая психологического взаимодействия, которая отражает расположение партнеров по общению. Пристройка «снизу» как послушание, покорность; пристройка «сверху» характеризуется как поучение; пристройка «на равных» - стремление к информационному обмену, сотрудничеству. Пристройки «сверху» и «снизу» активно использует манипулятор.

6. Направленность воздействия. Выделяется «явный уровень» направленности выполняющий функцию мифа и легенды, который маскирует истинные намерения манипулятора, а также скрытый уровень.

В продажах существует огромное количество техник манипулятивного воздействия. В данном исследовании рассмотрим следующие: запутывание, запугивание, эмотирование, ложное вовлечение и скрытое принуждение.

*Запутывание* представляет собой способ воздействия на клиента через преподнесенную информацию. Информация частично искажается или преподносится дозированно. Некоторая информация утаивается.

*Запугивание* – это способ воздействия на клиента через его эмоциональное состояние страха. Озвучиваются негативные последствия, которые возможны в будущем, если не подстраховаться именно сейчас. Основная цель заключается в том, чтобы показать, что может произойти, если не совершить покупку. Сначала делается акцент на последствиях, а потом закрывается выгодой. Например, кататься на велосипеде Вашему ребенку может быть опасно, но если приобретете этот комплект защиты, то Ваш ребенок будет в безопасности.

*Эмотирование* - стимуляция психоэмоционального состояния клиента неблагоприятного характера, эмоциональных переживаний негативного фона, которые тормозят когнитивную ориентацию клиента и его ответные психические реакции.

*«Ложное вовлечение»* - включение клиента в какие-либо поведенческие или процедурные действия, используемые для осуществления основной цели манипулятора. Используется устная вербализация манипулятором обещаний, не подкрепленных конкретными обязательствами.

*Скрытое принуждение* — принуждение, замаскированное на процедурном и вербальном уровнях с помощью манипулятивных уловок (ложных аналогий, речевых двусмысленностей, «коммуникативного саботажа», тематических переключений, информационного маркирования и др.).

В данном параграфе взгляд был направлен на манипулятивное поведение и те техники, которые используются в продажах. Дальнейшее исследование связано с изучением профессионального выгорания и его специфики. Применение манипулятивных техник требует от специалиста по продажам большей концентрации, эмоциональной включенности в клиента, быстрого анализа и прогнозирования. При этом специалист по продажам входит в контакт с большим количеством людей в течение одного рабочего дня. Все это приводит к частым эмоциональным истощениям, что в результате подводит специалиста к профессиональному выгоранию.

#### 1.4 Феномен профессионального выгорания и его проявление у специалистов по продажам

В рамках данного исследования нами была выдвинута гипотеза о влиянии профессионального выгорания специалистов по продажам на применение манипулятивных техник. Ранее нами была рассмотрена тема манипулирования и техник в продажах, сейчас мы переходим к изучению профессионального выгорания.

Наибольший вклад в развитие синдрома профессионального выгорание сделала К. Маслач [2,3]. На данный момент она является действующим психологом в университете Беркли. Она выделила основные уровни профессионального выгорания. Исследователи Э. Малач-Пайнз и Е. Аронсон [23] обозначают его как синдром переутомления и приписывают его любой профессии. Дж. Сонек [24] определяет в синдроме «витальную нестабильность». Основные симптомы: депрессия, подавленное настроение, возбудимость, раздражительность и чувство безнадежности. Дж. Сонек акцентировал внимание на профессиональных группах врачей [24]. Считал, что синдром профессионального выгорания провоцирует суицидальное поведение. Модели синдрома «*burnout*» представлены тремя учеными и названы соответственно: модель К. Чернисса [25]; модель П. Голембевского [26]; модель М. Лейтера [27]. В рамках уровней К. Маслач мы будем рассматривать специфику профессионального выгорание специалистов по продажам.

Первый уровень профессионального выгорание – эмоциональное истощение. Данное состояние характеризуется несвойственными эмоциональными характеристиками. У одних людей это частые перепады настроение и повышенная эмоциональность, а у других эмоциональная заблокированность. У специалистов по продажам профессиональная деятельность связанна с большой эмоциональной нагрузкой , именно поэтому их циклы эмоционального истощение более часты.

Данные специалисты делятся тем, что часто испытывают состояние эмоциональной переполненности. Кроме того, это может быть связано с тем, что они вынуждены вступать в частые социальные контакты с незнакомыми людьми и даже при отсутствии собственного желания.

Второй уровень профессионального выгорания – деперсонализация. Из-за того что специалист не смог справиться со стрессом на первом уровне, он перешел на второй уровень выгорания. На этом уровне человек начинает избегать профессиональных и личных контактов. Психика находится в напряжении, и чтобы не получить новых стрессов начинает ограничивать дополнительные контакты. Специфика этого уровня выгорания у специалистов по продажам осложнена тем, что профессиональная деятельность вынуждает идти в новые контакты, не смотря на то что эти новые контакты являются новым стрессом. Таким образом, протекание данного уровня проходит в более сложной форме и поэтому происходит более быстрый переход к третьему уровню выгорания.

Третий уровень профессионального выгорания – это снижение личной результативности. На данном уровне специалист начинает обесценивать свою профессиональную деятельность. Даже самые опытные специалисты начинают сомневаться в собственной компетентности. Специфика данного уровня выгорания у специалистов по продажам связана с тем, что становится сложнее применять дополнительные техники для увеличения эффективности в собственной деятельности.

В данном исследовании мы рассматриваем взаимосвязь применения манипулятивных техник с профессиональным выгоранием. Мы считаем, что специфика профессионального выгорания у специалистов по продажам связана с первым уровнем выгорания – эмоциональным истощением. Это связано с тем, что в течение одного рабочего дня специалист должен пойти в контакт с большим количеством незнакомых людей и это может противоречить природе человека. Кроме того, эмоциональные силы тратятся на «прощупывание» клиента, чтобы понять, какую технику эффективнее применить.

## **Глава 2. Эмпирическое исследование взаимосвязи между психологическим манипулированием и профессиональным выгоранием у специалистов по продажам**

### **2.1 Методы и методики исследования**

Для проведения данного исследования была использована анкета «Применение манипулятивных техник специалистами по продажам». Участникам была предоставлена анкета. В анкете 10 вопросов на тему применения манипулятивных техник в продаж, личного опыта и личных характеристик. Варианты ответов на вопросы: всегда, часто, очень редко, иногда, никогда. Анкета был разработан самостоятельно.

