

Санкт-Петербургский государственный университет

Иванова Диана Максимовна

Выпускная квалификационная работа

Методы нейролингвистического программирования при ведении деловых переговоров

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа ВМ.5763. «Иностранные языки и межкультурная коммуникация в сфере бизнеса и менеджмента»

Научный руководитель:

доцент,

Кафедра иностранных языков

в сфере экономики и права,

Петрова Екатерина Евгеньевна

Рецензент: доцент,

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет,

Курсанина Елена Евгеньевна

Санкт-Петербург

2021

Оглавление

Введение.....	4
1. Основные теоретические положения	7
1.1 Нейролингвистическое программирование	7
1.1.1 История создания НЛП	7
1.1.2 Определения НЛП.....	11
1.1.3 Концептуальные положения НЛП	12
1.1.4 Базовые методы НЛП	14
1.1.5 Критика НЛП.....	20
1.2 Деловые переговоры	22
1.2.1 Что такое деловое общение.....	22
1.2.2 Этика делового общения	26
1.2.3 Что такое переговоры	29
1.2 Выводы по первой главе	35
2. НЛП в переговорах	37
2.1 НЛП в разных областях	37
2.2 Материалы исследования	38
2.3 Особенности адаптации НЛП в России	40
2.4 Происхождение названий техник НЛП	42
2.4.1 Заимствованные термины	43
2.4.2 Собственные термины	45
2.5 Проблемы адаптации НЛП в России.....	58
2.6 Использование НЛП в переговорах	60
2.6.1 НЛП в российском деловом дискурсе	67

2.7 Выводы по второй главе.....	69
Заключение	70
Список использованной литературы.....	73
Список источников материала исследования	76
Список использованных словарей.....	81

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена тем фактом, что в данный момент интерес к нейролингвистическому программированию (НЛП) возрос как никогда. Это течение в равной мере могут охарактеризовать два противоположных мнения: желание достичь обещанной лучшей жизни, используя методы НЛП, и недоверие и скептицизм, направленные на эти обещания. В настоящее время эти споры все еще ведутся, и на фоне активных дискуссий НЛП продолжает расти и развиваться. Так как сейчас все отношения в мире основываются на торговых и деловых отношениях, первое, о чем люди задумываются – это как из этих отношений извлечь выгоду для себя, своей компании, своей страны. Соответственно, это идеальная область для попытки применения НЛП, что может обернуться для обоих направлений новым этапом развития.

Основной проблемой является то, что на данный момент существует множество материалов и источников информации о культуре делового общения и НЛП, однако, редко получается найти последовательность во взаимодействии этих двух сфер, так как информация чаще всего разобщена. В открытом доступе в сети Интернет можно найти немало платформ – сайты онлайн-школ, курсов, мастер-классов, YouTube-каналы дипломированных специалистов, онлайн-библиотеки, форумы и т.п. – посвященных изучению и обучению как ведению бизнеса, так и применению НЛП. Однако, из-за того, что обе сферы по определенным причинам являются достаточно молодыми для России, единая система структурирования данной информации еще не успела образоваться. Таким образом, в данном исследовании нами было принято решение обратить внимание на то, как НЛП и бизнес связаны друг с другом на данном этапе развития обоих направлений в России.

Новизна данной работы заключается в том, что, несмотря на обширные исследования НЛП и активное развитие деловой культуры, не существует публи-

каций, освещающих данную проблему. НЛП не считается наукой, а деловое общение часто преподносится как свод этических правил, которых необходимо придерживаться, поэтому часто информацию о них можно найти только в специализированных, зачастую ненаучных источниках. Таким образом, было принято решение в данной научной работе осветить обе эти сферы и их взаимодействие.

Объектом исследования является применение методик НЛП в различных ситуациях делового общения.

Предметом исследования служит адаптация методик НЛП в России и их применение в сфере бизнеса, а в частности – в деловых переговорах.

Цель работы заключается в выявлении особенностей и закономерностей в адаптации и применении НЛП в рамках культуры делового общения в России.

Задачи исследования:

1. Изучить НЛП, его историю и статус в современном обществе;
2. Изучить культуры и правила деловой коммуникации;
3. Выявить закономерности взаимодействия НЛП и сферы бизнеса;
4. Рассмотреть особенности адаптации НЛП в российском обществе.

Материалом для данного исследования послужили такие книги о техниках НЛП на английском и русском языках, как «Введение в нейролингвистическое программирование. Новейшая психология личного мастерства» Дж. Сеймора и Дж. О`Коннора, «Боевое НЛП: техники и модели скрытых манипуляций и защиты от них» М. Пелехатого и Е. Спирицы и др. Кроме того, огромный выбор примеров техник НЛП и их применения в различных сферах было обнаружено на платформе YouTube, в частности, просматривались такие страницы, как YouTube-канал центра изучения НЛП в Великобритании «NLP Academy»,

YouTube-канал Института Современного НЛП «НЛП» в Москве и др., а также YouTube-каналы мастеров НЛП и специалистов по ведению переговоров («Антон Махновский», «Damon Cart» и др.).

Основными методами данного исследования являются описательный метод и контент-анализ. В частности, было произведено наблюдение за тем, как преподносятся те или иные методики НЛП на русском и на английском языках, а также были выявлены особенности восприятия и демонстрации рассматриваемых техник в контексте национальных культур деловой коммуникации.

Данная научная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных научных источников и списка источников материала исследования. В первой главе подробно рассмотрены теоретические аспекты НЛП и делового общения, их история и статус в обществе на сегодняшний день. Во второй главе было изучено взаимодействие деловой культуры России и НЛП, закономерности такого синтеза и особенности применения методик НЛП в таком аспекте делового дискурса, как переговоры.

1. Основные теоретические положения

1.1 Нейролингвистическое программирование

1.1.1 История создания НЛП

Нейролингвистическое программирование, также известное как аббревиатура *НЛП*, возникло совсем недавно, в середине 1970-х годов. Базой НЛП служит большой объем знаний, прошедших проверку временем. Нейролингвистическое программирование сложилось как результат объединения нескольких областей знания двумя его создателями – Ричардом Бэндлером и Джоном Гриндером.

Создание нейролингвистического программирования пришлось на то время, когда доктор Джон Гриндер (род. 10 января 1940 года) занимал должность профессора лингвистики в Калифорнийском Университете в Санта-Круз и к тому времени уже успел опубликовать несколько книг по трансформационной грамматике. Именно там он познакомился с Ричардом Бэндлером (род. 24 февраля 1950 года), на тот момент студентом бакалавриата [Боденхамер, Холл 2003].

Весной 1972 года Бэндлер организовал в Кресж Колледж занятия по практике гештальт-терапии. Однако, группа Бэндлера достаточно сильно отличалась от обычных подобных встреч, так как с самого начала он больше интересовался анализом терапевтического воздействия гештальт-теории именно в рамках группы, а не на индивидуальном уровне. Помимо этого, упражнения на семинарах позволили ему развить собственную теорию. Вначале Бэндлер сам вел группы, позже в это включился и Джон Гриндер, которого Бэндлер лично ввел в терапевтический процесс [Ричард Бэндлер – биография].

На данный момент Джон Гриндер является руководителем консалтинговой фирмы под названием «Quantum Leap Inc.». Вместе с Кармен Клер они руководят проведением семинаров по НЛП, с которыми они путешествуют по всем миру, не ограничиваясь Северной Америкой [Джон Гриндер].

Со временем Бэндлер и Гриндер начинают использовать материалы исследований Вирджинии Сатир, американского семейного психолога, и Грегори Бейтсона, известного антрополога, который в свою очередь знакомит их с Милтоном Эриксоном, доктором медицины, разработавшим модель коммуникации, которая известна как «эриксоновский гипноз» и в 1958 г. была признана полезным лечебным средством при хирургических операциях. Когда Бэндлер и Гриндер попробовали смоделировать работу доктора Эриксона (то есть, грубо говоря, выстроили код этой программы), они обнаружили, что могут получить тот же эффект [Боденхамер, Холл 2003].

Проработав какое-то время вместе над этой новой концепцией, Бэндлер и Гриндер начинают проводить собственные практические семинары. Они практикуют недавно обнаруженные теории, делятся своими умениями с участниками. Вокруг Гриндера и Бэндлера формируется группа студентов и психотерапевтов, на основе семинаров с которыми вышла книга «Из лягушек в принцы».

Новая концепция Бэндлера и Гриндера, несмотря на поддержку таких знаменитостей, как Грегори Бейтсон, Вирджиния Сатир и других, полностью игнорировалась в академических кругах. Однако за пределами университетов стратегии НЛП, которые изначально и были созданы для практического применения, быстро стали невероятно популярными и практически повсеместными [Джон Гриндер].

Со временем практики НЛП набирали все большую популярность, и оба создателя этого течения - Бэндлер и Гриндер - пришли к выводу, что с помощью приемов НЛП люди весьма успешно решают чужие проблемы, однако, к сожалению, не используют их для познания и улучшения самих себя, пользуясь предложенными методами крайне нерационально [Что такое Новый Код НЛП]. Таким образом, возникла необходимость в обновлении и «перезагрузке» нейролингвистического программирования, то есть переопределения данного направ-

ления, так как свою полезность НЛП продемонстрировало в более широких кругах, чем задумывалось изначально. Кроме того, значительное количество исследований и правок, внесенных во всю систему с момента начала развития НЛП, означало необходимость проверки и возможную реорганизацию течения [Джон Гриндер]. Это решение, а также некоторые другие разногласия, привели к тому, что дороги Гриндера и Бэндлера разошлись, и каждый продолжил развивать НЛП по-своему.

1.1.1.2 Новый Код НЛП

«НЛП старого кода» появилось как результат развития лингвистики, гештальт-терапии и теории систем и включало в себя лингвистические паттерны (мета-модели), их контакт с глубинной структурой опыта, то есть идеи о репрезентативных системах, стратегиях, о разнице между намерением и поведением, а также все изменения, которые возможно произвести с помощью кодов для создания техник, будь то рефрейминг, якорение или визуально-кинестетическая диссоциация [Делозье 1993].

Основное отличие Нового Кода НЛП от старого заключается в том, что производимые изменения совершаются с помощью бессознательного. Основой для этого подхода служит доверие бессознательному мышлению и именно его понимание контекста, которой, из-за его ограниченности, нет у сознательного мышления. Отсюда следует то, что одной из главных целей Нового Кода является создание максимально слаженной работы сознательного и бессознательного [Что такое Новый Код НЛП].

Новый код является результатом работы группы исследователей: Грегори Бейтсона, Карлоса Кастанеды и, конечно, Джона Гриндера и Джудит Делозье, которые пришли к новому пониманию НЛП, благодаря своему путешествию по Африке. Исходя из того, что они узнали, изучая африканские племена, а также

идеи, изложенные в книгах известных биологов, Создатели Нового Кода приняли попытку описать то, что было прописано в Старом Коде, используя новые знания. Так, были предложены семь элементов Нового Кода [Делозье 1993]:

1. Состояние, которое необходимо развивать, чтобы смоделировать мастерство.
2. Взаимодействие сознательного и бессознательного;
3. Баланс между практикой и спонтанностью. Практика, в данном случае – это тренировка для самого себя, спонтанность - взаимодействие с внешним миром;
4. Позиции восприятия. Этот элемент определяет то, с чьей точки зрения мы смотрим на ситуацию: существует моя позиция, существует твоя позиция, и существует третья (нейтральная) позиция;
5. Внимание. То, как люди используют свое внимание, на что они обращают свое внимание и как возвращают его;
6. Фильтры. Для объяснения этого элемента Делозье приводит в пример игру, в которую люди часто играют во время поездок на машине. Игра состоит в том, что первый, кто заметит автомобиль конкретного цвета или марки, должен об этом незамедлительно сообщить. И само собой, когда вы применяете фильтр для нахождения только автомобилей желтого цвета, они внезапно оказываются повсюду. Таким образом, если вы оцениваете мир определенным образом, то в этом случае вы сможете увидеть именно то, что хотите увидеть. И, соответственно, если вы всегда делаете то, что всегда делали, то всегда получите то, что всегда получали – инициировать желанные перемены в таком состоянии крайне тяжело;
7. Множественное описание. Это всевозможные описания одной и той же ситуации, отличные от описания, данного изначально [Делозье 1993].

В итоге получается, что практически все методики НЛП, которые пытаются соединить сознательные цели и бессознательные ресурсы, является подходом Нового кода [Гагин, Уколов 2006].

1.1.2 Определения НЛП.

Так что же такое НЛП на самом деле? В одной из своих первых книг создатели писали, что нейролингвистическое программирование – это простая и действенная модель внутреннего опыта и коммуникации. Руководствуясь идеями и методами НЛП, представляется возможным дать весьма детальное описание любой человеческой активности, что позволяет легко и быстро осуществлять глубокие и устойчивые изменения в данной активности [Бэндлер, Гриндер 2013]. Более того, НЛП значительно увеличило количество возможностей выбора, которые доступны человеку. Людям, практикующим НЛП, становятся доступны средства, которые помогают достичь такого качества жизни, о котором обычно говорят, что это судьба, удача, генетика, случайность или божья милость [Гриндер, Делозье 2005].

Термин «нейролингвистическое программирование» иногда не совсем прост для понимания, а в некоторых случаях еще и вызывает негативные коннотации. Если рассматривать этот термин подробнее, можно заметить, что он состоит из трех основных составляющих. Часть «*нейролингвистическое*» отражает два аспекта НЛП: во-первых, это то, что поступающая информация вводится и обрабатывается с помощью нервной системы, а во-вторых, то, что все это производится посредством языка.

В НЛП используется две основные языковые системы: репрезентативная система, которая призвана обрабатывать сенсорную информацию (изображения, звуки, запахи, тактильные и вкусовые ощущения), и вторичная языковая система (символы, слова, метафоры и т. д.). Часть «*программирование*» относится к способности организовывать эти компоненты (изображения, звуки, тактильные и

вкусовые ощущения, запахи и символы или слова) в такие программы, которые мозг выполняет и затем позволяет человеку достигать желаемой цели, которую он себе поставил. Таким образом, говоря об НЛП, можно сказать, что его суть заключается в установлении контроля над собственным сознанием путем упорядочивания и вербального стимулирования желаемых состояний [Боденхамер, Холл 2003].

1.1.3 Концептуальные положения НЛП

Прежде чем приступить к описанию некоторых основных методик НЛП, хотелось бы ознакомиться с базовыми понятиями данной практики.

В первую очередь, необходимо понять, что такое карта и территория. *Картой* в НЛП называют личный опыт человека, который создается в течение его жизни. У каждого человека есть своя, субъективная карта. На нее наносится все, что происходит вокруг и имеет значение, все то, во что человек верит или что ощущает всеми органами чувств [Алдер, 2011]. Про карты нельзя сказать, что они правильные или ошибочные, однако они могут быть эффективными или, наоборот, проблематичными. Это зависит от того, какие выводы человек делает после тех или иных событий, или же как эти события сказываются на нем без его ведома. Таким образом, некоторые карты могут мешать человеку достичь поставленных целей. Карта также может считаться проблематичной, если меняются условия жизни, а она остается прежней. При этом хозяин карты не пытается ее подстроить под сложившиеся реалии, а упорно продолжает верить и даже старается всеми силами доказать окружающим, что именно эта карта верна, в результате чего у него возникает множество проблем, как внутри-, так и межличностного характера.

Фильтрами в НЛП называют органы чувств, опыт, убеждения, культуру, язык, национальность, ценности, интересы. Иногда их также называют поведенческими *рамками/фреймами*, которые позволяют понять человека и его поступки [Рэйд, 2014].

Территория – это объективная реальность, в которой мы живем. Главное, что нужно знать о территории – это то, что поскольку люди видят мир сквозь фильтры своего восприятия, никто из нас не способен увидеть саму действительность такой, как она [Алдер, 2011]. Кроме того, территория, в отличие от карт, неизменна извне, в то время, как карты могут видоизменяться.

