

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ

КАФЕДРА ВОЗРАСТНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛ-
КИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
ЛОЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ**

Магистерская диссертация

обучающегося по направлению подготовки

37.04.01 Психология, профиль Психология управления

Очной формы обучения, группы 02061606

Химченко Вадима Сергеевича

Научный руководитель:

к.псих.н., ст. преп. Сазонов Д.Н.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФЕНОМЕНОВ ЛОЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	9
1.1. Понятие и степень научной разработанности социально- психологической феноменологии ложной информации	9
1.2. Структура, виды и классификация ложной информации в организации	27
ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕДПОСЫЛОК РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЛОЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	37
2.1. Организация и методы исследования социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организации	37
2.2 Анализ и интерпретация результатов эмпирического исследования	41
2.3. Рекомендации по уменьшению выраженности предпосылок распространения ложной информации в организации	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	66
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	72
Приложение 1. Диагностические методики в порядке их предъявления ...	72
Приложение 2. Сводные таблицы полученных данных	80
Приложение 3. Результаты статистической обработки данных	103
Приложение 4. Программа развития демократических аспектов руководства.....	109

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования. Ложная информация как феномен внутриорганизационной коммуникации привлекает к себе все большее внимание как в реальном секторе экономики, так и в научных исследованиях. Об этом, в том числе, свидетельствуют поправки в Трудовой кодекс Российской Федерации, касающиеся разглашения охраняемой законом информации: пункт 6 о разглашении тайны (военной, государственной, коммерческой, банковской и иных служебных данных); пункт 7 о совершении виновных действий работником, непосредственно обслуживающим материальные ценности, если эти действия дают основания для утраты к нему доверия со стороны работодателя; пункт 11 о предоставлении подложных данных и документов при трудоустройстве. В то же время, в научной психологии присутствует масса работ, с разных сторон рассматривающих психологические вопросы лжи. Например, в этой области работали Донцов А.И., Емельянова Т.П., Знаков В.В., Ершов А.А., Карпов А.В., Красовский Ю.Д. Ньюстром Дж.В., Дэвис К., Экман П., а также данной темы касались Леонтьев А.Н., Выготский Л.С., Андреева Г.М., Рубинштейн С.Л., Лурия А.Р. и многие другие признанные психологи. Однако как феномен внутриорганизационной коммуникации ложная информация практически не рассматривалась. С учетом современных потребностей бизнеса (организации внутрикорпоративной коммуникации, снижением роли человеческого фактора в корпоративных рисках, возрастающей конкуренции между компаниями) становится необходимым изучение социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организациях.

Также ситуация усугубляется социальным одобрением ложной информации, то есть существованием внутриорганизационных механизмов, которые по определению допускают применение ложной информации (спорт, военное дело, разведка и психологические операции, антитеррористическая деятельность, международные отношения, бизнес, промышленный шпионаж, полити-

ческая борьба, «грязные» технологии в политике, «черный» PR и другие).

Проблема исследования: каковы социально-психологические предпосылки распространения ложной информации в организации?

Цель исследования — изучить социально-психологические предпосылки распространения ложной информации в организации.

Объектом исследования выступает распространение ложной информации в организации.

Предмет исследования — социально-психологические предпосылки распространения ложной информации в организации.

Гипотеза исследования:

Стиль управления руководителя может оказывать влияние на социально-психологические предпосылки распространения ложной информации в организации, а именно: феноменологический профиль личности и установки на ложь в общении.

Исходя из цели и гипотезы исследования, нами были сформулированы следующие **задачи:**

- 1) Теоретический анализ степени разработанности проблемы в отечественных и зарубежных исследованиях;
- 2) Выявить стиль управления, способствующий распространению ложной информации в организации;
- 3) Определить особенности социально-психологических предпосылок распространения ложной информации сотрудниками в организации в зависимости;
- 4) Рассмотреть направленность связи между показателями социально-психологических предпосылок распространения ложной информации сотрудниками в организации и стилями управления.
- 5) Изучить влияние стиля управления в организации на социально-психологические предпосылки распространения ложной информации сотрудниками в организации.
- 7) Разработать рекомендации и программу тренинга по повышению эф-

фективности управленческой деятельности, используя выводы по исследованию.

Теоретическая основа исследования. Базовые положения диссертации основываются на трудах Г. Гегеля, И. Канта, В.С. Соловьева, Э. Гуссерля, М. Хайдеггера и других авторов, сформулировавших основные подходы феноменологии истины и лжи. Теоретические основания исследования социально-психологических проблем организационного общения содержатся в работах Л.С. Выготского, А.Р. Лурия, С.Л. Рубинштейна, а также Г.М. Андреевой, Э. Аронсона, В.В. Знакова, А.В. Филиппова, П. Экмана и других авторов. В диссертации использованы теоретические положения, содержащиеся в работах В.Н. Князева, С.С. Фролова, А.Н. Тарасова.