Для исследования профессионального выгорания был применен тест Манфреда Нельтинга. В тесте предложено 20 вопросов, на которые необходимо дать ответ: «нет», «больше нет, чем да», «больше да, чем нет», «да». За каждый ответ дается определенное количество баллов (от 0 до 6). В итоге баллы суммируется, а результат присваивается к одной из трех зон риска [28]:

- зона – безопасности (0 – 15 баллов);
- зона – пограничная (16 – 34 балла);
- зона – наличие профессионального выгорания (35 – 49 баллов).

Для финальной части исследования была разработана анкета «Применение манипулятивных техник в периоды профессионального выгорания». Анкета составлена, исходя из ответов на опрос «Применение манипулятивных техник специалистами по продажам», для каждой группы отдельно.

Также использованы такие методы как построение графиков и таблиц на основании на данных исследования.

Выборка исследования составила 30 человек. Среди них 20 мужчин и 10 женщин. Возраст опрошенных составляет от 20 до 30 лет.

## **2.2 Результаты исследования применения манипулятивных техник специалистами по продажам**

Дальнейшее исследование связано с изучением применения манипулятивных техник специалистами по продажам.

В данной главе мы переходим к эмпирической части исследования. Нами был проведен опрос «Влияние применения манипулятивных техник на увеличение уровня продаж. Участники отвечали на вопросы на анкеты.

Респонденты были распределены на 3 группы.

Группа А - имеют профессиональный опыт работы в продажах до года.

Группа В - имеют опыт работы до 3х лет.

Группы С - имеют опыт работы более 3 лет.

Количество опрошенных в группе А составляет 10 человек. Более половины участников данной группы ответили, что используют манипулятивные техники в продажах «очень редко». При этом они отмечают, что используют их не осознанно, и их никто не обучал.

Техника «запутывание» как способ воздействия на клиента, через приподнесенную информацию, которая частично искажается или преподносится дозированно используется у 6 человек из 10 опрошенных, они дали ответ «очень редко».

Респонденты данной группы, которые используют манипулятивные техники осознано, а именно 40% используют технику «запутывание» и дают ответ «часто».

Техника «запугивание» в продажах как способ воздействия на клиента через его эмоциональное состояние страха, озвучивание негативных последствий, которые возможны в будущем, если не подстраховаться именно сейчас у респондентов группы А не используется. Все участники группы дали один ответ: «никогда».

Техника «эмотирование» в продажах как способ воздействие на клиента через

его психоэмоциональное состояние неблагоприятного характера, эмоционального переживание негативного фона, которое влияет на когнитивную ориентацию клиента у 4 из 10 респондентов группы А ответили «иногда».

Остальные 6 респондентов ответили «никогда».

Техника «ложное вовлечение» в продажах как способ включения клиента в какие-либо поведенческие или процедурные действия, используемые для осуществления основной цели манипулятора, используется устная вербализация манипулятором обещаний применяется у 3 респондентов группы А, они ответили «часто». Часть респондентов группы А ( 2 человека) ответили «очень редко». 5 респондентов группы А ответили «никогда».

Техника «скрытое принуждение» в продажах как способ принуждение, замаскированное на процедурном и вербальном уровнях с помощью манипулятивных уловок (ложных аналогий, речевых двусмысленности, технических переключений используется у 2 респондентов группы А. В данном вопросе ответили «очень редко». 8 респондента группы А ответили «никогда».

Тенденции в применении манипулятивных техник группой А отражены на Графике 1.

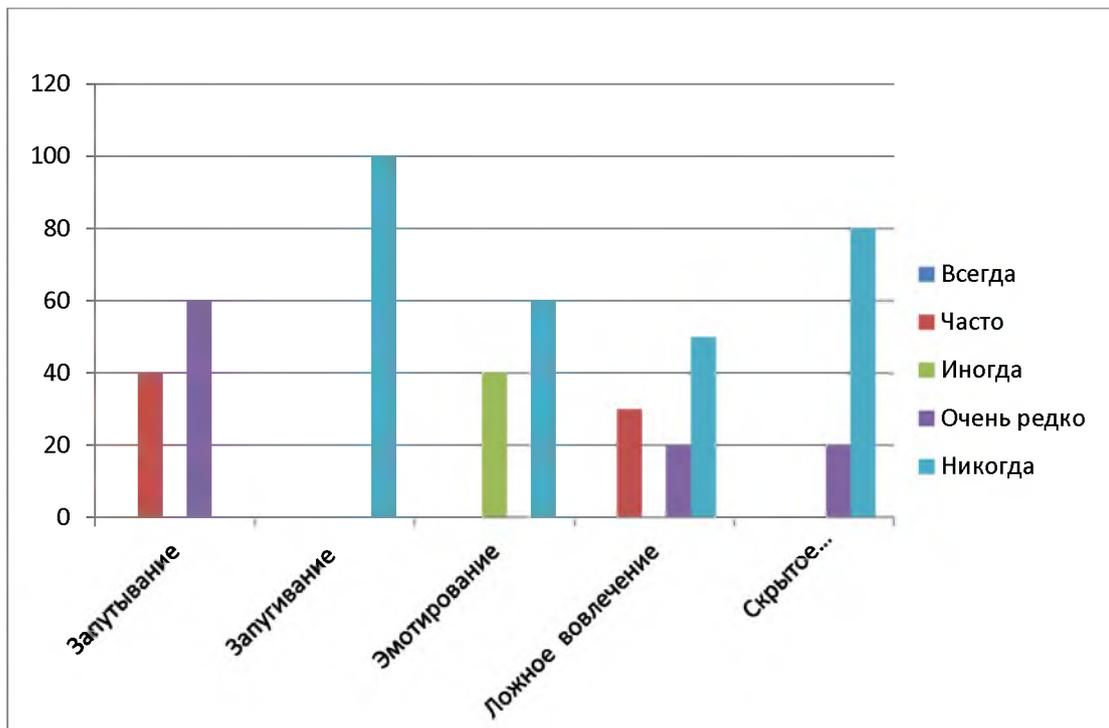


Рисунок 1: Применение манипулятивных техник в группе А

Количество опрошенных в группе В составляет 10 человек.

Стоит отметить, что респонденты данной группы имеют опыт работы до 3х лет. Выявлен другой результат.

70% респондентов ответили, что используют манипулятивные техники в продажах осознано.

Технику «запугивание» используют 10 опрошенных респондентов группы В (80% ответили «часто», 20% ответили «иногда»). Мы это связываем с тем, что данная техника проста в использовании и в совокупности с накопившимся опытом работы взаимодействия с клиентами, она становится входом в продажу.