Другими центральными понятиями в НЛП, а именно в том, как мы учимся или «программируемся», считаются *сознательное и бессознательное* (неосознаваемое). Сознательное - это то, что осознается в настоящий момент (например, это предложение прямо сейчас). Бессознательным же считается то, что в данный момент не осознается (например, окружающие звуки, но только до того момента, когда начинается осознание того, что они на самом деле есть). Другим примером может являться умение кататься на велосипеде (бессознательное), которому вы пытаетесь научить ребенка (осознаваемое). Реальность такова, что мы живем в культуре, где поддерживается убеждение о том, что большую часть того, что мы делаем, мы делаем осознано. На самом же деле, мы делаем все это неосознанно и, при этом, делаем наилучшим образом [Сеймор, О`Коннор 1997].

Раппорт – состояние доверия или взаимопонимания с человеком или группой людей. Находясь с собеседником в состоянии раппорта, можно достичь взаимопонимания, уважения, установить такой контакт, который в будущем может привести к долгосрочным и взаимовыгодным отношениям.

Репрезентативные системы (модальности) - одна из самых первых моделей НЛП. Она заключалась в том, что каждый человек переживает любое событие, пользуясь репрезентациями в системах восприятия, т.е. образами (зрительная модальность), звуки (слуховая модальность) и ощущения (кинестетическая модальность). На НЛП-тренингах рассказывалось о множестве быстрых и практических вариантов использования этих знаний для изменения поведения или состояния. Субмодальности – это более мелкие компоненты внутри каждой из трех модальностей. Например, внутри зрительной модальности субмодальностями будут цвет, расстояние и фокус; внутри слуховой – громкость и четкость; внутри кинестетической – текстура и вес. То есть, субмодальности – это средства, с помощью которых наш мозг сортирует и кодирует опыт. Знание таких мелких элементов позволяет выявить еще больше способов влияния на состояние и поведение [Субмодальности].

1.1.4 Базовые методы НЛП

Начиная с момента создания НЛП и до сегодняшнего момента было написано огромное количество книг с описанием методик применения НЛП. Еще больше было проведено семинаров и тренингов, что позволяло оттачивать старые и создавать новые способы применения данной теории. Участники таких встреч и люди, читавшие эти книги, получали доступ к новым стратегиям обретения успеха, устранения фобий, налаживания отношений с близкими, обретения уверенности и т.п. Одной из самых привлекательных черт НЛП является то, что оно содержит обширный набор методик, и при желании или при необходимости человек с легкостью может переключаться между ними или же сочетать их. Далее я хотела бы привести несколько примеров методов и моделей НЛП.

1) Пресуппозиции

Пресуппозиция это фундаментальное глубинное допущение, которое необходимо считать как данность для того, чтобы коммуникация имела смысл.

Простыми словами это тезисы и убеждения, которые лежат в основе действий любого человека. При этом мы даже не знаем, верны ли они, мы просто действуем, словно это так [Бакиров, 2011].

Пресуппозиции создаются речью, но читаются между строк. Примером может служить следующая фраза: «Сын Александра Борисовича опять получил двойку». В предложении нам дано, что существует некий Александр Борисович, у него есть сын – школьник, и этот сын получил как минимум вторую двойку. Причем, информация про то, что сын – школьник, а двойку он получил не впервые, в предложении нет. Но мы уверены, что именно так и есть, так как «увидели» это в тексте благодаря пресуппозициям (школьник, потому что оценки получают дети в школе; вторая двойка, потому что «опять») [Модель НЛП: Пресуппозиции].

Пресуппозиции – одни из самых осознанно или неосознанно используемых способов речевого воздействия на собеседника. Так происходит из-за того, что они изначально обращены к бессознательному. Используя в разговорах пресуппозиции, мы создаем реальность, где существуют только выгодные нам варианты поведения. Так, например, фраза «ну что, в котором часу мы завтра встречаемся?» изначально не предполагает вопроса, увидятся ли говорящие завтра или нет, существует только один вопрос - «когда?». Таким образом, собеседник будет менее склонен к прямому отказу и поступит так, как выгодно тому, кто задал такой вопрос [Модель НЛП: Пресуппозиции].

На основе пресуппозиций строятся не только индивидуальные способы восприятия мира, но и жизненный уклад любого народа. При этом они настолько привычны, что ни один человек, выросший в одной культурной среде, не будет сомневаться в них – он их попросту не заметит. Однако, если этот же человек столкнется с пресуппозициями других культур, случиться может что угодно – от безобидного недопонимания, до достаточно серьезного конфликта [Бакиров,

2011]. Важно также понимать, что пресуппозиции очень сильно влияют на каждого человека в частности, так как помимо общепринятых, у него есть личный набор пресуппозиций, отличие которых заключается в том, что их можно изменить, а убеждения - нет.

На тренингах эксперты предлагают познакомиться с принятыми в НЛП базовыми пресуппозициями. Чтобы они работали, нужно только поверить в них так, будто они на самом деле изначально верны. При этом, если какая-то из пресуппозиций в конкретном случае не работает, не составляет труда оставить ее для кого-нибудь еще, а самому попробовать другую. На семинарах НЛП часто просят брать по одной базовой пресуппозиции и в течении недели смотреть, как она проявляется в окружающем мире. Если с ней человеку стало проще и легче существовать – она автоматически добавляется в его арсенал убеждений.

Базовыми в НЛП считаются следующие пресуппозиции:

1. Карта – не территория;
2. Сознание и тело – части одной системы;
3. Весь наш жизненный опыт закодирован в нервной системе;
4. Субъективный опыт делится на образы, звуки, ощущения, вкус и запах;
5. Смысл коммуникации – реакция;
6. Не бывает поражений, бывает только обратная связь;
7. В основе любого поведения лежит позитивное намерение;
8. Любое поведение – выбор наилучшего варианта на данный момент;
9. Каждый располагает всеми необходимыми ему ресурсами;
10. Вселенная – дружелюбная среда, изобилующая ресурсами.

Главное преимущество этого метода заключается в том, что его эффективность подтверждена временем и многими тысячами людей, которые в свое время воспользовались им и добились успеха [Бакиров, 2011].

2) Якорение

В НЛП термином «якорь» обозначают определенный условный рефлекс – связь стимула и состояния, в которое человек погружается при столкновении с данным стимулом. Часто, это состояние напрямую связано с воспоминанием, будь то какой-то радостный момент или сложное переживание. Другими словами, якорь - это стимул, который запускает разнообразные эмоциональные переживания, подкрепленные значимым воспоминанием. При этом, они могут оказывать как позитивное, так и негативное влияние, и, так как большинство из них не осознаются человеком, избавиться от нежелательных якорей и обрести желаемые бывает сложно.

Якоря принято разделять на:

- визуальные (например, жест, предмет определенного цвета);
- аудиальные (интонации голоса, мелодия);
- кинестетические (прикосновение, запах);
- дискретные (слова и числа) [Якоря, установка якорей - техники НЛП...].

Важно учитывать, что якорь будет действовать, если специалист НЛП при его постановке учел следующие правила:

1) Уникальность (устанавливаемый якорь должен отличаться от тех звуков, жестов, прикосновений и т.п., которые он видит, слышит и чувствует в повседневной жизни);

2) Интенсивность переживания (человек должен погрузиться в воспоминание настолько глубоко, насколько это возможно – только в этом случае якорь возможно будет поставить);

3) Точность (при воспроизведении поставленный якоря должен быть воспроизведен в точности, как при постановке якоря).

Смысл работы с якорями заключается в том, что якорем возможно закрепить любое нужное для работы переживание, а затем воспроизвести его в нужный момент. При этом переживания воспроизводятся в основном для того, чтобы, когда человеку в какой-либо ситуации необходимы дополнительные ресурсы, он смог их найти в самом себе [Горин, 2004].

3) Шестишаговый рефрейминг

Техника «шестишаговый рефрейминг» любопытна тем, что она работает от противоположного, то есть, человеку необязательно знать, что он хочет получить, главное знать, чего он совершенно точно не хочет.

Смысл рефрейминга заключается в том, что можно назвать «делкой с самим собой», а именно со своим бессознательным, которое, как известно, руководит большей частью человеческого поведения. При работе с этим методом человек будто дает разрешение своему бессознательному действовать так, как оно посчитает нужным в данной ситуации. Интересно то, что в этом случае наше бессознательное находит максимально простой, легкий и удачный способ достижения цели, и чаще всего такой, о котором мы даже и не задумывались как о подходящем или полезном. Ярким примером этому может служить следующий случай: мужчина обратился к рефреймингу с желанием бросить курить, «запустил» свое бессознательное, которое каким-то образом убедило организм, что он откажется от никотина, если получит сладкое. То есть, мужчина бросил курить, купив себе шоколадку. Другой пример с женщиной, которая столкнулась с той же проблемой, но для нее решением стало то, что во время уборки дома она начала танцевать, и в результате искать сигарету не было ни энергии, ни желания [Гагин, 2017].

Если эти примеры кажутся сомнительными, то эксперты рекомендуют вспомнить такой случай: у ребенка резко поднялась температура в день контрольной работы. Это тоже работа бессознательного, и тоже не самое очевидное решение данной проблемы, которое тем не менее оказалось эффективным.

Результат рефрейминга редко достигается сразу же после сеанса, так как бессознательному необходимо время на поиск решения. Мужчине из предыдущего примера потребовалась неделя, а женщине – почти год, но в большинстве своем шестишаговый рефрейминг приводит к какому-либо логическому завершению. По этой же причине его также называют одним из самых мистических методов НЛП, хотя по сути он сводится к тому, что «было бы желание, а возможности найдутся».

4) Боевое НЛП

Боевое НЛП – это набор различных моделей и методов скрытого воздействия на человека с целью подчинения его себе. Чаще всего оно применяется близкими людьми неосознанно и с добрыми намерениями, которые, к сожалению, приводят не к самым желаемым результатам. Самый простой пример боевого НЛП: у родителя не получилось заниматься музыкой, поэтому он записывает своего ребенка в музыкальную школу. На логичный вопрос «зачем?» следует ответ «ему так будет лучше, я знаю!». Такая ситуация может привести к непредсказуемому результату - от бунта против родительского контроля до глубинных сдвигов в сознании (например, «зачем мне озвучивать, чего я хочу, если мое мнение все равно не будет учитываться»).

Изучив подобные примеры бытового манипулирования, специалисты НЛП смогли выделить набор паттернов такого поведения. Знание моделей боевого НЛП может помочь человеку в двух ситуациях. Во-первых, он будет способен защитить себя от нежелательного воздействия, так как деструктивный паттерн перестает действовать в момент его обнаружения. Во-вторых, человек сможет

пользоваться ими осознанно и только в тех ситуациях, где оно необходимо (например, на деловых переговорах, где нужно получить определенный результат от людей, которых он больше никогда не увидит) [Боевое НЛП Мастер-класс].

1.1.5 Критика НЛП

НЛП с самого момента своего создания сталкивалось с жесткой критикой, которая в первую очередь шла со стороны академической науки. Однако несмотря на возникающие вопросы, касающиеся этичности НЛП, а также отсутствия достоверных показателей экспериментальных проверок эффективности данного направления, в реальности данные методики оказываются весьма востребованными. Это является предметом активных дискуссий по сей день. Различные психологические форумы в интернете в тот или иной момент служили площадкой для активных споров как практикующих психологов, так и членов научного сообщества и обычных людей, так или иначе сталкивавшихся с НЛП.

Главными объектами критики в основном становятся ненаучность НЛП и то, что некоторые воспринимают его как средства обогащения для мошенников. Помимо этого, критике также подвергаются и сами создатели НЛП за то, что, создавая это направление, они стремились получить новое и эффективное средство не для помощи страдающему сознанию человека, а для воздействия на это сознание с целью манипулирования и использования в личных целях. Таким образом, некоторые критики уверены в том, что в саму идею НЛП заложено «параноидальное стремление к величию и могуществу» [Осторожно НЛП! НЛП - психотехнология или паранойя?].

Само название теории уже является настораживающим. Слово «программирование» мало кому нравится, и в целом имеет негативную коннотацию, когда употребляется в отношении человеческой психики. То же самое можно отнести к слову «манипуляция»: большинство людей воспримут его как опасность, угрозу своему благосостоянию. Очевидно, что методика с таким названием будет

вызывать недоверие, а учитывая обещанные результаты, и вовсе восприниматься как мошенничество. Разрывы шаблонов, проникновение в бессознательное очень похоже на гипноз, а в гипнотическом состоянии человек беспомощен и не контролирует собственное сознание, в то время как бессознательное можно запрограммировать на все, что угодно. Исходя из этой идеи, возникновение НЛП сравнивают с открытием ядерной физики - это может быть полезным, но в то же время существуют и определенные риски [Анализ применения нейролингвистического программирования в практике управления].

НЛП и наука. Заявляя, что НЛП не является научной отраслью, критики в первую очередь имеют в виду то, что, во-первых, у этого направления психотерапии нет единой теоретической базы, как нет и доказательств эффективности данной теории. Многие сравнивают связь НЛП и научное знание со связью между астрологией и астрономией – похоже, но разница все же очевиднее. Во-вторых, то, что сторонники НЛП, называющие его «наукой общения», используют этот термин для повышения своего престижа и привлечения больше клиентов, что является явным признаком мошенничества.

За всю историю существования НЛП было не раз ассоциировано с различными суждениями, научность которых не была доказана (например, обещание быстрого избавления от фобий и заживления травм). Интересно то, что подобные заблуждения присущи всем лженаукам, что справедливо наталкивает на мысли о недоверии данному направлению. Другими отличительными чертами ненаучных направлений могут служить:

- Слишком обобщенные прогнозы;
- Псевдонаучные опыты;
- Отсутствие взаимосвязи между отдельными положениями;
- Переоценка значения несистематизированных свидетельств и примеров;
- Главенство практики подтверждения, а не опровержения.

Несомненно, эти и другие похожие положения можно найти в НЛП. Несмотря на это, люди все равно идут на тренинги, о положительных исходах которых скептики отзываются как о лечении плацебо или социальным давлением [Критика нейролингвистического программирования (НЛП)]. Однако, у сторонников данного течения есть на это свой ответ: они утверждают, что НЛП с самого начала не позиционировало себя как наука или научное направление, и цели у создателей были совершенно иные [Обзор и критика НЛП. Часть 3].

Этика. Главной причиной возникновения вопроса этики в отношении НЛП является тот факт, что его методики «поощряют» манипуляцию людьми. То есть считается, что НЛП призывает искать и активно использовать все новые способы воздействия на людей без их согласия. Этот аспект часто находит отражение в заголовках книг на тему НЛП, общая идея которых заключается в том, «как легко получить то, чего вы хотите». Однако, всем известно, что, работая в таких сферах как, например, медицина, образование и психотерапия, специалист обязан придерживаться определенных этических норм, которые являются, как правило, общеизвестными, однако бывают иногда занесены в различные пособия (например, «Основные этические положения Австралийской федерации психотерапии и консультирования»). Но, как показывают наблюдения, часто даже сертифицированные специалисты НЛП имеют слабое представление о морали и нравственности [Обзор и критика НЛП. Часть 3].

1.2 Деловые переговоры

1.2.1 Что такое деловое общение

Прежде чем говорить непосредственно о переговорах, необходимо определить, что из себя представляет деловой дискурс. Процесс межличностного общения сложен и многогранен. Он подразумевает взаимодействие людей одновременно и как информационный процесс, и как отношение собеседников

друг к другу, и как процесс их взаимовлияния и взаимопонимания. Это взаимодействие двух или более людей, нацеленное на налаживание отношений и достижение общего результата. В процессе общения выделяют три основных аспекта:

- Коммуникативный (т.е. обмен информацией);
- Интерактивный (т.е. взаимодействие общающихся);
- Перцептивный (т.е. восприятие сторонами информации).

Если рассматривать общение как единство этих трех аспектов, то оно будет выступать как способ организации совместной деятельности и взаимоотношений собеседников [Кузнецов, 2013].

Одним из видов речевого общения является **деловое общение**, которое всегда определено его предметом и степенью психологического влияния всех сторон коммуникации. Основой делового общения являются такие социально-психологические процессы межличностной коммуникации, которые включают в себя следующие фазы деловой коммуникации:

Перцептивная фаза. Социальная или межличностная перцепция – это восприятие, понимание и оценка людьми друг друга. Как правило собеседники в первую очередь обращают внимание на внешние признаки, самыми полезными среди которых является внешний облик и поведение. Восприятие таких личных особенностей помогают нам в той или иной мере понять внутренний мир человека, с которым мы вступаем в коммуникацию, что в свою очередь позволяет нам выбрать наиболее подходящий вариант своего поведения и выработать эмоциональное отношение к данной встрече или разговору [Татарникова, 2009].