Технику «запугивание» применяет 5(50%) респондентов из группы В дали ответ «иногда», 3(30%) респондента ответили «очень редко», 2(20%) респондента ответили «никогда». Мы это связывает с тем, что применение данной техники требует особых условностей. Например, психологически клиент воспринимает последний либо эксклюзивный товар (услугу) иначе и каждый день он не будет готов к покупкам такого типа.

Технику «эмотирование» применяет 1(10%) респондентов из группы В,

отвечая на данный вопрос «часто» а остальные 9 (90%) респонденты ответили «никогда». Это связано с тем, какие черты характера преобладают у человека. Например, продавец, осуществляя свою профессиональную деятельность мимоходом упоминает семейные проблемы, вызывая жалость у клиента.

Технику «ложное вовлечение» применяет 2 (20%) респондентов из группы В, отвечая на данный вопрос «очень редко» а остальные 8 (80%) респонденты ответили «никогда».

Данная техника применяется в силу того, что не до конца сформировано ощущения собственного профессионализма.

Технику «скрытое принуждение» применяет 4 (40%) респондентов группы В, отвечая на данный вопрос «часто», 3 (30%) респондента ответили «иногда», 2 (20%) респондента ответили «очень редко», 1 (10%) респондент ответил «никогда».

Данная техника формируется с профессионализмом, но при этом с большим опытом профессионализма не каждый может ее применять на практике.

Тенденции применения манипулятивных техник группы В отражены на графике 2.

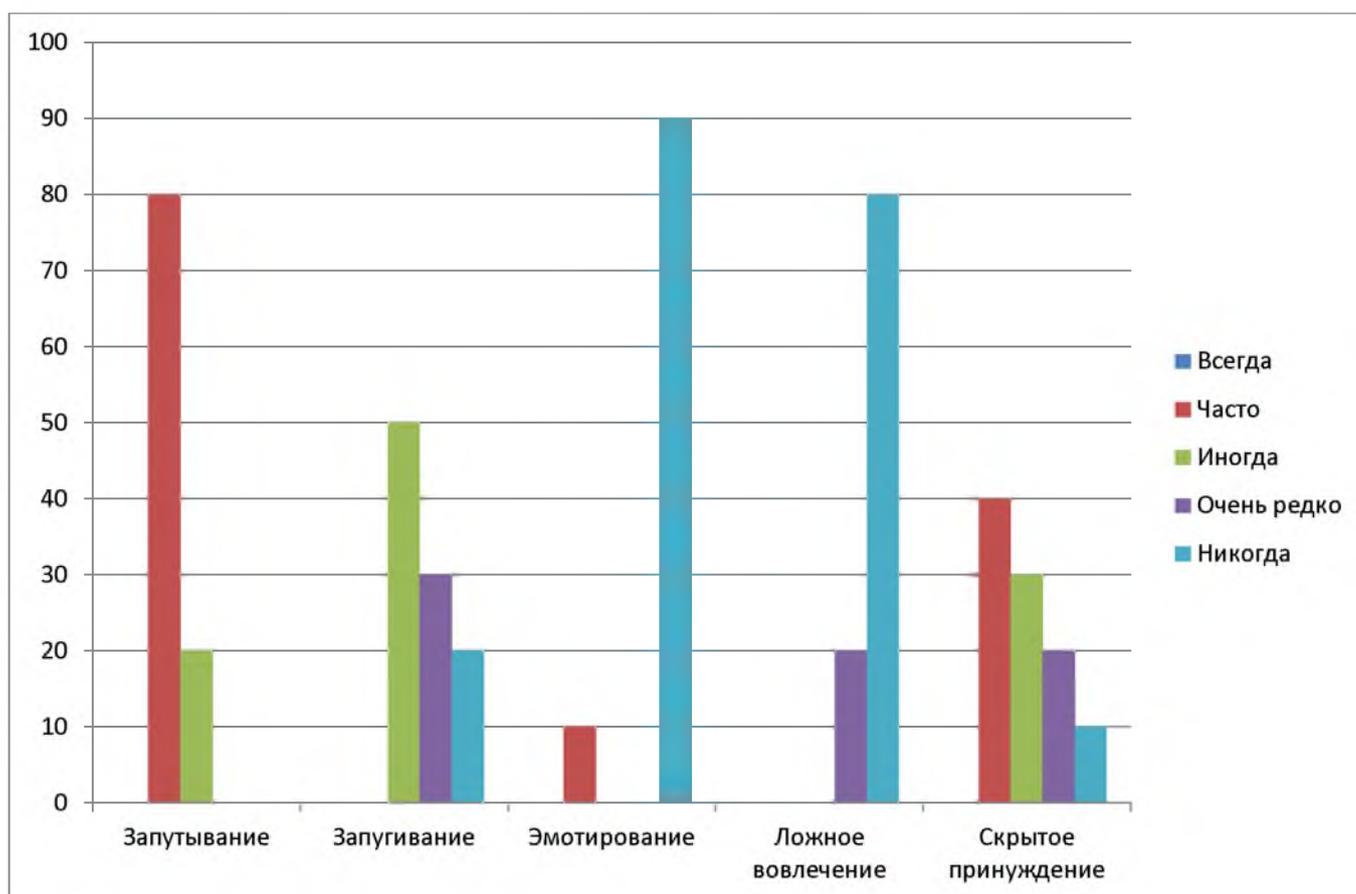


Рисунок 2: применение манипулятивных техник в группе В

Количество опрошенных в группе С составляет 10 человек.

Отметим, что респонденты данной группы имеют опыт работы более 5 лет. Динамика результата значительно выше предыдущих групп. 90% респондентов ответили, что используют манипулятивные техники в продажах намеренно.

Технику «запутывание» используют 10 опрошенных респондентов группы С ответили 4 (40%) респондентов «всегда», 4(40%) респондентов ответили «часто». Для людей с большим опытом работы данная техника проста в использовании и в применении с клиентами.

Технику «запугивание» применяет 3 (30%) респондентов из группы С дали ответ «часто», 2 (20%) респондента ответили «иногда», 5 (50%) респондента ответили «очень редко». Мы это связываем с тем, что применение данной техники требует особых условий. Например, психологически клиент воспринимает последний либо эксклюзивный товар(услугу) иначе каждый день он не будет готов к

покупкам такого типа.

Технику «эмотирование» применяет 9(90%) респондентов из группы С, ответили на данный вопрос «никогда» а остальные 1(10%) респондент ответил «очень редко». Это связано с тем, какие черты характера преобладают у человека. Например, продавец, осуществляя свою профессиональную деятельность, мимоходом упоминает семейные проблемы, вызывая жалость у клиента.

Технику «ложное вовлечение» применяет 10 (100%) респондентов из группы С ответили на данный вопрос «никогда».

Данная техника применяется в силу того, что уже сформировано ощущения собственного профессионализма.

Технику «скрытое принуждение» применяет 6 (60%) респондентов группы С, отвечая на данный вопрос «часто», 3 (30%) респондента ответили «иногда», 1 (10%) респондента ответили «очень редко».

Данная техника легче дается людям с большим опытом и профессионализмом.

Проведем сравнительный анализ по влиянию применения манипулятивных техник (запутывание, запугивание, эмотирование, ложное вовлечение и скрытое принуждение) на увеличение уровня продаж.

Тем самым можно увидеть, что эффективный уровень продаж и применение манипулятивных техник напрямую зависит от опыта работы и отработки этих техник на клиентах.

Проанализировав показатели у группы С можно увидеть, что эффективный уровень продаж будет у респондентов в Группе С за счет большего опыта в продажах и работе с клиентами.

Респонденты всех групп отмечают, что манипулятивным техникам продаж их никто не обучал. Они пришли к ним самостоятельно.

Тенденции применения манипулятивных техник группой С отражены на графике 3.

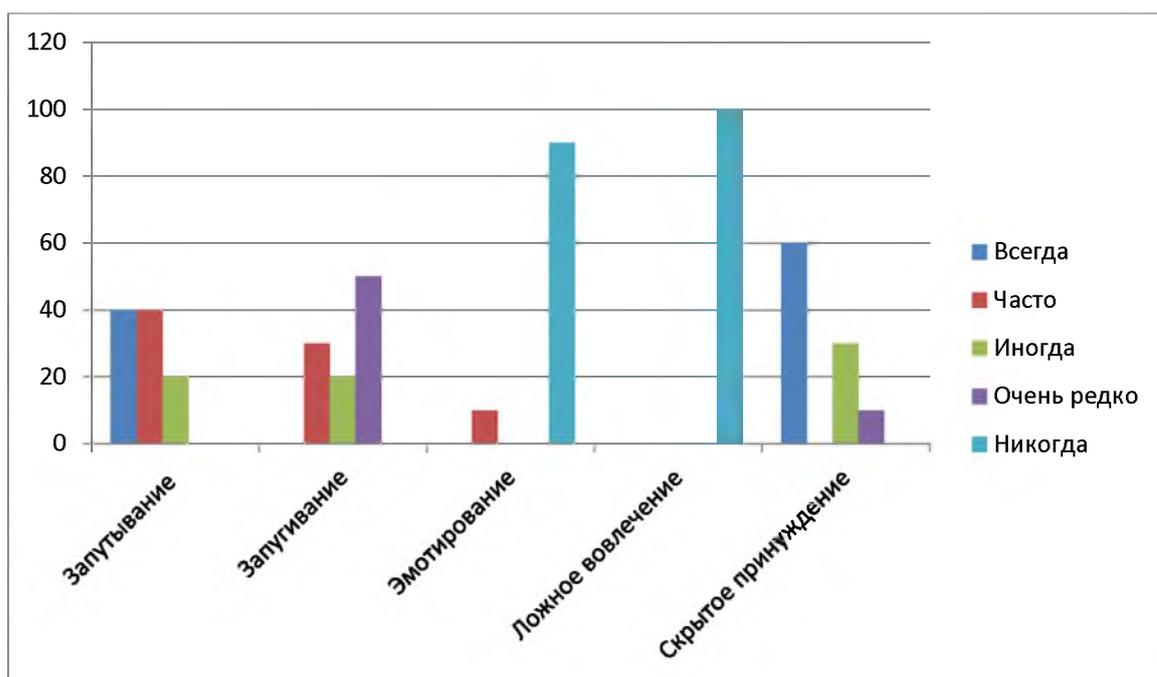


Рисунок 3: применение манипулятивных техник в группе С

Таким образом, нами были выявлены тенденции применения манипулятивных техник в трех разных группах. Группа А - имеют профессиональный опыт работы в продажах до года. Наиболее часто применяется техника «запутывание» и «ложное вовлечение». Иногда применяется техника «эмотирование». Техника «запугивание» не используется. Группа В - имеют опыт работы до 3х лет. Часто используются такие техник как «запутывание», «эмотирование» и «скрытое принуждение». Очень редко используется «запугивание» и «ложное вовлечение». Группы С - имеют опыт работы более 3 лет. Техники «запутывание», «запугивание» и «эмотирование» используются часто. «Ложное вовлечение» никогда не используется. А «скрытое принуждение» используется «всегда». Дальнейшее исследование вносит новую исследовательскую переменную – профессиональное выгорание.

## 2.3 Взаимосвязь профессионального выгорания и применения манипулятивных техник специалистами по продажам

В данном параграфе мы переходим к следующей части нашего исследования – исследованию взаимосвязи профессионального выгорания и применения манипулятивных техник.

В данной работе мы используем тест на синдром «*Burnout*» ( профессиональное выгорание) Манфреда Нельтинга [28].

Тест состоит из 20 вопросов. Варианты ответа: «больше нет, чем да», «нет», «да», «больше да, чем нет», За каждый ответ дается определенное количество баллов, а именно от 0 до 6. Баллы суммируются и выявляется одна из трех зон риска:

- зона – безопасности (0 – 15 баллов);
- зона – пограничная (16 – 34 балла);
- зона – наличие профессионального выгорания (35 – 49 баллов).

Кроме того, респондентам, находящимся в зоне «наличие профессионального выгорания» был предложен опрос «Применение манипулятивных техник в период профессионального выгорания» для выявления взаимосвязи.

В группе А выявлено 5 респондентов с зоной «наличие профессионального выгорания», 3 респондента в пограничной зоне и 2 респондента в зоне «безопасности».