Существуют, однако, несколько факторов, которые могут помешать корректному восприятию образа собеседника, что иногда называется «эффектами

первого впечатления». Такими факторами являются превосходство, привлекательность и отношение собеседника к нашей собственной персоне.

- Фактор превосходства заключается в том, что, когда нам необходимо поговорить с человеком, которого мы в чем-то превосходим, часто получается так, что мы его недооцениваем; когда мы встречаемся с человеком, превосходящим нас – мы оцениваем его более положительно; а когда речь идет о ком-то равном – оценка будет не настолько высока.
- Фактор привлекательности. Если нам симпатизирует наш собеседник, мы склонны переоценивать его психологические характеристики, если же он нам по каким-то причинам не нравится – все его качества будут, наоборот, недооценены.
- Фактор отношения. Если собеседник относится к нам хорошо – мы отвечаем ему взаимностью, если нет – мы склонны не замечать его положительных сторон.

Таким образом, если не учитывать возникновение данных факторов, первое впечатление на самом деле может быть обманчивым, что может повлиять на исход коммуникации [Колесников, 2007].

Когнитивная фаза. Эта фаза деловой коммуникации заключается в познании и понимании собеседниками друг друга путём приписывания деловому партнёру личностных психологических качеств.

Аффективная фаза. Данную фазу делового общения составляют следующие психологические механизмы:

1) эмпатия, то есть уподобление одного партнёра другому для того, чтобы лучше понять, что он чувствует;

2) межличностная симпатия – формирование позитивного психоэмоционального фона общения благодаря сходству установок, интересов, социального статуса и внешней привлекательности [Кобякова, 2013].

Информационно-коммуникативная фаза. Процесс логического осмысления, формулирования, уточнения и передачи информации собеседнику с помощью вербальных и невербальных средств коммуникации.

Общение деловыми партнёрами предполагает:

1) соблюдение норм литературного языка и коммуникативных качеств речи;

2) соблюдение национально-культурных традиций, выраженных в языке;

3) соблюдение коммуникативного кодекса (быть последовательным, вежливым, внимательным и т.п.)

Однако, несмотря на это, в процессе делового общения нередко возникают вербальные барьеры, которые препятствуют адекватному пониманию получаемой информации: логический барьер (разный тип мышления собеседников); стилистический барьер (канцелярский стиль передачи информации); семантический барьер (одни и те же понятия имеют разные значения); фонетический барьер (особенности произношения слов) [Кобякова, 2013].

Интерактивная фаза. Главный аспект данной фазы – это действие, а точнее взаимодействие между деловыми партнерами в конкретной ситуации общения. В современной психологии делового общения выделяют несколько основных стратегий:

1) *Сотрудничество* (т.е. полное достижение поставленных целей сторонами);

2) *Противодействие* (т.е. преследование исключительно своих целей, не уделяя внимания интересам партнера);

3) *Компромисс* (т.е. на передний план выходит желание сохранить отношения, достижение своих результатов не является первым приоритетом);

4) *Уступчивость* (т.е. в приоритете достижение целей партнера);

5) *Избегание* или уклонение (т.е. отказ от достижения своих целей для того, чтобы партнер тоже ничего не выиграл).

Данные стратегии невозможно поделить на плохие или хорошие, на более или менее действенные. Участники деловой коммуникации вольны выбирать наиболее подходящий способ ведения любых переговоров для извлечения наибольшей выгоды для себя или своей компании [Татарникова, 2009].

1.2.2 Этика делового общения

Деловая этика – система принципов и правил поведения участников деловой коммуникации. Часто ее проявление можно обнаружить в отношениях между начальником и подчиненным, между коллегами, между компаниями и т.п. Когда сотрудники компании придерживаются этих принципов, у них появляется своеобразная этическая основа для того, чтобы действовать в любой ситуации делового общения, а также принимать и обосновывать решения, требуемые от своей должности [Васильева, 2012].

Деловая этика основывается не только на честности, открытости, верности данному слову – всех чертах, присущих достойному и уважаемому деловому человеку – но и способности действовать на рынке в соответствии с законодательством и внутренним уставом компании. Часто документы, предписывающие правила и этические нормы, составляются и принимаются руководящими должностями в компании или собранием акционеров, из чего следует то,

что они приобретают некоторую юридическую силу, и несоблюдение прописанных установок может повлечь за собой определенные последствия [Подопригора, 2012].

Этика деловых отношений в России.

Этика бизнеса в России складывалась на протяжении многих лет под воздействием целого числа факторов. Известно, что в период социально-политической устойчивости деловая культура достигала очень высокого уровня, доказательством чего является множество выдающихся предпринимателей, развивавших отрасли народного хозяйства страны в конце XIX – начале XX веков. Однако, наряду с таким культурным подъемом существуют и не самый плодотворный для развития культуры предпринимательства период в истории России. В СССР все принадлежало государству, а частная деятельность «ради наживы», а не на благо партии, каралась. Это послужило главной причиной остановки развития этой сферы и даже привело к утрате знаний о том, как грамотно вести бизнес. Из-за этого после распада Советского Союза отечественные предприниматели не вызывали ни доверия, ни уважения со стороны иностранных коллег. Внутри страны царил хаос, и людям пришлось заново учиться вести дела и стремиться соответствовать международным стандартам, установленным более развитыми странами [Деловая этика и ее развитие в России]. Основные проблемы на пути формирования этики деловых отношений в России можно разделить на две группы. Внутренними барьерами являются:

1. Скептическое и негативное отношение ко всему новому;
2. Перекалывание ответственности на другого;
3. Неуверенность в своей морали;
4. Страх за конкурентоспособность;
5. Сомнение, что принципы этики деловых отношений будут работать на практике, так как их обязательное исполнение не требуется.

К внешним барьерам относят:

1. Частую смену законов и нормативно–правовых актов;
2. Незавершенность формирования общественного мнения;
3. Культура теневой и криминальной экономики (подпольный сбыт и контрабанда);
4. Взятничество со стороны чиновников, низкий уровень развития и продажность персонала, финансовая нестабильность [Ермолаева, 2006].

В настоящее время деловая культура России формируется на стыке поведенческих традиций двух групп предпринимателей: в первую входят люди, занятые в партийном производстве в 80-х, а также люди, получившие соответствующее (современное) образование, во вторую - люди, занятые в «теневой», криминальной экономической деятельности – так называемые «новые русские». Таким образом, этика нового класса бизнесменов России - явление сложное и противоречивое. Кроме того, в российский бизнес в 90-е годы пришли иностранные граждане, которые привыкли действовать по канонам устоявшейся западной этики, что обуславливает смешение восстанавливаемых национальных российских принципов с общемировыми. Это во многом облегчает включение российского бизнеса в международную систему этических норм делового поведения [Деловая этика и ее развитие в России], так как для такой адаптации и интеграции необходимо быть осведомленными по поводу особенностей поведения бизнесменов других культур.

Североамериканская деловая культура, например, отличается ориентацией на индивидуализм и на сильную личность и не бояться идти на риски. Американцы также славятся отличными способностями в борьбе за прибыль, исключительной уверенностью в себе и напористостью. Часто, это переходит в эгоцентризм и ожидание того, что деловые партнеры будут руководствоваться правилами делового общения, присущих североамериканской культуре. В компаниях

они предпочитают устанавливать четкие правила и ожидают от сотрудников дисциплины, в конфликтных ситуациях чаще всего прибегают к услугам адвокатов. В неформальных взаимоотношениях они достаточно открыты, даже несколько фамильярны, могут пренебречь некоторыми установками светского этикета.

Британцы, в свою очередь, предпочитают демонстрировать сдержанность, вежливость и пунктуальность. Очень деловиты и законопослушны, при этом четко разделяют работу и дом. Британцы крайне щепетильно относятся к правилам делового этикета, всегда соблюдают все формальности и ждут от собеседника того же. Отличительная особенность британских бизнесменов – это то, что они являются превосходными психологами и при общении очень быстро способны уловить фальшь или понять уровень подготовки оппонентов к предстоящим переговорам [Солоницина, 2005].

1.2.3 Что такое переговоры

Переговоры – это процесс взаимодействия двух или более сторон с целью обсуждения проблемы, которая представляет взаимный интерес, таким образом обеспечивая кратковременное или долговременное сотрудничество.

Ведение переговоров – это искусство, которому специально обучаются во всем мире. К сожалению, большинство российских предпринимателей не только никогда не обучались этому, но и не имели опыта участия в переговорах. Именно поэтому приобретение навыков ведения переговорного процесса в настоящее время является чрезвычайно актуальной проблемой [Кузнецов, 2013].

Переговоры можно классифицировать по-разному: в зависимости от сферы деятельности (дипломатические, экономические, торговые и др.), в зависимости от цели (о заключении соглашения, о продлении действующих договоренностей, о координации совместных действий и др.), по характеру взаимоотношений между сторонами (партнерские, конкурентные и конфронтационные).

Несмотря на многообразие, все виды переговоров имеют одну общую особенность - мнения сторон частично совпадают, частично расходятся. При полном совпадении взглядов оппонентов они смело могут начинать совместные действия для достижения совместной цели, ведь в переговорах нет нужды. Если же позиции деловых партнеров противоположны и на данный момент между сторонами нет ничего общего, переговоры просто невозможны [Введенская, 2000].

Этапы ведения переговоров

Любые переговоры также связывает другая общая черта, а именно – логика их проведения. Вне зависимости от вида, количества участников, места проведения встречи проходят по общему плану: подготовка, вступление в контакт, презентация своего предложения, работа с возражениями и сомнениями, заключение сделки.

1. Подготовка. Перед началом любых переговоров крайне важно хорошо к ним подготовиться. Это одно из важнейших правил их ведения. В противном случае слишком велик риск поражения: от проигрыша или срыва сделки до потери репутации достойной компании и профессионала своего дела. Главными пунктами на этом этапе переговоров являются:

- постановка цели;
- сбор информации;
- планирование хода встречи;
- подготовка материалов;
- выбор позиции;
- самомотивация.

Опытные переговорщики утверждают, что при добросовестном подходе данная стадия может обеспечить 50% успеха всей дальнейшей совместной деятельности.

2. Вступление в контакт с оппонентом. На этой стадии реализовываются сразу две цели участников переговорного процесса: демонстрация того, что интересы оппонентов высказаны и учтены; укрепление своих позиций, захват более выгодной роли и т.п. Главными пунктами на этом этапе переговоров являются:

- приветствие;
- экспресс-диагностика окружения;
- представление себя и своей компании;
- создание положительного образа;
- передача внешней инициативы партнеру;
- искусство постановки вопросов;
- активное слушание;
- получение рациональной и эмоциональной информации.

Если переговоры проходят с участием посредника, то его роль состоит в определении процедурных вопросов: он должен дать возможность высказаться каждой стороне, определить факторы сдерживания сторон, допустимое время на обсуждаемые вопросы, последствия от невозможности прийти к компромиссу, предлагает способы принятия решений.

3. Презентация своего предложения и работа с возражениями и сомнениями. На этом этапе переговоров задача сторон состоит в определении возможностей друг друга, в том, насколько реальны требования и как их выполнение может отразиться на интересах участников. Здесь возможны манипуляции и психологическое давление, захват инициативы всеми возможными способами, ведь цель каждого из участников – добиться равновесия или небольшого доминирования. Главными пунктами на этом этапе переговоров являются:

- представление и аргументация;
- аргументация с учетом потребностей;
- представление пользы;

- представление цены и/или условий.

Данная стадия переговоров заключается в поиске взаимоприемлемого решения и психологической борьбе.

4. Заключение сделки. К этому этапу стороны уже наметили некоторое количество вариантов и предложений по завершению встречи. К сожалению, добиться результата, устраивающего сразу всех участников, получается крайне редко. Чаще происходит так, что время начинает поджимать, увеличивается напряженность, требуется принятие какого-то решения, и обе стороны вынуждены пойти на несколько уступок [Стадии переговоров]. Главными пунктами на этом этапе переговоров являются:

- признаки готовности партнера к завершению обсуждения;
- итоговое предложение;
- удержание контакта;
- фиксирование договоренностей.

В конце встречи, участники, как правило, анализируют результаты – как рациональные, т.е. финальное решение поставленной проблемы, так и эмоциональные, т.е. отношения между сторонами, возможность последующего сотрудничества, а также планирование следующих действий [Стацевич, Гуленков, Сорокина 2012].

Типичные ошибки при ведении переговоров

Несмотря на то, что в Интернете и специализированной литературе можно найти правила и структуру ведения переговоров, участники могут потерпеть неудачу: не получить желаемого, получить желаемое, но при этом испортить отношения с дружественной компанией-партнером, вовсе расстроить сделку и ни к чему не прийти. Такое случается не из-за того, что правила не работают или уста-

рели, но потому, что в переговорах участвуют люди, а людям свойственно ошибаться, особенно в стрессовых ситуациях. К счастью, на данном этапе развития мастерства коммуникации, экспертам удалось заметить и описать типичные промахи, допускаемые участниками встречи. Можно выделить следующие часто возникающие ошибки:

1. Участник не учитывает личного стиля ведения переговоров. В стрессовых ситуациях человек, как правило, ведет себя по одному из пяти сценариев, которые соответствуют пяти стилям ведения переговоров: подстройке, уклонению, компромиссу, состязанию и сотрудничеству. При этом, нужно понимать, что, где подойдет один стиль, будет неуместен другой (например, подстройка может быть хороша при решении бытовых проблем в кругу семьи, но будет совершенно неприемлема на деловой встрече, где главной задачей является сохранение и укрепления репутации компании). Для каждой из сторон переговоров важно выбрать подходящего для конкретных переговоров человека, так как от его поведения будет зависеть исход встречи;

2. Отсутствие целей и ожиданий. Подготовку к переговорам не просто так выносят отдельным этапом. Грамотная постановка цели, знание возможностей своей компании, предварительный прогноз действий компании-оппонента могут сыграть решающую роль;

3. Справедливое предложение как первый вариант решения проблемы. Выдвигая справедливое предложение в самом начале, компания лишает себя возможности пойти на уступки, что в большинстве случаев приводит к убыткам. Например, компания А предлагает за свою продукцию справедливую цену, а компания Б просит скидку, в противном случае сделки не будет. Компании А идет на эту уступку и терпит большие убытки, несмотря на то, что изначально переговоры казались беспроблемными.

4. Согласие на первое предложение в переговорах. Как правило, второе предложение будет более выгодным для компании.

5. Домысливание за партнера по переговорам. Компания А сказала одно, компания Б услышала другое. Переговоры изначально призваны для решения всех возможных недопониманий между сторонами, поэтому уточняющие вопросы не просто приветствуются, но необходимы в данной ситуации.

6. Участие руководителя на переговорах. Руководитель, как правило, идет на большие уступки, берет на себя больше обязательств, дает больше скидок, бонусов, легко и быстро соглашается на любые предложения. На переговоры рекомендуется посылать одного из сотрудников (исключение: присутствие руководителя необходимо).

7. Боязнь сказать или услышать «нет». Когда компания соглашается на все, страдает не только исход переговоров, но и репутация. Кроме того, это сигнализирует о том, что компания нуждается в конкретном результате встречи, что делает ее мишенью для всевозможных манипуляций со стороны оппонента (исключение: купля-продажа. Слово «нет» может вовсе сорвать переговоры).

8. Отсутствие альтернативы. Знание или имитация того, что у компании А есть другие варианты, кроме контракта с компанией Б, заставляет компанию Б воспринимать своих деловых партнеров всерьез и даже идти на уступки. Отсутствие запасных вариантов делает компанию А уязвимее для манипуляций [8 главных ошибок в переговорах].

Зная, где ошибались до нас, становится гораздо легче учиться и совершенствоваться. Однако, к сожалению, наши собственные ошибки не всегда единственная причина неудач в переговорах.