### Результаты по проведению теста «*burnout*» в группе А

Группа	Процент
А группа – низкий показатель синдрома « <i>burnout</i> »	20 %
А группа – склонность к синдрому « <i>burnout</i> »	30 %
А группа – высокий показатель синдрома « <i>burnout</i> »	50 %

Таблица 1 – Результаты по тесту «*burnout*» в Германии

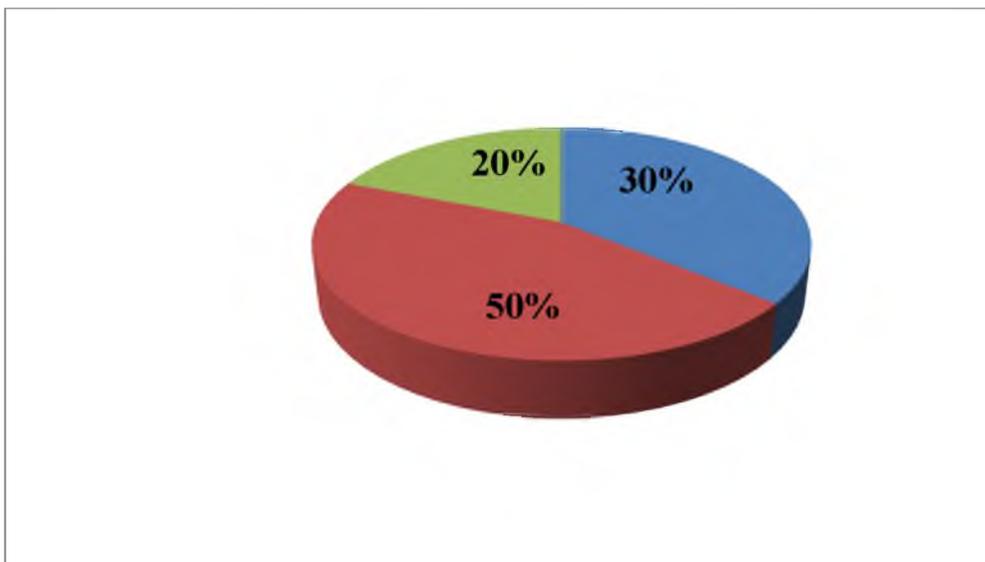


Рисунок 4- Расположенность к синдрому «*burnout*» в группе А

Респонденты группы А, находящиеся в зоне «наличие профессионального выгорания» в первой части исследования показали, что наиболее часто применяют техники «ложное вовлечение» и «запутывание». В результате анкетирования (приложение 3, группа А) было выявлено, что они используют манипулятивные техники в периоды выгорания «редко» или «никогда». Мы связываем данный результат с профессиональным опытом респондентов данной группы. Первый год в профессиональной деятельности стоит считать адаптивным, специалист «прощупывает» себя в профессиональной деятельности, совершает ошибки, затрачивает много эмоциональных и физических ресурсов для получения результата. Поэтому в периоды выгорания специалисты группы А, находясь в состоянии эмоционального истощения неспособны затрачивать дополнительные усилия для применения техник манипулирования, а навык еще не сформирован.

В группе В выявлено 3 респондента с зоной «наличие профессионального выгорания», 2 респондента в пограничной зоне и 5 респондента в зоне «безопасности».

### Результаты по проведению теста «*burnout*» в группе В

Группа	Процент
В группа – низкий показатель синдрома « <i>burnout</i> »	50 %
В группа – склонность к синдрому « <i>burnout</i> »	20 %
В группа – высокий показатель синдрома « <i>burnout</i> »	30 %

Таблица 2 – Результаты по тесту «*burnout*» в России

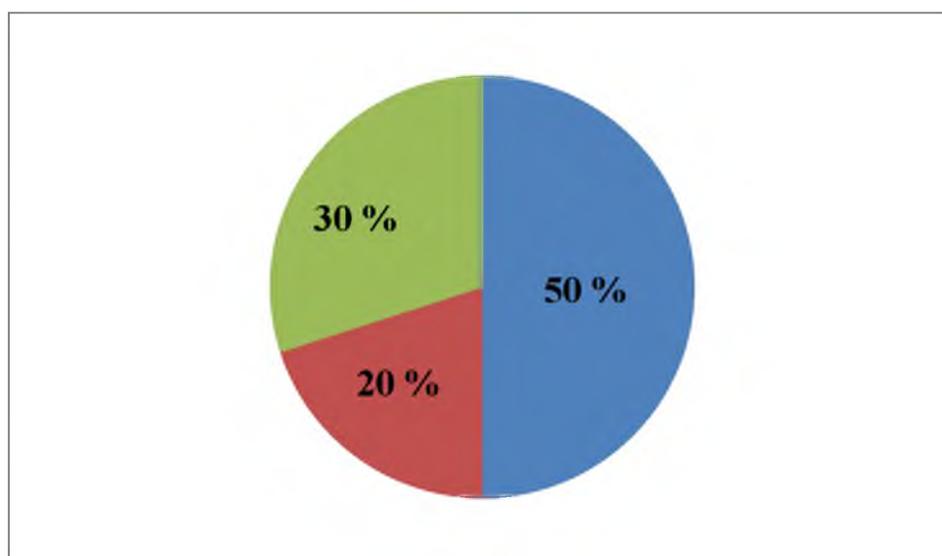


Рисунок 5- Расположенность к синдрому «*burnout*» в группе В

Респонденты группы В, находящиеся в зоне «наличие профессионального выгорания» в первой части исследования показали, что наиболее часто применяют техники «скрытое принуждение», «эмотирование» и «запутывание». В результате анкетирования (приложение 3, группа В) было выявлено, что они используют манипулятивные техники в периоды выгорания «часто» или «иногда». Данный результат объясняем тем, что в данной группе уже определившиеся специалисты с определенными профессиональными навыками, которые независимо от состояния могут «включаться».

В группе С выявлено 7 респондентов в зоне «наличие профессионального

выгорания», 2 респондента в пограничной зоне и 1 респондент в зоне «безопасности».

#### Результаты по проведению теста «*burnout*» в группе С

Группа	Процент
С группа – низкий показатель синдрома « <i>burnout</i> »	10 %
С группа – склонность к синдрому « <i>burnout</i> »	20 %
С группа – высокий показатель синдрома « <i>burnout</i> »	70 %

Таблица 3 – Результаты по тесту «*burnout*» в группе С

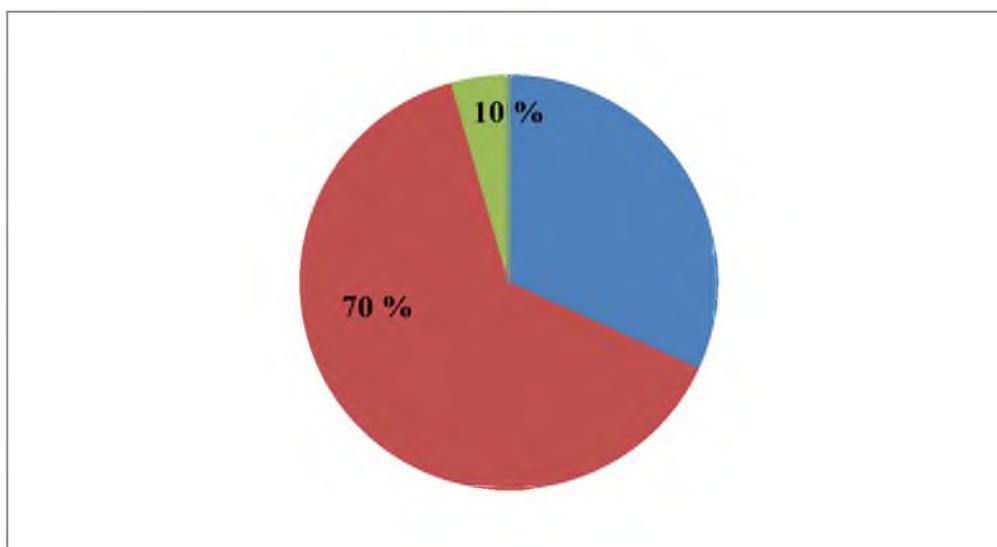


Рисунок 6- Расположенность к синдрому «*burnout*» в группе С

Респонденты группы С, находящиеся в зоне «наличие профессионального выгорания» в первой части исследования показали, что наиболее часто применяют техники «запугивание», «эмотирование» и «запутывание». В результате анкетирования (приложение 3, группа С) было выявлено, что они используют манипулятивные техники в периоды выгорания «часто» или «иногда». Считаем, что высокий уровень профессионального выгорания в данной группе связан с нарастающими тенденциями профессионального мира и специалисты находятся в постоянном стрессе. Требования в сфере продаж постоянно растут в связи с правилами рыночной экономики, но при этом специалисты остаются способными

применять техники.

Таким образом, в результате проведенного исследования по проблеме взаимосвязь применения манипулятивных техник и профессионального выгорания специалистов по продажам, мы можем говорить о том, что взаимосвязь обнаружена. Профессиональное выгорание у респондентов группы А приводит к исключению манипулятивных техник в работе, что объясняется небольшим опытом работы и несформированной эмоциональной устойчивости к нагрузкам такого характера. Профессиональное выгорание у респондентов группы В уменьшает использование сложных техник манипулирования таких как «скрытое принуждение». И уменьшает применение других техник. Считаем, что это связано с большей психологической устойчивостью группы. В меньшей степени профессиональное выгорание влияет на группу С. Респонденты продолжают применять техники манипуляции, не смотря на собственное эмоциональное состояние. Стоит отметить, что такая ситуация возможна непродолжительное время так как ресурсы психики ограничены.

## 2.4 Особенности психологической защиты от манипуляции

Существуют особенности психологической защиты от манипуляции. К ним можно отнести конструктивную критику, контраргументацию, энергетическую мобилизацию, уклонение, творчество, игнорирование, психологическую самооборону, отказ выполнять просьбу инициатора. Для психологического влияние характерным является то, что у партнера, который оказался в ситуации влияние, есть возможность отреагировать на него психологическими средствами. Существуют следующие психологические средства: неконструктивные, конструктивные и спорные. Конструктивное влияние отвечает следующим критериям:

- Психологически корректно;
- Не оказывает влияние на личность человека участвующего, на их отношения;
- Удовлетворяет потребности обеих сторон.

К не конструктивному виду влиянию относится манипуляция. Психологическая защита от манипуляции – конструктивная критика и контракция. Манипуляции противостоит не конструктивный вид влияние – деструктивная критика и встречная манипуляция.

Е.Л.Доценко считает что, нет необходимости защищаться от манипуляции в нескольких случаях:

1. Ухищрения манипулятора неясны, сложны и искусны. Тенденция к саморазрушению в них нарастает. Такое воздействие эффективно, когда есть сопротивление, но если его нет действие манипулятора утрачивают силу.

2. Манипуляция, которая входит в состав игры. Разрушение манипуляции не желательно для тех, кто предпочитает игры (по Э.Берну [1]).

3. Манипуляция воспринимается снисходительно, а манипулятор великодушно. Это происходит потому что мотивы человека понимаются а так же

его личные особенности, не желание опускаться до уровня манипулятора.

В.Н.Панкратов описывает следующие приемы защиты от манипуляции [7]:

4. Не допустимость использование манипуляций открыто обсуждается. Данный прием часто используют накануне спора или дискуссии. В процессе общения при необходимости повторно напоминают о не допустимости применения манипуляции.

5. Разоблачение манипуляции, раскрытие сути манипуляции. Такой способ защиты показывает, что противоположная сторона обладает знанием манипуляций, поэтому манипулятор не идет на очередное применение непозволительных приемов.

6. Манипуляция на манипуляцию. Данный способ применяется в том случае, если предыдущие способы оказались не эффективные. Применение такого способа, подтверждается идеей Э.Шострома [13] о манипуляторе существующем в каждом человеке и о манипуляции как возможности выжить в современном мире.

Е.Л.Доценко выводит универсальные приемы защиты от манипуляции:

- Непредсказуемость – человек не предсказуем, а значит, не уязвим, поэтому манипулятору сложно построиться;
- Задержка автоматических реакций (к примеру, Одиссей сохранил свою команду от пения сирен, когда приказал залить уши воском, а себя привязать к мачте, чтобы удержаться от любопытства и страха).

С позиции Е.Л.Доценко, психологические защиты характеризуются следующими терминами:

1. Специфичность – это соответствие характеру угрозы, учет основных характеристик. Специфические защиты, которые учитывают характер угрозы, схожи с процессом решения проблем. Такие защиты представляют собой в значительной степени поисковые действия, которые предполагают ориентировку в проблемной ситуации. Не специфические защиты – соответствуют факту угрозы (например, бегство).

2. Адекватность – соответствие источнику защиты и ее причине. К примеру, направление активности начальника на решение проблемной ситуации,

будет адекватной защитой, а извинение или обвинение – не адекватной.

3. Эффективность – соответствие результата цели защиты и устранению угрозы. Защита может быть адекватной, специфической, но не эффективной. Например, если начальник срывает зло на подчиненных, эффективно не попадаться ему на глаза.

4. Конструктивность – направленность защитных действий на рост, создание, прогрессивное развитие отношений и совместной деятельности, например, не конструктивной защитой будет уход от разговора.