Манипуляции в переговорах

Манипуляция в контексте проведения переговоров – это скрытое воздействие на оппонента с целью получения выгоды [Стацевич, Гуленков, Сорокина 2012].

Приемы манипуляций:

1. Цейтнот («сейчас или никогда»). Навязывание условий, ограничение по времени. Решение: остановиться и подумать, попросить больше времени.

2. Заезженная пластинка. Цикличное повторение требования. Решение: цикличное повторение отказа на требование (пример: «повысьте мне зарплату» - «не предусмотрено в бюджете»).

3. Смещение понятий. Например, работа по выходным. Между понятиями нет связи, но они преподносятся так, будто она есть. Решение: уметь разделять эти понятия и прямо спрашивать, как они связаны.

4. Доведение до абсурда (защитная манипуляция). Если оппонент перебарщивает с требованиями, аккуратно и тонко, с юмором указать ему, что он не прав, и таким образом поставить его на место.

5. Перевод борьбы в будущее. Прямо сейчас принимать решение сложнее, поэтому манипулятор предлагает решения в будущем: «завтра видно будет», «решим потом» и т.п. Решение: все выяснить здесь и сейчас.

6. Подарок или комплимент. За чем и следует ожидание получения уступки в ответ. Решение: действовать разумно, не принимать дорогие подарки или же не идти на поводу у чувства того, что ответить взаимностью необходимо.

7. Захват выгодной роли на переговорах. Начальник – подчиненный, хозяин – гость, друг – друг. Решение: не поддаваться или успеть захватить выгодную себе роль [Манипуляции в переговорах: как распознать и не попасть под них].

1.2 Выводы по первой главе

Нейролингвистическое программирование представляет собой новое и крайне обширное течение, направленное на совершенствование социальных навыков человека. Оно было создано на основе идеи о том, что любое успешное поведение можно смоделировать, выявить его закономерности и представить полученную из этого информацию в качестве пошаговых методик для дальнейшего использования. Термин «нейролингвистическое программирование» идеально

характеризует методы данного течения: их действие направленно на человеческое сознание (психику) путем выбора подходящих той или иной ситуации слов (языковых паттернов), при чем желаемый результат достигается благодаря подробным инструкциям (командам). НЛП предлагает огромное количество методик, основанных на такой структуре, и нацелены они могут быть на разные аспекты социальной жизни людей.

Несмотря на интерес к данному течению у большого количества людей, также существует немало скептиков и даже противников НЛП. Люди не доверяют НЛП по нескольким причинам (например, ненаучность или неэтичность), однако раз и навсегда доказать его бесполезность никому еще не удалось.

НЛП прочно ассоциируется с межличностной коммуникацией во всех сферах человеческого общения. Одной из самых интересных областей для изучения является деловой дискурс и бизнес-культура. Жизнь людей во всем мире сейчас зависит от уровня развития торговых отношений между странами и компаниями, но также и личные и профессиональные отношения на работе оказывают огромное влияние на человека. Для того, чтобы создать, увеличить и сохранить свою личную репутацию, репутацию своей компании или даже представляемой страны необходимо отличное владение навыками делового общения. В настоящее время существует множество ресурсов обучения всем необходимым для выживания в деловом мире навыкам, и с каждым днем появляется все больше новых и актуальных предложений по улучшению и упрощению как межнациональной, так и межличностной коммуникации в условиях ведения бизнеса.

2. НЛП в переговорах

2.1 НЛП в разных областях

Исходя из проведенного исследования, было выявлено огромное множество НЛП техник. Самые распространенные из них - это «самонастройка», то есть про программирование себя и улучшение своего состояния; позитивное влияние на окружающих (свою семью, друзей, коллег и т.п.) с целью улучшить межличностные отношения с наименьшими потерями; нечестные манипуляции для того, чтобы достичь своих целей, несмотря ни на что; а также приемы, как распознать манипуляции и защититься от нежелательного общения. При этом часто получалось так, что одни и те же методики или принципы обнаруживались в книгах или видеороликах, посвященных разным тематикам – от решения бытовых и тривиальных проблем до достижения желаемого результата на переговорах наивысшего уровня (политика, международная торговля и т.п.).

Такая особенность вытекает из того факта, что несмотря на разные статусы и различные внешние обстоятельства, люди мало отличаются друг от друга. С точки зрения физиологии или психологии человек испытывает одни и те же чувства, как при семейной ссоре, так и при конфликте на работе. В любой ситуации межличностного общения люди в первую очередь сосредотачивают свое внимание на двух моментах: достижение своей личной цели (что он хочет получить после данной коммуникации) и статус данных отношений (хочет ли он их сохранить или нет). При этом контекст отходит на задний план, так как единственно, что он определяет – это внешнюю обстановку и манеру, в которой происходит коммуникация [НЛП. Демонстрация манипуляции в переговорах].

Таким образом, техники НЛП являются универсальными инструментами достижения своих целей независимо от внешних обстоятельств. Однако, разделение по тематикам все же есть, но это сделано для удобства читателей или зрителей, так как каждый источник интересующего материала будет предлагать в

примеры ситуации (реальные или смоделированные) из соответствующих областей. В данной работе рассматриваются книги и видеоматериалы, в основном фокусирующиеся на тематике деловых переговоров.

Другая особенность, связанная с распространением техник НЛП, заключается в том, что во всех источниках они преподносятся не как теоретическая информация, но как практические инструкции. Авторы часто призывают попробовать то или иное упражнение, а также часто практиковаться, иначе добиться результата, то есть владения интересующими техниками НЛП, не получится. Это является причиной самого популярного формата подачи материала: настольная книга или руководство среди печатных изданий, мастер-класс или демонстрационные постановки среди видео роликов. Специалисты-практики НЛП выбирают такие форматы, которые позволяют продемонстрировать свои навыки и знания и обучить им всех желающих. Этим форматом пользуются повсеместно и часто можно обнаружить похожие ролики, созданные в разных странах и на разных языках, но подающие одну и ту же информацию [Лейвиц, 2015].

Из этого вытекает другой вопрос: насколько все-таки похожи те методы НЛП, что преподают за рубежом и в России? Есть ли риск, практикуя НЛП на одном языке, встретиться с чем-то абсолютно новым в ситуации межнациональной коммуникации? Какими особенностями отличается отечественная локализация всего НЛП-течения?

2.2 Материалы исследования

Чтобы получить наиболее полную картину того, что представляет из себя НЛП в нашем обществе в данное время, в качестве источников информации мы решили брать несколько видов материалов. Стоит еще раз отметить, что основная масса материалов по НЛП носит учебный характер.

Первое, что приходит на ум при слове «обучение» - это, конечно, учебники, пособия и настольные книги. К счастью, сейчас их существует огромное множество, часть из которых можно найти в общем доступе. Такие книги имеют примерно одинаковый формат – это инструкции по применению техник НЛП, в которых часто предоставляется очень подробное описание шагов, необходимых для освоения конкретной методики, а также наглядные примеры ее действия. При изучении книг по НЛП нами было обнаружено два основных способа подачи материала – сухие и кратко изложенные пошаговые инструкции и, наоборот, тексты, где каждая методика сопровождается одной, а иногда и несколькими историями, притчами, примерами и описаниями истории создания той или иной методики и причины ее применения [Бакиров, 2016].

Во-вторых, были изучены видеоматериалы, которые также представлены в общем доступе, в частности на платформе YouTube. Самые подходящие под наше исследование ролики обнаруживались на YouTube-каналах онлайн школ НЛП, проверенных специалистов в области психологии, а также тренеров по деловому общению и коучей по переговорному мастерству. Такой разброс в тематиках каналов объясняется тем, что часто приемы, упоминаемые при взаимодействии двух и более людей в контексте бизнеса или на рабочем месте, называются просто «манипуляциями», «хитростями», «секретами» или «лайфхаками», но по сути являются именно техниками НЛП [Business Basics Training: NLP 4 Key Phrases]. Кроме того, видео с таких каналов часто подразумевают то, что приведенные в пример ситуации или демонстрации применения НЛП будут так или иначе относиться к деловому дискурсу, а не фокусироваться на бытовом уровне.

Просмотренные видеоматериалы также отличаются большим разнообразием в форматах. Встречались как относительно короткие ролики (до 10 мин), в которых давалась краткая информация о той или иной методике или перечисление нескольких приемов, так и длинные (до 30 мин), где подавалась более сложная информация, например, комплекс методик одной направленности или одна

методика, но разобранная подробно. Кроме того, нам встретились несколько мастер-классов (от 40 мин до 1,5 ч), размещенных в открытом доступе. Часто это были вводные лекции с демонстрациями, в которых принимали участие желающие из аудитории.

В-третьих, были также рассмотрены разнообразные статьи в интернет-журналах и форумах, посвященных психологии и практике НЛП. Как и в предыдущих случаях, часто описывались методики НЛП и то, как и где их применять, однако, помимо этого, встречались еще словари терминов НЛП и критика.

Такая обширная база материалов исследования несомненно позволила нам увидеть некоторые особенности и даже закономерности в развитии отечественного течения НЛП.

2.3 Особенности адаптации НЛП в России

Первое, на что хотелось бы обратить внимание, это недоверие к НЛП как таковому. Аббревиатура НЛП на слуху у многих, а популярность данного течения растет с каждым днем. Доказательством этому могут служить не одна и даже не две онлайн-школы НЛП, YouTube-каналы или сайты которых легко можно обнаружить в интернете. Однако, не все люди, практикующие методы НЛП, готовы во всеуслышание так называть то, что они преподают или о чем рассказывают, особенно в отечественной части интернета. На просторах всемирной паутины существует немало курсов, тренингов, онлайн-школ по управлению бизнесом и ведению переговоров, где спикеры, обучая зрителей хитростям деловой культуры, не говорят об НЛП при упоминании тех или иных методик, либо вообще обозначают их как «лайфхаки», «тактики противостоянию манипуляторам» и другие эвфемизмы или синонимы [Как обезвредить манипулятора и остановить провокации?]. Безусловно, взяв во внимание тематику данных информационных источников, мы не беремся утверждать, что создатели этих школ, люди со степенями и опытом в своем деле, обязаны или не обязаны придерживаться

терминологии НЛП. Но именно отказ от ее использования и является показателем нежелательности упоминания НЛП в определенных кругах. Страх разочарования своей аудиторией или даже ее потери сейчас являются главным пунктом в достижении и поддержании успеха любого интернет-проекта. Очевидно, что российская публика все еще скептически настроена по поводу распространения НЛП.

Другая особенность развития НЛП в России заключается в том, что это относительно новое течение. НЛП было создано в США во второй половине XX века, а в нашу страну пришло еще позже, и, несмотря на быстро возросшую популярность и активное изучение этого направления, процесс адаптации продолжает идти. В частности, внимание большинства обошло стороной такой аспект жизни, как национальный менталитет.

Между русскими и американцами существует множество культурных различий. У нас абсолютно разные языковые картины мира, разные ценности, разные понятия об успехе и его достижении, а, так как «успех» является самым главным желанием людей, обращающихся к НЛП, то именно в его определении и может произойти недопонимание и некорректная интерпретация. В частности, Сергей Викторович Ковалев, руководитель Института Инновационных Психотехнологий (ранее Центра НЛП-технологий), в своей статье «Восточная версия НЛП. Почему нужно адаптировать НЛП для России» утверждал, что в то время как американские мастера НЛП ставят основной целью достижение превосходства и совершенства, мы как русские люди ценим больше благополучие, счастье и удачу, которая помогает нам эти два состояния достигать. Таким образом, то, что российская публика относится к НЛП со скепсисом, может быть напрямую связано с тем, как НЛП подается маркетологами, а для того, чтобы настроить россиян более благосклонно по отношению к этому течению, необходимо лишь немного сместить фокус его определения [Восточная версия НЛП. Почему нужно адаптировать НЛП для России].

Еще одна не менее важная особенность заключается в переводе информации о нейролингвистическом программировании на русский язык. Изучая книги и видеоматериалы по НЛП, мы пришли к выводу о том, что существует несколько тенденций при адаптации НЛП-техник на русский язык, которые можно разделить на два больших блока: этимология тех или иных терминов НЛП и способ их перевода на русский язык.

2.4 Происхождение названий техник НЛП

С одной стороны, из-за того, что изначально НЛП создавалось на стыке нескольких наук, многие техники были названы терминами из данных дисциплин. Кроме того, некоторые методики были даже заимствованы и лишь немного адаптированы мастерами НЛП, которые перенаправили или сузили направления действия тех или иных приемов.

С другой стороны, никто не станет отрицать, что НЛП было (и до сих пор остается) очень смелым и инновационным направлением исследований человеческой природы, которое открывало новые грани понимания человеческого сознания и предлагало все новые и новые средства его постижения и укрощения. Кроме того, прошло уже немало лет с момента создания нейролингвистического программирования, это течение успело обрести огромную популярность и заинтересовать большое количество людей, часть которых превратили НЛП в дело всей своей жизни и начали преподавать, изучать и создавать новые методики. И эти новые методики требовали новых названий, которые бы выделили их среди прочих уже известных методик других наук.

Таким образом, всю терминологию, так или иначе используемую людьми в отношении НЛП, можно поделить на:

- терминологию, заимствованную из других наук и областей знаний;
- терминологию собственную, введенную специально для нейролингвистического программирования.

2.4.1 Заимствованные термины

Как уже было сказано, НЛП возникло из взаимодействия нескольких наук, что привело к объяснимой адаптации некоторого количества терминов. В частности, самые яркие примеры были обнаружены в таких областях как психология и лингвистика, а также приближенных областей.

Исходя из проведенного исследования было выявлено, что в подавляющем большинстве случаев перевод и адаптация как таковые были не нужны, так как большая часть терминов уже существовали в других науках, и все, что требовалось от переводчиков книг по НЛП – найти эквиваленты в терминологических словарях. Примерами этому могут служить такие термины как «association» («ассоциация») и «dissociation» («диссоциация») [NLP Double Dissociation with John Grinder]. В психологии ассоциация обозначает закономерную связь между событиями в памяти человека, а диссоциация, в свою очередь, это нарушение связи психических процессов у индивида [Головин, 1998]. В НЛП первый термин – ассоциация - обозначает состояние, когда человек видит, слышит или чувствует что-то в конкретный заданный момент времени, будь то происходящее с ним здесь и сейчас или же воспоминание [NLP: Association and Dissociation]. Диссоциация, напротив, это способность человека «отделиться» от самого себя и посмотреть на происходящее со стороны. При диссоциации проанализировать и оценить ситуацию, а, следовательно, и работать над тем, как себя в ней лучше повести, гораздо проще [[НЛП техники] Ассоциация и диссоциация в НЛП]. Неспроста эта методика очень актуальна и действенна для людей, желающих избавиться от своих фобий. Другим примером может служить понятие «rapport» («раппóрт»), которое в психологии обозначает доверие и позитивное отношение к собеседнику, благоприятные межличностные отношения [Головин, 1998]. В это же время, в НЛП раппорт – это методика достижения такого состояния между людьми. Из этого следует вывод, что эквивалентный перевод подобных терминов оправдан и не вызывает никаких трудностей при оперировании терминологией.

Однако, несмотря на однозначность перевода большинства научных терминов, небольшой процент названий техник НЛП все же имеет некоторые любопытные особенности.

Одной из таких особенностей является слово «pattern» (рус. «образец», «шаблон»), которое в терминологии НЛП переводится как «паттерн». Стоит отметить, что это слово не является специфичным только для НЛП, его также часто можно встретить в психологии (паттерн – модель поведения) и в прикладной лингвистике (обучение языку с помощью паттернов – образцов устойчивых языковых конструкций). Однако, интересно то, что, во-первых, «паттерн» в НЛП может означать как поведенческую модель, так и лингвистические конструкции, которые помогут человеку добиться своей цели, а во-вторых, слово «паттерн» является скорее жаргоном среди психологов и лингвистов, а не полноценным, закрепленным в словарях, термином. Эти факты говорят об уникальности течения НЛП, в котором «паттерн» выведен в названия огромного количества методик, а также в целом используется как полноценный термин. Из этого, в свою очередь, вытекает то, что решение оставить перевод слова «pattern» методом транслитерации было более чем оправдано, так как благодаря этому сохраняется связь с другими науками, а также упрощает понимание смысла, заложенного в этот термин, из-за его частого употребления в научных и околонучных кругах.