## Заключение

Манипуляция представляет собой вид психологического воздействия. В данном исследовании выявлено, что молодые специалисты (опыт до года), находящиеся в стадии профессионального выгорания наиболее часто применяют техники «ложное вовлечение» и «запутывание». Стоит отметить, что специалисты данной группы используют техники осознанно не зависимо от состояния профессионального выгорания. Специалисты по продажам с опытом работы 1 – 3 года, находящиеся в стадии профессионального выгорания наиболее часто применяют техники «скрытое принуждение», «эмотирование» и «запутывание». Данная группа применяет техники неосознанно, так как уже сформирован опыт. Также стоит отметить, что данная группа использует более сложные техники. Специалисты по продажам с опытом работы более 3 лет, находящиеся в стадии профессионального выгорания наиболее часто применяют техники «запугивание», «эмотирование» и «запутывание». Данная группа использует техники неосознанно независимо от состояния выгорания. Таким образом, выявлена взаимосвязь применения манипулятивных техник и профессионального выгорания специалистов по продажам.

Исходя из полученных результатов об особенностях выявленной связи профессионального выгорания и применения манипулятивных техник, можем говорить о причинно-следственном влиянии. Во-первых, применение манипулятивных техник является причиной профессионального выгорания. Во-вторых, опыт работы и наличие профессионального выгорания могут влиять на выбор определенных манипулятивных техник, применяемых в профессиональной деятельности.

Знание и понимание основ психологического манипулирования приводит к мысли о необходимости защиты такого же характера, психологического. Такие способы представлены в данной работе.

## Список использованных источников и литературы

1. Herbert J. Freudenberger. Staff burn-out // Journal of Social Issues. 1974. № 1. P. 159—165.
2. Maslach C. Burnout: A social psychological analysis. In The Burnout syndrome ed. J.W. Jones, Park Ridge, IL: London House, 1982. p. 30–53.
3. Maslach C., Jackson S. The measurement of experienced burnout. Journal of Occupational Behavior // Acc. Chem. Res. 1981. № 2. P. 99-115.
4. Оконечникова Л.В. Психология манипулирования. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2006. – 28 с.
5. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1995 – 203 с.
6. Доценко Е.Л. Не будь попугаем, или Как защититься от психологического нападения. Тюмень, 1984.
7. Доценко Е.Л. Психологические манипуляции: феномены, механизмы, защита. - М.: ЧеРо, 1997. – 344 с.
8. Знаков В.В. Психология понимания: Проблемы и перспективы. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. – 448 с.
9. Шейнов В. П. Манипулирование и защита от манипуляций / Виктор Шейнов. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. – 303 с.
10. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием: Пер. с англ. / Науч. Ред. Я.Н. Засурский. М., 1980.
11. Чалдини Р. Психология влияния. СПб., 1999.
12. Шостром Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипулятора к актуализации. М., 2002.
13. Толковый словарь живаго великорусскаго языка В.И. Даля. Т. 1-4. М.: Русский язык, 1978. – 690 с.
14. Oxford English Dictionary, second edition, edited by John Simpson and Edmund

- Weiner, Clarendon Press, 1989. – 21728 p.
15. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эксмо, 2008.
  16. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1995 – 203 с.
  17. Юсим М. А. Макиавелли в России : Мораль и политика на протяжении пяти столетий / Рос. АН, Ин-т всеобщей истории. - М., 1998. - 294 с.
  18. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. – СПб.: Речь, 2004. – 256 с.
  19. Добрович А. Б. Общение: наука и искусство / Анатолий Добрович. - 2-е изд.. - М. : Знание, 1980. - 159 с.
  20. Сергеечева В. Практикум манипулятора : Выбор мишени / Валентина Сергеечева. - СПб. и др. : Питер, 2002. – 222 с.
  21. Кандыба В. М. Фармакологический гипноз / В. М. Кандыба. - Санкт-Петербург : Лань, 2000. - 637 с.
  22. Шостром Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипулятора к актуализации. М., 2002.
  23. Wismar M. Health professional mobility and health systems: evidence from 17 European countries. // Acc. Chem. Res. 2011. № 13. P.1–4.
  24. Enzmann D., Berief, P., Engelkamp, C. Burnout and coping will burnout. Development and evaluation of a burnout workshop. Berlin: Technische Univercitat Berlin, Institut fur Psychologie., 1992. 136 p.
  25. Cherniss C. Long-term consequences of burnout: An exploratory study. Journal of Organizational Behavior // Acc. Chem. Res. 1992. № 13. P. 1-11.
  26. Golembiewski R. T. The epidemiology of progressive burnout: A primer. Journal of Health and Human Resources Administration // Acc. Chem. Res. 1986. № 9. P. 16-37.
  27. Leiter M. P. Burnout as a crisis in self-efficacy: Conceptual and practical implications. Work & Stress // Acc. Chem. Res. 1992. №6. P. 107-115.
  28. Манфред Нельтинг « Burnout - если маска ломается» [Электронный

ресурс]/2009.URL:[http://www.susun.ru/rasnoe/chtoby\\_serdce\\_i\\_dusha\\_byli\\_molodu](http://www.susun.ru/rasnoe/chtoby_serdce_i_dusha_byli_molodu) (дата обращения: 15.11.2021).

29. Панкратов В.Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. М.,200.
30. Петров В.Б. Психология управления. Признаки и классификация скрытого влияния. Вестник Приднестровского университета. Изд-во: Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко. № 1 (46), 2014. – С. 113-123.
31. Маркова А. К. Психология профессионализма. М.: Знание, 1996. 78 с.
32. Старченкова Е. С. Психологические факторы профессионального выгорания. СПб : Питер, 2002. 87 с.

Анкетирование «Применение манипулятивных техник специалистами по продажам»

1. Укажите Ваш пол

- Муж
- Жен

2. Укажите Ваш опыт работы в продажах

- до года
- до трех лет
- более 5 лет

3. Применяете ли Вы манипулятивные техники в продажах?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

4. Применяете ли Вы манипулятивные техники в продажах осознанно?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

5. Вас научили манипулятивным техникам или Вы пришли к ним в процессе работы сами?

- Меня научили
- Пришел к ним сам

6. Используете ли Вы технику «запутывание» в продажах (способ воздействия на клиента через преподнесенную информацию, информация частично искажается или преподносится дозированно, а некоторая информация утаивается) ?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

7. Используете ли Вы технику «запугивание» в продажах (способ воздействия на клиента через его эмоциональное состояние страха, озвучиваются негативные последствия, которые возможны в будущем, если не подстраховаться именно сейчас)?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

8. *Используете ли Вы технику «эмотирование» в продажах (стимуляция психоэмоционального состояния клиента неблагоприятного характера, эмоциональных переживаний негативного фона, которые тормозят когнитивную ориентацию клиента и его ответные психические реакции)?*

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

9. *Используете ли Вы технику «ложное вовлечение» в продажах (включение клиента в какие-либо поведенческие или процедурные действия, используемые для осуществления основной цели манипулятора, используется устная вербализация манипулятором обещаний, не подкрепленных конкретными обязательствами)?*

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

10. *Используете ли Вы технику «скрытое принуждение» в продажах (принуждение, замаскированное на процедурном и вербальном уровнях с помощью манипулятивных уловок (ложных аналогий, речевых двусмысленностей, «коммуникативного саботажа», тематических переключений, информационного маркирования и др.)?*

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

**Тест на синдром «Burnout» Манфреда Нельтинга**

Пожалуйста ответьте на вопросы спонтанно и без долгих раздумий	нет	Больше нет, чем да	Больше да, чем нет	да
1. Есть ли чувство, что у Вас слишком много работы, ответственности и т.п.?	0	2	4	6
2. Вы стали раздражительнее, чем раньше?	0	1	2	3
3. У Вас есть друзья на работе?	3	2	1	0
4. Вы всё чаще унылы и подавлены?	0	1	2	3
5. Вы слишком устаёте, чтобы активно проводить свободное время?	0	1	2	3
6. Участились ли последнее время какие-то нехорошие симптомы вашего организма?	0	2	4	6
7. Вы всё реже встречаетесь со своими друзьями?	0	1	2	3
8. Снимаете ли Вы стресс алкоголем чаще, чем раньше?	0	2	4	6
9. Есть ли у Вас чувство, что Вы всё ещё можете изменить?	3	2	1	0

10. Есть ли у Вас новые светлые планы?	3	2	1	0
11. Спите Вы хорошо и глубоко?	6	4	2	0
12. Есть ли у Вас время для своего партнера? (мужа, жены и т.п.)	3	2	1	0
13. Выключаете ли Вы свой мобильный телефон, чтобы не мешали общению с партнером или в другое важное время?	6	4	2	0
14. Чувствуете ли Вы какую-то внутреннюю пустоту?	0	1	2	3
15. Появилось ли какое-то чувство страха, которого Вы раньше не испытывали?	0	1	2	3
16. Кажется ли Вам всё бессмысленным?	0	1	2	3
17. Чувствуете ли Вы себя в постоянном напряжении??	0	1	2	3
18. Чувствуете ли Вы поддержку Ваших друзей и партнера?	6	4	2	0
19. Есть ли у Вас чувство, что паузы в работе это бессмысленно потерянное время?	0	1	2	3
20. Пользуетесь ли Вы снотворным или успокоительным?	0	1	2	3

Анкетирование «Применение манипулятивных техник в периоды профессионального выгорания»

**Группы А**

1. Укажите Ваш пол

- Муж
- Жен

2. Укажите Ваш опыт работы в продажах

- до года
- до трех лет
- более 5 лет

3. Применяете ли Вы манипулятивные техники в продажах в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

4. Используете ли Вы технику «запутывание» в продажах (способ воздействия на клиента через преподнесенную информацию, информация частично искажается или преподносится дозированно, а некоторая информация утаивается) в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

5. *Используют ли Вы технику «ложное вовлечение» в продажах (включение клиента в какие-либо поведенческие или процедурные действия, используемые для осуществления основной цели манипулятора, используется устная вербализация манипулятором обещаний, не подкрепленных конкретными обязательствами) в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?*

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

### **Группа В**

1. Укажите Ваш пол

- Муж
- Жен

2. Укажите Ваш опыт работы в продажах

- до года
- до трех лет
- более 5 лет

3. Применяете ли Вы манипулятивные техники в продажах в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

4. Используйте ли Вы технику «запутывание» в продажах (способ воздействия на клиента через преподнесенную информацию, информация частично искажается или

преподносится дозированно, а некоторая информация утаивается) х в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

5. Используете ли Вы технику «эмотирование» в продажах (стимуляция психоэмоционального состояния клиента неблагоприятного характера, эмоциональных переживаний негативного фона, которые тормозят когнитивную ориентацию клиента и его ответные психические реакции) в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

6. Используете ли Вы технику «скрытое принуждение» в продажах (принуждение, замаскированное на процедурном и вербальном уровнях с помощью манипулятивных уловок (ложных аналогий, речевых двусмысленностей, «коммуникативного саботажа», тематических переключений, информационного маркирования и др.) в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

## Группа С

1. Укажите Ваш пол

- Муж
- Жен

2. Укажите Ваш опыт работы в продажах

- до года
- до трех лет
- более 5 лет

3. Применяете ли Вы манипулятивные техники в продажах в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

4. Используете ли Вы технику «запутывание» в продажах (способ воздействия на клиента через преподнесенную информацию, информация частично искажается или преподносится дозированно, а некоторая информация утаивается) в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

5. Испотльзуете ли Вы технику «запугивание» в продажах (способ воздействия на клиента через его эмоциональное состояние страха, озвучиваются негативные

последствия, которые возможны в будущем, если не подстраховаться именно сейчас) в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда

6. Используете ли Вы технику «эмотирование» в продажах (стимуляция психоэмоционального состояния клиента неблагоприятного характера, эмоциональных переживаний негативного фона, которые тормозят когнитивную ориентацию клиента и его ответные психические реакции) в периоды эмоционального истощения, состоянии выгорания?

- всегда
- часто
- иногда
- очень редко
- никогда
- очень редко
- никогда

# Отчет о проверке на заимствования №1



Автор: [ilya\\_tipsin@mail.ru](mailto:ilya_tipsin@mail.ru) / ID: 9600123

Проверяющий: [ilya\\_tipsin@mail.ru](mailto:ilya_tipsin@mail.ru) / ID: 9600123

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат» - [users.antiplagiat.ru](https://users.antiplagiat.ru)

## ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 1  
Начало загрузки: 17.01.2022 12:12:15  
Длительность загрузки: 00:00:01  
Имя исходного файла: Дипломная работа17.01.pdf  
Название документа: Дипломная работа17.01  
Размер текста: 66 кБ  
Символов в тексте: 67337  
Слов в тексте: 7985  
Число предложений: 663

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Начало проверки: 17.01.2022 12:12:17  
Длительность проверки: 00:00:07  
Комментарии: не указано  
Модули поиска: Интернет Free



ЗАИМСТВОВАНИЯ

7,05%

САМОЦИТИРОВАНИЯ

0%

ЦИТИРОВАНИЯ

0%

ОРИГИНАЛЬНОСТЬ

92,95%