В частности, есть целый кластер манипуляций, суть которых заключается именно в поведенческих и языковых паттернах. Следует отметить, что речь пойдет о методике боевого НЛП, то есть способе воздействия на человека и его психику с целью не только получить желаемый результат, но и психологически задушить его, если не полностью уничтожить как личность.

Шизофреногенные паттерны, также известные как ШЗП, это такие поведенческие модели, используя которые манипулятор ставит свою жертву в безвыходную ситуацию, то есть, например, задает вопрос, любой ответ на который бу-

дет неверным, или говорит одно, но все экстралингвистические средства общения (мимика, жесты, интонации и т.п.) подразумевает обратное [Как манипуляции разрушают психику...]. Следует отметить, что ШЗП в частности и боевое НЛП в целом – это продукт исследований российских мастеров-тренеров НЛП. Самое раннее упоминание боевого НЛП было обнаружено в статье за 2015 год, из чего следует, что это очень молодое, однако, уже достаточно прочно закрепившееся на современной НЛП-сцене направление. Таким образом, название «шизофреногенный паттерн» был также впервые использован в нашей стране, поэтому об адаптации термина из английского языка не может быть речи. Однако, термин «шизофреногенный» пришел к нам из-за рубежа, а именно из исследований в области психиатрии первой половины XX века. Слово «schizofrenogenic» обозначает что-то, что может спровоцировать развитие шизофрении. Изначально, было введено понятие «schizofrenogenic mother» («шизофреногенная мать»), которое описывало очень холодную, отстраненную, доминирующую, а также гиперпекающую и стремящуюся к полному контролю над ребенком женщину, которая и является главной причиной шизофрении своего ребенка. Исследование было популярно некоторое время, но впоследствии было остановлено и получило негативную реакцию научного сообщества из-за того, что эта гипотеза так и не была подтверждена [Асмус, 2001].

Тем не менее, описание «шизофреногенного» человека независимо от контекста данного исследования служит достаточно точной характеристикой манипулятора, использующего ШЗП в качестве средства достижения своих целей. Это, вероятно, и послужило выбором данного термина в качестве названия целого блока боевого НЛП.

2.4.2 Собственные термины

Вторая группа терминов – термины, введенные мастерами-тренерами НЛП специально для НЛП в процессе развития данного течения. Исследование показало, что таких терминов – большинство, что не удивительно, так как речь

идет о новом и актуальном направлении. Как уже было сказано ранее, отечественные практики НЛП тоже не сидели сложа руки и ввели некоторое количество новшеств, однако, беря во внимание интерес именно к адаптации НЛП для российских реалий, мы решили сфокусировать наше внимание на терминах, изначально возникших на английском языке.

В процессе изучения материалов нами были выявлены некоторые закономерности при локализации информации о методиках НЛП, а в частности при выборе тех или иных переводческих трансформаций, которые бы помогли в полной мере отразить семантику и передать как можно больше значений и коннотаций английских названий. Самыми распространенными переводческими преобразованиями, которые были обнаружены в ходе анализа материалов исследования, являются:

- дословный перевод;
- полужалка;
- перестановка;
- транскрипция.

Дословный перевод

Один из самых известных терминов НЛП – это так называемое «якорение». Это обширная методика, включающая в себя множество видов якорей и способов их установки, применения и устранения, и которая в англоязычном сообществе носит название «anchoring». Кроме того, для того, чтобы в полной мере донести до аудитории, как эта методика работает, тренер НЛП обязательно будет оперировать другой терминологией этого же метода: «anchor» («якорь»), «sliding anchor» («ползунковый якорь»), «stacking anchor» («наложенный якорь»), «chaining anchors» («сцепление якорей»), «collapsing anchors» («коллапс якорей», «складывание якорей») [Терминология НЛП (Английский вариант)] и проч. Из такого

набора терминов становится понятно, что главный смысловой элемент рассматриваемой методики – это, так или иначе, «якорь», и для такого выбора названия есть причины. Суть данной методики заключается в том, чтобы создать аудиальные, визуальные или кинестетические стимулы, которые бы вызывали ту или иную реакцию (воспоминание, эмоцию и т.п.), с которой впоследствии можно было бы работать. Якоря можно установить как на себя, так и на других людей, с которыми общение было более-менее продолжительным. Принцип работы якорей заключается в способности людей приобретать условные рефлексy, которые являются своеобразным включателем того или иного чувства, настроения или поведения, другими словами, которые являются якорями, привязанными к конкретным ощущениям [Как устанавливать якорь | ТЕХНИКИ НЛП]. Именно эта аналогия и лежит в основе названия данной методики, поэтому при ее адаптации не было необходимости в изобретении какого-то более сложного и претенциозного термина, так как слова «якорение» достаточно для описания этого приема НЛП.

Другим примером такого рода адаптации может служить термин «representational systems», что на русский язык переводится как «репрезентативные системы». При описании этого термина стоит отметить, что иногда в статьях или онлайн-словарях можно встретить другой вариант перевода – «системы представления», который, очевидно, звучит более по-русски, но который не получил столь широкого распространения как первый вариант. Более того, «репрезентативные системы» вошли настолько прочно в вокабуляр практиков НЛП, что часто можно встретить его разговорное сокращение – «репсистемы» - или вовсе аббревиатуру «РС» [Сеймор, О`Коннор 1997].

Еще один любопытный пример дословного перевода, это паттерн под названием «Swish». Наиболее распространенный перевод данного термина – это «взмах», но не все так однозначно. Во-первых, несмотря на то, что онлайн-словарь «Мультитран» предлагает такой перевод слова «swish», это далеко не самый частотный вариант (хотя бы по сравнению с «свист» и «шелест»). Во-вторых, там

же, как и в Кембриджском англо-русском словаре, уточняется, что имеется в виду именно «взмах со свистом» или, если рассматривать глагол, «рассекать воздух со свистом», то есть очень резкое движение, но даже эта коннотация из-за перевода одним словом теряется, и становится не совсем понятна связь между названием и методикой. Кроме того, существуют еще несколько вариантов перевода, самыми часто встречающимися из которых являются «свиш», «паттерн “Свиш”» или «свиш-паттерн». То есть, некоторые люди считают, что буквальный перевод на русский язык был не вполне удачным и не полностью отражал смысл методики, и предпочитают заменить его англицизмом, несмотря на то, что для человека, не владеющего английским языком, смысл названия и вовсе останется не понятен и не будет иметь никакого отношения к самой методике. А суть методики «Swish» заключается в представлении (в рамках предпочитаемой репрезентативной системы – аудиально, визуально и кинестетически) нежелательного поведенческого паттерна и замена его на желаемый результат, причем человек в своем сознании должен увидеть, услышать или почувствовать, как первый паттерн постепенно исчезает, а второй, наоборот, крепнет, становится ярче, громче, ближе [Vaknin, 2010]. Снова возникает вопрос, как с этим связан «взмах» или даже «взмах со свистом», и что на самом деле обозначает «swish»? Кембриджский толковый словарь английского языка предлагает следующее определение данному слову: «быстро движение в воздухе, создающее тихий звук», а в примерах приводятся звуки движения занавеса в театре, звук проносящейся по воздуху веревки или взмах лошадиного хвоста. То есть, если рассматривать это определение, получается несложно проследить аналогию с тем, как работает рассматриваемая нами методика: нежелательная картина сменяется другой, более желательной, тихо исчезая из сознания человека. Кроме того, выходит, что и предложенный выбор варианта перевода мотивирован, и в транскрибировании английского термина нет необходимости. Однако, вариант «свиш-паттерн» тоже можно объяснить тем, что в английском языке «swish» является звукоподража-

тельным словом, и именно транскрипция помогает передать этот аспект на русский язык, так как передается произношение, имитирующее, как раз, тихий звук, рассекающий воздух.

Перестановка

Переводческую трансформацию «перестановка» тоже можно достаточно часто заметить в локализации терминов НЛП. Самыми яркими примерами будут служить практически все методики со словом «паттерн» в названии. В английском языке оно обычно стоит на последнем месте (например, «the as-if pattern», «The forgiveness pattern»), в то время как в русском языке нам привычнее видеть его в начале фразы (например, «паттерн «“как будто”», «паттерн прощения»). Другие примеры использования этой же трансформации – это «perceptual positions» («позиции восприятия») или «eyes-accessing cues» («ключи глазного доступа») [Терминология НЛП (Английский вариант)].

Калькирование

Кроме того, в НЛП иногда встречаются термины, перенесенные на русский язык путем калькирования. Самым частотным примером, который может встретиться читателям или слушателям материалов про НЛП (как об отдельных методиках, так и об этом течении в целом), может являться слово «submodality», которое в русскоязычном дискурсе переводится как «субмодальность». В этом случае мы видим словообразовательную полукальку, то есть поморфемный перевод части слова: переведена часть «-modality» («-модальность»), в то время как приставка иностранного происхождения «sub-» передана на русский язык транслитерацией [Панькин, Филиппов 2011].

Подобную трансформацию можно также наблюдать в материалах, имеющих отношение к такой модели НЛП, как метапрограммы. Все основные термины этой модели также, как и в случае с «субмодальностью», будут передаваться на русский язык методом полукальки. То есть «metaprogram», «meta-

message», «meta-mirroring», «meta model» и «meta-cognition» в русскоязычном дискурсе будут встречаться в виде слов «метапрограмма», «метасообщение», «метаотражение», «метамодель» и «метазнание» соответственно [Олдер, Хэзер, 2000].

Транскрипция

Такая переводческая трансформация, как транскрибирование иностранных слов, не один раз послужила причиной возникновения очень любопытных терминов и выражений. Более того, новых слов, созданных с помощью транскрипции в отечественном НЛП, появилось немало. Одной из причин этому может являться тот факт, что развитие НЛП не стоит на месте, а движется с большой скоростью во многих странах мира, и с каждым годом находят все новые и новые нюансы в уже известных моделях, а также разрабатываются новые методики. Другим мотивом к выбору именно этой переводческой трансформации может являться то, насколько громоздким может иногда быть перевод на русский язык. Иногда, проще оставить емкое и лаконичное название, передав на письме произношение интересующего слова. Далее хотелось бы рассмотреть несколько примеров применения транскрипции при переводе терминов НЛП на русский язык для того, чтобы как можно более полно проиллюстрировать причины и особенности выбора данной трансформации.

Рефрейминг. Первый термин, который хотелось бы изучить подробнее, это «рефрейминг» (от англ. «reframing»). Рефрейминг в НЛП – это группа методик, основывающихся на изменении отношения человека к себе и миру [Карвасарский, 2000]. Примерами таких методик могут являться шестишаговый рефрейминг, кинестетический рефрейминг и проч. Несмотря на наличие выбора, какой конкретно метод использовать в той или иной ситуации, суть рефрейминга заключается в одном – в смещении фокуса внимания. Ранее уже говорилось, что у каждого человека есть свое собственное видение, собственная картина мира

или карта реальности. Однако, это не значит, что объективная реальность (территория) или карта близкого друга этого человека будут идентичными. Более того, они могут очень сильно отличаться, что иногда приводит к межличностным конфликтам (несовпадение карт двух людей) или кризису личности (несовпадение карты и территории). Наряду с этими понятиями стоит еще термин «фильтр» или «рамка» («фрейм»), что подразумевает под собой то, как человек видит окружающий мир и что позволяет ему воспринимать его именно так и никак иначе. Самый простой пример, это пессимисты и оптимисты: первые на любое событие отзываются негативно, и даже после того, как с ними произошло что-то хорошее, будут утверждать, что «это ненадолго», «не может быть все так прекрасно» и «где здесь подвох?», в то время как вторые скорее всего будут отмахиваться от таких неприятностей и продолжать надеяться на лучшее. То есть, один будет смотреть на мир через фильтр или рамку, которые акцентируют всевозможные негативные коннотации, а второй – через рамку, сосредотачивающую его внимание на всем хорошем, что только можно увидеть в людях, в окружающем мире и в жизни в принципе.

Исходя из этого, понять, что такое рефрейминг не составляет труда, так как это и есть смещение фокуса, перемещение рамки в другой угол картины или выбор другого фильтра. Кроме того, само слово «рамка», а точнее его английская форма «frame», является причиной возникновения названия этой методики. От слова «frame» в английском языке образуется глагол «to reframe», что означает «перефокусировать», «переосмыслить», «пересмотреть отношение». Образованное от этого глагола отглагольное существительное «reframing» можно было бы перевести как «переосмысление» или «перефокусировка», но по той или иной причине такое решение не было принято. Возможно, это объясняется тем, что эквивалентный перевод недостаточно полно отражает суть методики, возможно, необычное новое слово «рефрейминг» показалось более цепляющим, и нельзя исключать вариант простой спешки и недоработки со стороны переводчика. Однако, независимо от реальных оснований для выбора именно такого перевода,

рефрейминг, как одна из самых популярных методик, известен под таким названием уже более 30 лет и вряд ли это изменится.

Газлайтинг. Еще один крайне любопытный образец перевода путем транскрибирования - газлайтинг. Газлайтинг – это вид психологического насилия, очень грязная манипуляция, которая нацелена на то, чтобы заставить собеседника сомневаться в собственных словах, памяти и даже адекватности [How to deal with gaslighting | Ariel Leve]. Это один из методов боевого НЛП, который могут использовать люди, желающие добиться своих целей любой ценой. Чаще всего, этот прием встречается в нездоровых межличностных отношениях, но его также можно обнаружить в деловой коммуникации, одна из сторон или стороны которой не соблюдают этических правил и играют беспринципно [Защитись от психологического насилия...].

Среди людей, так или иначе имеющих отношение к бизнесу, это слово широко известно, но, возможно, не всегда понятно, так как название этого приема является транскрипцией английского «gaslighting» и для русского человека не несет никакой смысловой нагрузки. На самом же деле, такое название этот прием получил из-за американского кинофильма 1944 года «Gaslight» (рус. «Газовый свет»), снятого по мотивам одноименной пьесы [Газовый свет (1944)]. Сюжет данной картины заключается в том, что девушка, у которой были убиты родители, выходит замуж за человека, который впоследствии оказывается преступником, ищущим фамильные драгоценности ее семьи. Он манипулирует своей супругой и практически сводит ее с ума, навязывая ей удобную ему реальность и заставляя девушку сомневаться в собственном рассудке. При этом он часто приглушает в доме свет, чтобы и без того нездоровая атмосфера стала совсем невыносимой для главной героини. По большому счету, «Газовый свет» является идеальным примером газлайтинга, за что прием и получил свое название.

Важно отметить, что газлайтинг является одним из шизофреногенных паттернов, о которых шла речь ранее. ШЗП строятся на двойных посланиях, которыми манипулятор сбивает с толку своего собеседника и вводит его в ситуацию безвыходности, и таких паттернов существует огромное множество. Однако, именно газлайтингу удалось обособиться в сознании людей. Вероятнее всего, это случилось по нескольким причинам. Во-первых, газлайтинг часто встречается на практике и является одним из самых распознаваемых ШЗП [Как свести человека с ума. Как защититься от психологического насилия. Газлайтинг]. Во-вторых, наличие такого яркого примера в кинематографе, а также настолько прочные ассоциации с данным фильмом, что прием получил такое же название, только способствовало закреплению газлайтинга во многих культурах. Это способствовало выделению газлайтинга из основного набора ШЗП. Именно поэтому в русский язык этот термин пришел через транскрипцию. Данная переводческая трансформация позволила сохранить историю возникновения названия этого приема, таким образом усилив ее значимость среди прочих манипуляций.

Аптайм и даунтайм. Для того, чтобы свободно ориентироваться в НЛП и более четко следовать инструкциям методик, необходимо знать некоторый набор терминов, которые характеризуют какие-то конкретные команды к действию или, например, базовые состояния человеческой психики. Такими терминами является пара «аптайм» и «даунтайм» (англ. «Uptime» и «Downtime»).

Состояние «аптайм» в НЛП – это такое состояние человека, когда все его внимание направлено во вне [Downtime (and Uptime) – NLP]. В этом случае человек полностью отдает себе отчет в том, где он находится, что он делает, с кем разговаривает. Его также сложнее сбить с толку или обмануть – в этом состоянии мы наименее всего подвержены манипуляциям.

В противовес аптайму существует состояние под названием «даунтайм». Находясь в даунтайме, человек погружается в себя, начитает прислушиваться к

своим чувствам, обдумывать свои воспоминания и поступки или же просто отдышаться, ни на чем не сосредотачиваясь [РАДИО НЛП - Словарик НЛП]. Самая главная опасность этого состояния – это то, что человек становится подвержен внешнему воздействию, к сожалению, не всегда благоприятному, так как все его защитные механизмы ослаблены. Более того, действительно искусные манипуляторы способны целенаправленно поместить своего собеседника в это состояние, открывая себе таким образом новые пространства для влияния. В некоторых источниках информации про НЛП, даунтайм также называют состоянием «альфа», что напрямую относится к ритмам головного мозга человека. Альфа-ритмы возникают в мозге в те моменты, когда мы расслабляемся и перестаем фокусироваться на чем-либо. Относительно аптайма в нейрофизиологии тоже существует эквивалент – это бета-волны, характеризующиеся осмысленным наблюдением за миром и решением каких-то повседневных задач [Психологические приемы для скрытого воздействия на человека]. Однако в большинстве материалов по НЛП термины «аптайм» и «даунтайм» встречаются гораздо чаще.

На вопрос «Почему именно “аптайм” и “даунтайм”?» точного ответа найти не удалось. Есть версия, что выбор таких терминов связан со сферой информационных технологий. Аптаймом в этой области называется время непрерывной работы сервера, а даунтаймом – время, когда сервер по техническим причинам не доступен пользователям [Словарь ИТ терминов]. Вероятно, эти состояния работы компьютерных систем и послужили базой для названия похожих состояний человеческой психики. Несложно увидеть ассоциации между временем бесперебойной работы сервера и состоянием активного бодрствования человека так же, как и между моментами, когда сервер становится недоступным для пользования, и состоянием, когда человек глубоко задумался. Кроме того, «даунтаймом» еще называют период времени, когда игрок ждет своего хода, не предпринимая никаких действий, что тоже похоже на временное отключение системы или состояние задумчивости [Что такое даунтайм и как с ним бороться]. Учитывая, что термины сферы ИТ пришли к нам из английского языка, при этом большинство

их них не были переведены и остались заимствованиями путем транслитерации или транскрипции, возникновение терминов «аптайм» и «даунтайм», как и то, что они пришли в НЛП как раз из программирования, не удивительно.

Визуальный сквош. Прием «visual squash» на русский язык был переведен как «визуальный сквош». Данная методика служит для разрешения внутренних разногласий человека, принятия себя в сложившейся ситуации или начала какой-либо деятельности, чтобы из нее выйти [Визуальный сквош-паттерн продвинутого уровня]. Данный прием был разработан одним из создателей НЛП – Ричардом Бэндлером – но, по той или иной причине не стал столь популярным в отечественном НЛП, так как существует очень мало ресурсов с описанием этой методики на русском языке. Смысл методики заключается в том, чтобы визуализировать две конфликтующие идеи, выделить в них для себя что-то позитивное и благоприятное, а потом совместить обе картины в одну, создавая, таким образом, лучшее для себя состояние и настрой [NLP Visual Squash]. Слово «squash» с английского языка переводится как «давка», «теснота» или, если мы рассматриваем глагол, «заталкивать», «запихивать», что опять же вызывает соответствующие ассоциации со смыслом приема. Очевидно, в этом случае также прослеживается тенденция к тому, чтобы оставить англицизм и не изобретать что-то совершенно новое.

Чанкинг. Метод «чанкинг» (англ. «chunking») мастера НЛП предлагают в тех случаях, когда человек застрял в нересурсном состоянии или зациклился на разрушающей его мысли. Эта методика заключается в том, чтобы предоставленную информацию представить в виде «чанков» (англ. «chunk» - кусок, часть), так как меньшие объемы данных являются более простыми для восприятия, и уже в таком виде работать с ней дальше. Основными направлениями обработки этих чанков будут такие процессы как «chunking up» и «chunking down».

Первый процесс заключается в движении к более большим и абстрактным понятиям. То есть, если за базовую проблему мы возьмем, например, нехватку

денег, тогда, используя процесс «chunking up», мы придем к более философским вопросам «насколько важны деньги для меня?» и «что такое деньги и зачем мы ими пользуемся?», что может привести человека к осознанию и возможной переоценке своих основных жизненных ценностей [NLP - Chunking Down and Chunking Up]. В русском НЛП дискурсе существуют несколько вариантов перевода названия этого процесса, в частности «укрупнение» или «чанкинг вверх». Кроме того, для обозначения этого процесса иногда используется более распространенное и известное понятие «индукция». Второй процесс – «chunking down» - отвечает за выделение более конкретных примеров, то есть, если мы снова возьмем проблему нехватки денег, то мы получим такие вопросы как «что конкретно я могу сделать, чтобы заработать больше?», что заставит человека задуматься о реальных шагах для достижения своих целей. На русском языке этот процесс встречается под названиями «разукрупнением», «чанкингом вниз» или же «дедукцией» [Словарь нейролингвистического программирования (НЛП)].

Такой разброс в вариантах перевода объясним тем, что отдельно эта методика не обрела повсеместной популярности, как это случилось с другими методами, и очень часто ее не обособляют как самостоятельный прием, а рассказывают о ней как о базовом упражнении, которыми человек должен владеть перед тем, как двигаться дальше в изучении НЛП [NLP Master: Chunking Up to Core State]. Соответственно, материалов именно о ней в общем доступе немного, а в русскоязычном сегменте Интернета еще меньше. Получается, что из-за практически совершенно отсутствующих исследований практики НЛП, которые реально используют этот прием, вынуждены изобретать перевод самостоятельно. Несмотря на то, что «укрупнение» и «разукрупнение» являются действительно неплохой попыткой адаптации новых терминов, для самого названия на русском языке найдено не было, что и заставило людей прибегнуть к транскрипции и зафиксировать эту методику как «Чанкинг» в словарях терминов НЛП.

Реимпринтинг. В качестве последнего примера хотелось бы рассмотреть такую методику как изменение личностной истории или реимпринтинг (англ.

«re-imprinting»). Реимпринтинг применяется в тех случаях, когда пришедший на консультацию к тренеру НЛП человек жалуется на то, что он чего-то не в состоянии достигнуть, и просит как-то с этим помочь. При удовлетворении такого запроса специалист будет опираться на несколько аксиом: во-первых, человек по своей природе способен добиться всего, что ему хочется, и единственный, кто может ему помешать – это он сам (его личные ценности и установки, т.е. его карта); во-вторых, человек в состоянии решить абсолютно любую проблему при условии, что он ее осознал [Vaknin, 2008]. Таким образом, чтобы понять, что именно не дает человеку добиваться желаемого, необходимо для начала рассмотреть его самого и выявить, какая именно «программа» в нем не работает и не дает ему раскрыть свой потенциал. Задавая вопросы, специалист должен найти самый первый момент в жизни человека, когда возникла волнующая его проблема. Как правило, это может быть воспоминание из детства, когда как раз и формируются ценности на всю оставшуюся жизнь, или травмирующие события, которые также могут определить дальнейшую судьбу личности. Такие решающие моменты принято называть импринтами (англ. «Imprint» - «след», «отпечаток») и иногда они могут быть крайне нересурсными. Наконец, в тот момент, когда необходимый импринт определен, начинается работа с ним: определение ситуации и участников, диссоциация (иногда неоднократная) и анализ произошедшего со всех позиций восприятия. Как только суть проблемы обнаруживается, человек должен отпустить все плохое и «записать» новый ресурсный импринт [Реимпринтинг. Как переписать внутренние программы? Работа с ограничивающими установками]. Именно в этом и заключается смысл методики «реимпринтинг».

Эта методика – очередной пример того, что знание ее сути, очень сильно влияет на то, какую форму примет ее название при переводе. В данном случае у нас есть несколько англицизмов – «импринт» (а иногда и «импринтинг» как процесс приобретения фундаментального опыта) и «реимпринтинг» - и, если с дословным переводом существительного «imprint» проблем не возникало и экви-

валенты находились быстро, то с отглагольными существительными дело обстояло чуть сложнее. Очевидно, что односложным эквивалентом перевести такое слово как «re-imprinting» не представлялось возможным, поэтому в некоторых источниках название данной методики дается фразой – «Изменение личностной истории» - что в принципе, верно отражает ее суть [Реимпринтинг]. Однако, как известно, язык стремится к экономии и людям гораздо проще и быстрее использовать одно слово, чем называть тот же самый феномен предложением из нескольких слов [Величко, 2015]. Поэтому название «реимпринтинг» занимает не менее (если не более) важное место, чем «изменение личностной истории», в терминологии НЛП.

Подводя итоги, можно сказать, что локализация терминов НЛП с английского языка на русский имеет свои тенденции, такие, как, например, склонность к использованию транскрипции при введении совершенно нового понятия или заимствование терминологии из других наук, если термины схожи или относятся к описываемому концепту.

2.5 Проблемы адаптации НЛП в России

Возвращаясь к анализу процесса адаптации НЛП для российских реалий в более широком смысле, следует отметить, что наряду с различными особенностями, мы также обнаружили некоторые проблемы при локализации исследуемого течения.

Первое, о чем хотелось бы упомянуть – это перевод терминологии. Очевидно, что нами были найдены некоторые переводческие особенности, однако проблема как таковая кроется не в них. В процессе поиска информации об этимологии того или иного термина, нам не раз встречались статьи, критикующие принятые варианты перевода. В частности, некоторые практики НЛП утверждают, что при переводе самых первых книг по НЛП усилий сделать качественную работу было приложено немного. Объясняется это желанием перевести

книги побыстрее и получить заслуженную оплату или тем, что переводчики просто не разбирались в том, что переводили – сказать сложно. Однако, факты таковы: людьми, интересующимися НЛП и владеющими английским языком, были обнаружены неточный перевод названий методик, игнорирование буквализма (который в может сыграть решающую роль в понимании НЛП, где «лингвистическое» является неотъемлемой частью), а также неверное истолкование или даже пропуски целых кусков текста [Трудности перевода книг по НЛП]. Не удивительно, что с таким качеством перевода первых книг репутация НЛП в России была поставлена под вопрос не только заинтересованными данной идеей, но и даже теми, кто решил сделать НЛП своей профессией.

Контингент, то есть люди, которых заинтриговало новое течение, тоже оказал влияние на адаптацию и репутацию НЛП. Заинтересованы были сертифицированные психологи, так как НЛП – совершенно новая идея и поле для исследований, несмотря даже на то, что наукой оно не являлось. Кто-то, изучив НЛП, решил, что заниматься этим не стоит, кто-то, наоборот, пошел дальше. Однако, большей группой заинтересованных, а, следовательно, и развивающих это направление, стали те, кому понравилась идея того, что успешным можно стать, не работая, а пройдя несколько тренингов – будь то просто уставшие от происходящего в 80-х и 90-х и ищущие спокойствия и счастья или жаждущие наживы и легких денег [Что посеяли, то и пожали. Качество русскоязычного НЛП]. Именно отсюда и началось недоверие к НЛП в более профессиональных кругах – неспроста некоторые владельцы YouTube-каналов про деловую коммуникацию не спешат выносить аббревиатуру НЛП в названия своих роликов.

Существует еще один аспект, влияющий на адаптацию НЛП – это изначальная трактовка идей Гриндера и Бэндлера. В данной работе не раз упоминалось то, что НЛП всегда преподносится как практика, то есть путем инструкций по его использованию или описанию случаев использования. У НЛП нет теории и нет структуры. Это можно объяснить множеством фактов: от того, что создатели изначально не планировали развивать НЛП как научную область, до того,

что Гриндер и Бэндлер были не в состоянии предложить что-то одно из-за расхождения во взглядах и последующем расставании, после которого каждый развивал НЛП по-своему [What about NLP?]. Остается только строить предположения о том, что осталось от настоящего НЛП, которое возникло в середине прошлого века, до того, как огромное количество последователей занялись развитием и собственной трактовкой идеи о программировании на успех.

Таким образом, получается, что НЛП, которое известно нам на русском языке, отличается от того, что предлагали его разработчики, но эти различия практически незаметны для обычного читателя или зрителя из-за многочисленных переработок, переводов и маркетинга. Конечно, эти доводы можно объяснить тем, что так утверждают критики и противники движения, однако тот факт, что во время проведения данного исследования мы столкнулись с проблемой определения приемов НЛП (реальные ли это НЛП-методики или просто манипуляции) в видеоматериалах, говорит о том, что границы между НЛП и другими близкими сферами размыты.

2.6 Использование НЛП в переговорах

Ярким примером тому, что НЛП распространилось уже за пределы обычных тренингов по личностному росту, может послужить его связь с деловым миром. Безусловно, НЛП изначально было заявлено как средство достижения успеха в жизни, и где, как ни в бизнесе, это является самой главной целью.

Сейчас на просторах сети Интернет можно обнаружить огромное количество видеоматериалов, посвященных тому, как выживать в мире предпринимательства. В частности, немало создателей таких тренингов и обучающих видео фокусируют свое внимание на переговорах, так как межличностные отношения в этой сфере не только являются невероятно значимыми для успеха всего дела, но и еще и могут быть проверкой на прочность, которую без подготовки иногда бывает не пройти. Таким образом, специалисты всегда стремятся найти все но-

вые и действенные «хитрости», помогающие в таком нелегком деле как переговоры. Кроме того, на сегодняшний день было издано не одно руководство по применению НЛП в бизнесе, поэтому информацию на эту тему можно найти не только на платформе YouTube.

Применение НЛП в мире делового общения может быть осуществлено буквально на всех стадиях такового: от самонастройки (через рефрейминг или реимпринтинг) и вплоть до оказания влияния на своего оппонента во время серьезных переговоров (с помощью применения как нейтральных методик, таких как ключи главного доступа или раппорт, так и методик из арсенала боевого НЛП). Несомненно, существует много вариантов ситуаций деловой коммуникации: какие-то мало отличаются от обычного конфликта на бытовом уровне, какие-то более структурированы и регламентированы, например, переговоры на высоких уровнях.

В этом исследовании уже упоминались стадии переговоров, а также правила, которых необходимо придерживаться для достижения максимально выигрышного результата. Очень большая часть методик НЛП сосредоточена именно на самой первой стадии – подготовке к переговорам. На этой стадии переговорщику необходимо не только подготовить свой материал для презентации, учесть все свои сильные и слабые стороны. Очень важное место при подготовке к переговорам является самомотивация и сбор информации об оппоненте. В обоих этих случаях НЛП может быть очень полезным.

Во-первых, для того, чтобы настроиться и быть готовым отстаивать свою позицию или позицию своей компании, мастера НЛП предлагают использовать всевозможные методики, направленные на исправление нересурсной карты (например, рефрейминг, реимпринтинг и т.п.), на самодисциплину (постановка якорей на себя), а также на тренировку своих речевых паттернов с использованием модальных операторов, пресуппозиций [Лазарус, 2018] и т.п. Сильных различий в предлагаемых подходах к подготовке к переговорам между российской

и зарубежной школами НЛП выявлено не было. Это можно объяснить тем, что большинство методик, направленных на самосовершенствование, было разработано в самом начале истории НЛП еще самими создателями, то есть такие методики вполне можно назвать фундаментальными. Это значит, что расхождения в их интерпретации должны быть минимальными и затрагивать только национальные особенности. При этом, национальная самобытность обнаруживается скорее при ознакомлении людей с данными методиками, нежели с их сутью и применением.

Во-вторых, взаимодействие с оппонентом. Сложность при выборе необходимой и подходящей методики НЛП заключается в том, что оппонент – это не всегда человек, с которым переговорщик хорошо знаком. Из-за этого подходы могут немного расходиться. Например, в случае, когда переговоры проходят внутри компании или с партнерами, сотрудничество с которыми продолжается уже не один год, целесообразно использовать такие методики, как, например, якорение или набор «калибровка, раппорт, присоединение, ведение» (методики, направленные на то, чтобы подстроиться под своего собеседника, т.е. считать его состояние, его активную репрезентативную систему, любые мелочи, которые впоследствии смогут помочь расположить его к себе) [Калибровка, микровыражения лица, мимика, чтение по лицу...]. Эти методики отличаются тем, что от человека требуется потратить какое-то количество времени на установку контакта. Часто такой возможности не представляется, и переговорщику приходится избирать другие стратегии и ориентироваться уже на месте. Одной из таких стратегий является то, что в стадиях ведения переговоров называется «выбор сильной позиции». Однако, если в бизнес-коммуникации под этим подразумеваются позиции «хозяин», «гость», «доминирующий», «подчиняющийся», «незаинтересованный» и т.п., то в НЛП принято выделять три позиции, из которых можно вести переговоры: «я-позиция», «Вы-позиция» и «3-я позиция» [НЛП в переговорах]. При переговорах из «я-позиции» человек исходит из своих собственных желаний, часто не придавая значения мнению собеседника, и использует такие

фразы как «я хочу», «мне необходимо». При переговорах из «Вы-позиции» переговорщик наоборот смотрит на конфликт или предмет переговоров со стороны оппонента, что, однако, не обязательно означает податливость и готовность идти на уступки, а, напротив, дает возможность манипулировать, используя такие фразы как «на твоём месте я бы...» и «Вам больше подойдет...». Третья позиция подразумевает полный отказ от собственных желаний и обращение к вышестоящим инстанциям, например, «в договоре было прописано, что...», «давайте действовать согласно закону» или «порядочные люди так не поступают». В разных ситуациях и с разными оппонентами сильной позицией может быть любая из вышеперечисленных. Главное, что нужно уметь, это вовремя уловить, из какой их них переговоры ведёт оппонент, и перейти в более сильную (первая позиция - сильнее второй, вторая - сильнее третьей, третья - сильнее первой) [Как доминировать в переговорах. Стратегии ведения переговоров и позиционный переход].

На стадии активного обсуждения в переговорах, очевидно, будет использоваться несколько иной набор техник, который будет полностью зависеть от намерений обеих сторон. В одной ситуации это будут нейтральные техники убеждения, такие, как интонация или модальные операторы, в другой – более манипулятивные, такие как шизофреногенные или языковые паттерны. Если рассматривать более подробно второй вариант использования НЛП в переговорах, то есть использовать боевые тактики, можно заметить, что существует не один способ их применения.

С одной стороны, это психологические манипуляции, которых существует огромное количество и разнообразие, начиная от очевидных выводов на конфликт и заканчивая едва заметным и тонким, но от этого не менее действенным, влиянием на эмоциональное состояние собеседника. Безусловно, в таком случае возникает вопрос этичности выбора именно этого подхода, особенно, если речь идет об НЛП, так как на кон ставится репутация и переговорщика, и компании.

С другой стороны, предметом переговоров может быть настолько важное решение и настолько огромная сумма денег, что справиться с поставленной задачей без тех или иных психологических воздействий на оппонента не представляется возможным. Более того, применение манипуляций часто бывает неизбежным по той причине, что ни одна из сторон не готова уступать другой, но переговоры не могут продолжаться вечно, и кому-то необходимо сделать первый шаг к их завершению. В этом случае существует несколько сценариев развития подобной ситуации: использовать манипуляции будет только одна сторона, а вторая при этом будет в более слабом и скорее всего проигрышном положении; манипуляции будут применяться одной стороной, но вторая будет активно им противостоять; обе стороны будут манипулировать.

Большинство «атакующих» приемов боевого НЛП, которые предлагают специалисты НЛП, основываются на уже известных шизофреногенных паттернах, при чем бывает так, что они не ограничиваются только лингвистической составляющей. Очень часто можно обнаружить ШЗП не только во взаимоисключающих суждениях или фактах, которыми оперирует манипулятор, но и в том, какие эмоции и поведение он при этом демонстрирует. Ярким примером этому может послужить такая методика, как «Коктейль из метасообщений». Метасообщение – это та самая невербальная составляющая разговора (мимика, интонации, жесты и т.п.). Таким образом, если человек говорит одно, но своим поведением он показывает что-то иное – например, фраза «Я бесконечно рад вести с вами дела» сопровождается выражением грусти или отвращения на лице говорящего – его собеседник будет в смятении, направит свое внимание с него на анализ конкретно этого момента. «Коктейль» подразумевает то, что манипулятор чередует метасообщения, не соответствующие сказанному, с теми, которые ситуации подходят, вводя таким образом оппонента в даунтайм и делая его более подверженным последующим манипуляциям [Как незаметно подавить собеседника. Грязные манипуляции в переговорах. Техники Боевого НЛП].

С другой стороны, это использование боевого НЛП для того, чтобы защитить себя от манипуляций со стороны оппонента. Обучению подобным навыкам посвящено немало видео-уроков и настольных книг. Как уже упоминалось, боевое НЛП изначально было создано с целью обезопасить себя от неблагоприятных воздействий и понять, как мы или наши близкие, не отдавая себе отчета, манипулируем друг другом [Боевое НЛП. 1.1]. Когда мы говорим про «атакующее» боевое НЛП, мы подразумеваем то, что любые манипуляции, направленные на нашего собеседника, служат для того, чтобы вывести его из равновесия и усилить его нересурсное состояние (страх, сомнение и т.п.). Когда же речь идет о боевом НЛП в качестве обороны от манипуляций, мы стараемся усилить, наоборот, все ресурсное, что есть в нас или в человеке, который столкнулся с негативным влиянием на себя, и/или ослабить позицию манипулятора. Существует несколько способов воздействия на «атакующего» собеседника с целью прекратить неблагоприятное общение и перевести его в более спокойное и безопасное русло: игнорировать провокации (когда человек замечает за оппонентом использование манипуляций, они теряют свою силу, и повлиять на него становится крайне сложно), выйти из коммуникации (например, прекратить разговор и вернуться к нему позже) или атаковать в ответ (действовать теми же методами, что и манипулятор и перейти в более сильную позицию).

Одним из таких методов использования манипуляций на манипуляции является то, что в русском дискурсе НЛП принято называть «Фокусами языка». Фокусы языка – это все доступные нам способы мышления и речевые конструкции для их выражения. Всего существует четырнадцать фокусов языка:

- Намерение (чего я хочу?), переопределение (как это можно сказать?), последствия (к чему это приведет?);
- Разделение (из чего состоит?), определение (частью чего является?), аналогия (на что похоже?);

- Изменение размеров фрейма (изменение точки зрения), другой результат (оценивание результата по новым критериям), модель мира (оценивание с точки зрения социальной группы);
- Стратегии реальности (откуда я это знаю?), противоположный пример (есть ли исключение из правила?), иерархия критериев (что в этом самое важное? На что можно не обращать внимание?);
- Применение к себе (живу ли я по тому принципу, который декларирую другим?), метафрейм (нахождение закономерностей. После обнаружении какого-либо паттерна, из него можно выйти) [14 фокусов языка...].

Использовать фокусы языка можно по-разному. Например, «провести» проблему или конфликт по всем 14-ти фокусам, в этом случае можно обнаружить неожиданное решение и посмотреть на ситуацию под другим углом, что облегчит последующее общение (выход из коммуникации). Другой вариант заключается в том, чтобы во время разговоров с оппонентами использовать метафрейм, таким образом проверяя окружение на использование манипуляций (игнорирование). Наиболее эффективный способ защиты от пагубного воздействия – это активное использование фокусов языка против оппонента, который старается выбить нас из равновесия. Другими словами, когда мы перестаем отвечать на провокационные вопросы и начинаем задавать свои, при этом используя наиболее подходящие фокусы языка, манипулятор переходит в более слабую позицию и теряет свое влияние.

Стоит отметить, что существует некая разрозненность в русских и английских терминах, описывающих данную методику. Впервые она была предложена Робертом Дилтсом – одним из первых учеников Гриндера и Бэндлера – в книге «Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief Change», что на русский язык перевели как «Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП». В

книге рассказывается о том, как улучшить свою жизнь и социальные навыки, используя различные языковые паттерны (англ. «Language patterns»). Проблема терминологии заключается в том, что «фокусы языка» («sleights of mouth») и «языковые паттерны» («language patterns») определяют одно и то же, однако, отсутствие однозначности приводит к путанице и иногда найти правдивую и точную информацию о данном методе бывает сложно [Дилтс, 2008], [Dilts, 1999].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что применение НЛП в бизнесе – это набирающая обороты практика. Разнообразие методик позволяет использовать их практически в любой ситуации делового общения – от самостоятельного анализа своих действия, до серьезных и жестоких конфронтаций – а тот факт, что и деловая культура, и НЛП продолжают развиваться, говорит о том, что в будущем возможно возникновение еще больше новых точек соприкосновения между обеими сферами.

2.6.1 НЛП в российском деловом дискурсе

Отношение к НЛП в России далеко не однозначное, а когда речь заходит о его использовании в такой серьезной сфере как бизнес, встречается немало интересных мнений. При изучении применения НЛП в продажах, юриспруденции и других направлениях деятельности, где влияние на одного человека или целую аудиторию лежит в основе, нами было обнаружено несколько закономерностей, одна из которых заключается в том, что иногда бывает непросто идентифицировать источники материала по той причине, что разные специалисты называют свои программы, руководствуясь тем, во что они верят. Если им близка идеология НЛП, оно будет вынесено в название, если же существуют какие-то предубеждения против данного течения или человек просто с ним незнаком – встретится ли НЛП при просмотре или прочтении материала будет понятно только после ознакомления с ним [НЛП для бизнеса: то, о чем умолчат НЛП-тренеры]. Таким образом, основная трудность заключается в определении описываемых методик как методик НЛП.

Очень важно отметить, что в русскоязычном сегменте Интернета результатов поиска информации об НЛП в бизнес-сфере и деловых переговорах в частности будет больше, чем в англоязычном пространстве. Несомненно, что многие источники являются переводом на русский язык, однако, немало приемов было предложено и отечественными специалистами НЛП. Примером такой инновации может послужить Боевое НЛП: несмотря на то, что изучением манипуляций и применения НЛП исключительно ради своей выгоды занимались далеко не в одной стране, именно в России эту область НЛП смогли обособить в отдельное направление, а сама фраза «боевое НЛП» стала очень популярным термином, которым специалисты по НЛП и деловым коммуникациям пользуются повсеместно [Евгений Спирица, Михаил Пелехатый «Боевое НЛП: техники и модели скрытых манипуляций и защиты от них»]. Объяснить такую популярность идеи применения НЛП в сфере делового общения можно особенностью русского менталитета, сформировавшегося в 80-х и 90-х годах. С одной стороны, это прекращение Холодной войны и поднятие железного занавеса – стал возможен более широкий обмен знаниями и путешествия за границу, откуда НЛП к нам и пришло. Это было новое, крайне любопытное течение, и очень многие им заинтересовались: кто-то с искренней верой в то, что НЛП действительно приведет к успеху и счастью, кто-то с желанием обогатиться на этой волне. Последующий развал СССР только усугубил подобные настроения – люди искали любую возможность лучшей жизни. Кроме того, отечественная экономическая система переживала изменения, примером которых были западные страны и капитализм. Стали возникать все новые бизнесы - крупные компании и маленькие частные фирмы, но мало кто знал, как следует правильно вести дела [История становления российской деловой культуры]. Люди нуждались в грамотном обучении тому, чем на Западе занимались десятками лет – построению и сохранению деловых отношений и развитию делового общества в целом – и НЛП стало одним из источников таких знаний.

Таким образом, получается, что НЛП воспринимается уже на протяжении долгого времени как действенное средство для подготовки и ведения переговоров. Разумеется, у этого движения есть противники, которые отрицают его полезность. Однако, также существуют люди, вдохновленные идеями, которое предлагает НЛП, и они продолжают заниматься его практикой, будь то на уровне специалистов именно по НЛП или же мастера переговоров или другие бизнесмены, которым приглянулась та или иная методика, позволившая им разнообразить арсенал своих профессиональных умений. Именно благодаря им НЛП в сфере деловой коммуникации продолжает развиваться.

2.7 Выводы по второй главе

Проведенный анализ использования НЛП в деловом дискурсе позволяет нам сделать следующие выводы. Во-первых, необходимо отметить, что при изучении материалов исследования была обнаружена проблема адаптации как идеологического, так и терминологического аспекта НЛП. Несмотря на то, что данное течение существует уже более 30-ти лет, и за это время было произведено немало открытий и нововведений в этой области, этого времени было недостаточно для формирования единой системы перевода методик НЛП с английского языка на русский. Кроме того, на это также повлияло отсутствие серьезных научных исследований в данной области, что позволило бы объединить сообщество заинтересованных в НЛП людей.

Во-вторых, при более детальном рассмотрении методик НЛП, было выявлено, что строгое разделение на «методики для использования в быту» и «методики для использования в бизнесе» невозможно. НЛП так или иначе строится на межличностной коммуникации и социуме, а взаимодействия между людьми строятся на одних и тех же физиологических и психологических процессах. Из этого следует, что при желании повысить свою продуктивность и продуктивность своих коллег можно использовать практически любую методику НЛП.

В-третьих, мы пришли к такому выводу, что национальный менталитет, а также история конкретной страны будет влиять не только на адаптацию чего-то нового в современном обществе, но и на его последующее применение. В частности, недоверие российской публики к НЛП можно объяснить тем, что происходило в то время, когда это течение было впервые «привезено» в нашу страну – окончание Холодной войны и распад СССР. В этом временном промежутке можно найти истоки как активного интереса к НЛП, так и недоверия к нему.

Заключение

В представленной работе мы рассмотрели особенности применения методик нейролингвистического программирования в различных ситуациях деловой коммуникации, а именно в переговорах, в контексте российской деловой культуры.

Проведенное исследование продемонстрировало не просто возможность использования техник НЛП при достижении желаемых результатов на рабочем месте, но и возрастающую популярность этой практики. Это во многом обусловлено историей деловых отношений в нашей стране, в частности изменениями, происходящими в XX веке, начиная Революцией и заканчивая распадом СССР. Из-за перехода на плановую экономику в советское время создание частного бизнеса было табу, однако, это не остановило возникновение так называемой «теневой» экономики, которая контролировалась предприимчивыми личностями криминального мира. По этой причине после распада СССР, во время тяжелого перехода на западную рыночную модель экономики, которая строилась на честных торговых отношениях, что было в новинку советскому народу, люди искали любую возможность улучшить свою жизнь и обратили свое внимание на НЛП, кто-то из-за искренней веры и действенность новых методик, кто-то из-за желания обогатиться за их счет. В любом случае, адаптация НЛП в России начала происходить еще быстрее, и его применение в такой новой сфере жизни, как бизнес, было вопросом времени.

Несомненно, советская культура до сих пор сильно влияет на человеческое восприятие делового мира и такого спорного явления как НЛП, особенно если речь идет о бизнесменах, начавших свою деловую карьеру до 1991-го года. Наряду с ними скептическое отношение к такому спорному течению, как НЛП, выражают люди, посвятившие свою жизнь науке. Такое недоверие послужило причиной многих трудностей при адаптации НЛП в нашей стране. Во-первых, необходимо было провести работу по адаптации к местным реалиям и национальному менталитету, что, к сожалению, не всегда было сделано добросовестно. Во-вторых, при переводе первых книг и всех последующих исследований НЛП также была проделана не всегда качественная работа, что привело к множеству неточностей в терминологии и часто новым и непонятным русскому человеку терминам (например, «газлайтинг», «рефрейминг», «реимпринтинг»).

При более подробном рассмотрении использования методик НЛП в деловом дискурсе нами были выявлены некоторые особенности, самой яркой из которых стал тот факт, что методики НЛП не делятся на «бытовые» и «деловые». Это объясняется тем, что главная цель НЛП – помочь людям стать более успешными и счастливыми, а так как человек является существом социальным и не может функционировать вне общества, то его желания и страхи будут так или иначе продуктом межличностной коммуникации. Будет ли это общение происходить с близкими людьми или незнакомцами, в комфорте собственного дома или под давлением в кабинете начальника – контекст не так важен, как природа общения людей. Таким образом, все методики, предлагаемые НЛП, так или иначе можно применить в любой сфере жизни, в том числе, и в бизнесе. Различаться они будут только способом применения и характером их действия.

У ведения переговоров есть несколько стадий, которые условно можно поделить на две группы: подготовка и действия. Любой опытный переговорщик знает, что для того, чтобы успешно провести переговоры и получить максимально удачный результат, необходимо хорошо подготовиться. На этом этапе

можно использовать группу тех методов НЛП, которые нацелены на долговременное влияние по отношению как к самому переговорщику, так и к его оппонентам. Во время самих переговоров, когда времени на размышление нет, стоит прибегать к другим методам. На этом этапе возникает еще одна сложность – активные атаки и манипуляции со стороны оппонентов, которые также хотят добиться своих желаемых целей. Для такого случая в арсенале НЛП есть целый кластер методик под названием «Боевое НЛП», который позволяет быстро должным образом реагировать (или не реагировать) на провокации, таким образом защищая себя и свою компанию, и в то же время позволяющий атаковать оппонента в ответ. Несомненно, у данного рода методик не самая безупречная репутация, однако, если на кону стоит слишком много, очевидно, что использование такого рода методик НЛП будет оправдано.

Таким образом, данное научное исследование позволило выявить особенности адаптации НЛП в российских реалиях, а также его применения в сфере деловой коммуникации.

Список использованной литературы

1. 8 главных ошибок в переговорах [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1Dt7s1Kcv8M&list=PLVJVOFWi-HUu3i8XtZwC1kHyrOXvDanqP3&index=5> (дата обращения: 20.11.20)
2. Алдер Г. НЛП: искусство получать то, что хочешь. – СПб.: Питер, 2011. – 224 с.
3. Анализ применения нейролингвистического программирования в практике управления [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн. URL: <https://studbooks.net/1529669/menedzhment/kritika> (дата обращения: 16.11.20)
4. Бакиров А. Как управлять собой и другими с помощью НЛП. – М.: Эксмо, 2011. – 410 с.
5. Боденхаммер Б., Холл М. НЛП-практик: полный сертификационный курс. Учебник магии НЛП. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. - 272 с.
6. Боевое НЛП Мастер-класс [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LhdqhhVTjVg&list=PLcZX-bRJjhmXwFNy0X07O4BJNz3Fpp6Be&index=22> (дата обращения: 15.11.20)
7. Бэндлер Р., Гриндер Дж. Из лягушек – в принцы (Вводный курс НЛП тренинга). – СПб.: Корвет, 2013. – 174 с.
8. Васильева Л.В. Основы деловой этики и корпоративной культуры: учебное пособие. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2012. – 162 с.
9. Введенская Л.А. Деловая риторика: учебное пособие для вузов. – Ростов н/Д: изд. Центр «МарТ», 2000. – 512 с.
10. Гагин Т. В., Уколов С. С. Новый код НЛП, или Великий канцлер желает познакомиться! 3-е изд. — М.: Изд-во Института Психотерапии, 2006. – 248 с.
11. Гагин Т.В. Пластин мира, или Курс "НЛП-практик" как он есть. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2017. – 272 с.

12. Головин С.Ю. Словарь практического психолога. – Минск: Харвест, 1998. – 301 с.
13. Горин С. НЛП техники россыпью. – М.: КСП+, 2004. — 560 с.
14. Гриндер Дж., Делозье Дж. Черепахи до самого низа. Предпосылки личной гениальности. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2005. – 323 с.
15. Деловая этика и ее развитие в России [Электронный ресурс] // Олбест. URL: https://otherreferats.allbest.ru/ethics/00065886_0.html (дата обращения: 16.11.20)
16. Делозье Дж. Мастерство, Новый Код и системное НЛП [Электронный ресурс] // Институт НеоКода, 1993. URL: http://www.newcode.ru/doku.php/no-vyj_kod_nlp_ot_dzhudit_deloze (дата обращения: 13.11.20)
17. Джон Гриндер [Электронный ресурс] // Невербальная коммуникация (язык тела) - НЛП - Психология - Теория лжи. URL: <http://www.bodylang.ru/createnlp/4-johngrinder.html> (дата обращения: 12.11.20)
18. Ермолаева С.Г. Этика деловых отношений: учебное пособие – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ–УПИ, 2006. – 96 с.
19. Кобякова Т.И. Стилистика русского языка и культура речи (сфера профессиональной коммуникации) – Уфа: УГУЭС, 2013. – 320 с.
20. Колесников А.В. Деловое общение. Учебное пособие. – М.: Институт современной экономики, 2007. – 155 с.
21. Критика нейролингвистического программирования (НЛП) [Электронный ресурс] // Друг-Доктор – Сайт о здоровье, психологии и саморазвитии. URL: <https://drdo.ru/psihologiya/vliyanie/kritika-neyrolingvisticheskogo-programmirovaniya-nlp/> (дата обращения: 16.11.20)
22. Кузнецов И. Н., Деловое общение: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2013. - 528 с.
23. Манипуляции в переговорах: как распознать и не попасть под них [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=duehWTfjiHU> (дата обращения: 20.11.20)

24. Модель НЛП: Пресуппозиции [Электронный ресурс] // Тренинговый центр Александра Любимова. URL: <https://trenings.ru/entsiklopediya-nlp/modeli/955-model-nlp-presuppozitsii.html> (дата обращения: 13.11.20)
25. Обзор и критика НЛП. Часть 3 [Электронный ресурс] // LiveJournal – Живой журнал. URL: <https://strange-way.livejournal.com/27183.html> (дата обращения: 16.11.20)
26. Осторожно НЛП! НЛП - психотехнология или паранойя? [Электронный ресурс] // Центр интегральной психологии. URL: <http://www.on-psyholog.ru/index.php?id=81> (дата обращения: 15.11.20)
27. Подопригора М.Г. Деловая этика: учебное пособие – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
28. Ричард Бэндлер – биография [Электронный ресурс] // Психологос. Энциклопедия практической психологии. URL: <https://www.psychologos.ru/articles/view/richard-bandler---biografiya> (дата обращения: 12.11.20)
29. Рэйд Д. Секретные приемы НЛП. – М.: АБ Паблишинг Трейд, 2014. – 60 с.
30. Сеймор Д., О'Коннор Д. Введение в нейролингвистическое программирование. Новейшая психология личного мастерства. – Челябинск: Версия, 1997. – 256 с.
31. Солоницина А.А. Профессиональная этика и этикет. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2005. - 200 с.
32. Стадии переговоров [Электронный ресурс] // Студопедия: Ваша школопедия. URL: https://studopedia.ru/10_250566_stadii-peregovorov.html (дата обращения: 17.11.20)
33. Стацевич Е., Гуленков К., Сорокина И. Манипуляции в деловых переговорах: Практика противодействия. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 150 с.
34. Субмодальности [Электронный ресурс] // СтудМед. URL: https://www.studmed.ru/richard-bandler-submodalnosti_9863e6a4fe8.html (дата обращения: 13.11.20)

35. Татарникова О.Н. Культура делового общения. Учебное пособие для студентов сельскохозяйственных вузов. - Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2009. - 110 с.
36. Татарникова О.Н. Культура делового общения: учебное пособие. - Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2009. - 110 с.
37. Финзен А. Психоз и стигма. Преодоление стигмы — отношение к предубеждениям и обвинениям. – М.: Алетейа, 2001. – 213 с.
38. Что такое Новый Код НЛП [Электронный ресурс] // NLPing.ru. URL: <https://www.nlping.ru/A62363D8-F42A8-FB94F979> (дата обращения: 13.11.20)
39. Якоря, установка якорей - техники НЛП якорение, коллапс якорей. НЛП практик за 10 минут #07 [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=q4U3JzVRyc> (дата обращения: 15.11.20)

Список источников материала исследования

1. [НЛП техники] Ассоциация и диссоциация в НЛП [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n6dF8Pucogw> (дата обращения: 13.03.21)
2. 14 фокусов языка. Как работают фокусы языка. Как использовать фокусы языка [Электронный ресурс] // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=-cpuzo2KG_U (дата обращения: 10.05.21)
3. Бакиров А.К. НЛП-технологии. Разговорный гипноз. – М.: Эксмо, 2016. – 416 с.
4. Боевое НЛП. 1.1 [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pSAKpztZiCk> (дата обращения: 22.04.21)
5. Величко А.В. Закон экономии как условие функционирования и развития языка // Мир русского слова. 2015. №2. С. 12-17.

6. Визуальный сквош-паттерн продвинутого уровня [Электронный ресурс] // Mirrosta.ru. URL: <http://mirrosta.ru/nlp/vizualniy-skvozh-pattern-prodvinutogo-urovnya.html> (дата обращения: 03.04.21)
7. Восточная версия НЛП. Почему нужно адаптировать НЛП для России [Электронный ресурс] // Журнал «Популярная психология». URL: <https://popsy.ru/vostochnaya-versiya-nlp-pochemu-nuzhno-adaptirovat> (дата обращения: 18.04.21)
8. Газовый свет (1944) [Электронный ресурс] // КиноПоиск: Все фильмы планеты. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/951/> (дата обращения: 20.03.21)
9. Дилтс Р., Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. – СПб.: Питер, 2019. – 256 с.
10. Евгений Спирица, Михаил Пелехатый. "Боевое НЛП: техники и модели скрытых манипуляций и защиты от них" [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=E19cGdsZZM> (дата обращения: 14.05.21)
11. Защитись от психологического насилия. Самая опасная и подлая манипуляция. Газлайтинг. 16+ [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GfrqGPNEfpE&t=16s> (дата обращения: 20.03.21)
12. История становления российской деловой культуры [Электронный ресурс] // Студопедия – Ваша школопедия. URL: https://studopedia.ru/17_73439_istoriya-stanovleniya-rossiyskoy-delovoy-kulturi.html (дата обращения: 14.05.21)
13. Как доминировать в переговорах. Стратегии ведения переговоров и позиционный переход [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Byj-8n15J-M> (дата обращения: 26.03.21)
14. Как манипуляции разрушают психику. Шизофреногенные паттерны. Боевое НЛП. (КУХНЯ #9 фр) [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hd8YiTTRZRM&t=2s> (дата обращения: 14.03.21)

15. Как незаметно подавить собеседника. Грязные манипуляции в переговорах. Техники Боевого НЛП [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=L0B6qKwQvHo> (дата обращения: 21.04.21)
16. Как обезвредить манипулятора и остановить провокации? // Защита от манипуляций. 16+ [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P-yEvs7bvkc> (дата обращения: 10.03.21)
17. Как свести человека с ума. Как защититься от психологического насилия. Газлайтинг [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=JvrYoMsBiVk> (дата обращения: 20.03.21)
18. Как устанавливать якорь | ТЕХНИКИ НЛП [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lgTQYZ884PM> (дата обращения: 17.03.21)
19. Калибровка, микровыражения лица, мимика, чтение по лицу. НЛП практик за 10 минут #03 [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2m-aQQzVDA4> (дата обращения: 19.04.21)
20. Карвасарский Б.Д. Психотерапевтическая энциклопедия. — СПб.: Питер, 2000. — 742 с.
21. Лазарус Дж. НЛП-переговоры. Вовлекать, располагать, убеждать. — М.: Эксмо, 2018. — 171 с.
22. Лейвиц М. НЛП. 50 лучших методик. - М.: АБ Пабблишинг Трейд, 2015. — 50 с.
23. НЛП в переговорах [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ua1n7Wx8P3Q> (дата обращения: 19.04.21)
24. НЛП для бизнеса: то, о чем умолчат НЛП-тренеры [Электронный ресурс] // Тренинговая компания Михаила Казанцева. Авторство. Технологии.

- Практика. URL: <https://www.b-mode.ru/articles/2013/nlp-dlya-biznesa-to,-o-chem-umolchat-nlp-treneri.15.html> (дата обращения: 10.05.21)
25. НЛП. Демонстрация манипуляции в переговорах [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3fyD5EHP6Bw> (дата обращения: 17.02.21)
26. Олдер Г., Хэзер Б. НЛП. Вводный курс. Полное практическое руководство. Пер. с англ. – К.: "София", 2000. – 224 с.
27. Панькин В.М. Филиппов А.В., Языковые контакты: краткий словарь. — М.: Наука, 2011. – 160 с.
28. Психологические приемы для скрытого воздействия на человека. Боевое НЛП. (КУХНЯ #8 фр) [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IYgXx39-vKI&t=12s> (дата обращения: 28.03.21)
29. РАДИО НЛП - Словарик НЛП [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=M919i7g-XM0> (дата обращения: 28.03.21)
30. Реимпринтинг [Электронный ресурс] // CodeNLP – Самое главное в изучении НЛП в Челябинске. URL: <https://codenlp.ru/tehniki-nlp/reimprinting.html> (дата обращения: 10.04.21)
31. Реимпринтинг. Как переписать внутренние программы? Работа с ограничивающими установками. [Электронный ресурс] // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=DoDvtf4_6II (дата обращения: 10.04.21)
32. Словарь ИТ терминов [Электронный ресурс] // ИТ БАЗА ЗНАНИЙ. URL: <https://wiki.merionet.ru/seti/19/slovar-it-terminov/#U> (дата обращения: 28.03.21)
33. Словарь нейролингвистического программирования (НЛП) [Электронный ресурс] // Библиотека научной литературы. URL: <http://sbiblio.com/biblio/content.aspx?dictid=54&wordid=688352> (дата обращения: 04.04.21)

34. Терминология НЛП (Английский вариант) [Электронный ресурс] // Тренинговый центр «Renatus». URL: <http://www.nlp.ee/t/1330-terminolognlp-anglvar> (дата обращения: 15.03.21)
35. Трудности перевода книг по НЛП [Электронный ресурс] // НЛП-Практика. Критика, теория и практика моделирования и НЛП. URL: <http://nlp-practice.ru/2010/05/24/trudnosti-perevoda-knig-po-nlp/> (дата обращения: 15.04.21)
36. Что посеяли, то и пожали. Качество русскоязычного НЛП [Электронный ресурс] // LiveJournal – Живой журнал. URL: <https://ru-nlp.livejournal.com/522630.html> (дата обращения: 15.04.21)
37. Что такое даунтайм и как с ним бороться [Электронный ресурс] // Тесера. Путеводитель по настольным играм. URL: https://tesera.ru/article/tapilin_downtime/ (дата обращения: 28.03.21)
38. Business Basics Training: NLP 4 Key Phrases [Электронный ресурс] // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=vVf5asBy_Lo (дата обращения: 10.03.21)
39. Dilts R. Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief Change. – Capita, California: Meta Publications, 1999. – 346 p.
40. Downtime (and Uptime) – NLP [Электронный ресурс] // Excellence Assured. Coaching, Training & Development. URL: <https://excellenceassured.com/nlp-training/nlp-resources/downtime-and-uptime> (дата обращения: 28.03.21)
41. How to deal with gaslighting | Ariel Leve [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=v4P2Qwh1QCU> (дата обращения: 20.03.21)
42. NLP - Chunking Down and Chunking Up [NLP Lecture PART 3] [Электронный ресурс] // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_XrWCtzJZ1o (дата обращения: 04.04.21)
43. NLP Double Dissociation with John Grinder [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=G4vgZmEBC2k> (дата обращения: 11.03.21)

- 44.NLP Master: Chunking Up to Core State [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-zH66g-o2DA> (дата обращения: 04.04.21)
- 45.NLP Visual Squash [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HaJ3diaiBOU> (дата обращения: 03.04.21)
- 46.NLP: Association and Dissociation [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Hj4mNzGbrJU> (дата обращения: 11.03.21)
- 47.Vaknin Sh. The BIG Book of NLP. 200+ Techniques, Patterns & Strategies of Neuro Linguistic Programming. – Praha: Inner Patch Publishing, 2008. – 708 p.
- 48.Vaknin Sh. The BIG Book of NLP. Expanded: 350+ Techniques, Patterns & Strategies of Neuro Linguistic Programming. – Praha: Inner Patch Publishing, 2010. – 815 p.
- 49.What about NLP? [Электронный ресурс] // Working psychology. URL: <http://www.workingpsychology.com/nlp.html> (дата обращения: 15.04.21)

Список использованных словарей

1. Англо-русский словарь [Электронный ресурс] // Мультитран. URL: <https://www.multitran.com/m.exe?l1=1&l2=2>
2. English-Russian Dictionary [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/>