Методы исследования: организационные (сравнительный), эмпирические (тестирование); методы математико-статистического анализа данных и качественного описания.

Организационные методы: теоретический анализ и синтез научной литературы.

1. Эмпирические методы: тестирование.

2. Методы обработки данных: непараметрический статистический критерий Н-Крускалла-Уоллеса, корреляционный анализ с использованием непараметрического коэффициента Спирмена, множественный регрессионный анализ.

3. Интерпретационные методы: качественная и количественная обработка результатов исследования.

Методики исследования:

1. «Феноменологический профиль личности» (Тарасов А.Н.), по базе исследований П. Экмана, направленная на выявление неспецифических феноменов лжи в общении;

2. «Установки на ложь в общении» (Тарасов А.Н.), направленная на выявление формируемых установок на ложь;

3. Методика определения стиля руководства трудовым коллективом (За-

харов В.П. и Журавлёв А.Л.).

Положения, выносимые на защиту:

1. Стиль управления в организации влияет на склонность работника к распространению ложной информации;
2. Стиль управления в организации определяет особенности распространения ложной информации работником;
3. Авторитарный стиль управления побуждает персонал к распространению ложной информации.

Научная новизна и теоретическая значимость полученных результатов: исследованы социально-психологические феномены ложной информации в организации, закономерности их возникновения и функционирования, устранены области незнания относительно феноменологии лжи в компаниях.

Практическая значимость диссертационного исследования:

1. Основные выводы, представленные в диссертации, способствуют существенному снижению уровня ложной информации в организациях различного типа, повышению уровня корпоративной культуры и результативности их деятельности, улучшению имиджа и деловой репутации компаний, усилению их конкурентоспособности.
2. Применение используемых в диссертации психодиагностических методик исследования феноменов ложной информации и установок на ложь в общении позволит оптимизировать практику профессионального психологического отбора кандидатов на работу и формирования рабочих групп структурных подразделений организаций, повысит результативность работы с персоналом организаций разного типа по обеспечению их информационной безопасности.

Выборка и база исследования: молодые специалисты и студенты старших курсов, совмещающие работу с учёбой. Общим количеством 99 человек: 12 человека из БГТУ им. В.Г. Шухова, 9 из ОГБУ «ЦМИ», 7 респондентов представляют клуб силового фитнеса «Жимов», 10 представителей сервисного центра «Смартсет», 5 человек из управления строительством Белгородской об-

ласти, 8 человека представляют различные государственные учебные заведения, 13 работников различных организаций, специализирующихся в сфере досуга и обслуживания, 7 сотрудников компаний, обслуживающих бизнес (ОГБУ «БРРИЦ», инвестиционная компания QBF), 3 респондента из БРОУ ЦАДИ и ПМС «Свет Надежды», 7 человек из ООО «УК «ГК Зелёная долина»», 2 руководителя драматическими и театральными кружками, 5 журналистов МАУ «Белгород-медиа», 3 сотрудника оконных компаний («Технологии надёжности», частная стеклообрабатывающая компания), 5 сотрудников ПАО «ВТБ24» и 3 представителя звуко- и видеозаписывающей студии «Pulsar Production».

Апробация и внедрение результатов исследования произведена на базе event-компании «Золотая рыбка». Кроме того, были произведены несколько консультаций заинтересовавшихся линейных менеджеров из числа респондентов и сотрудников организаций, из которых были представители в исследовании.

Структура и объём диссертации: введение, две главы, заключение, библиографический список, четыре приложения. Объём работы без приложений — 70 страниц. Количество используемых источников – 73.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФЕНОМЕНОВ ЛОЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ

1.1. Понятие и степень научной разработанности социально-психологической феноменологии ложной информации

Понятие социально-психологической феноменологии ложной информации. В данной работе посредством феноменологического анализа ложной информации в организации определяется методологическое положение о том, что социально-психологическая сущность не так очевидно выражена на поверхности явлений коммуникаций. Кроме того, отдельные феномены общения, а, как следствие, и феномены ложной информации, взятые без выявления достаточного количества их сторонних связей с другими и с общим контекстом взаимодействия в организации, могут изобразить неверную картину представления о сути намерений коммуникатора и усложнить процесс верификации лжи принимающей стороной.

Определение «феномен» в научной традиции определяется как «явление, постигаемое в чувственном опыте, внешние свойства и отношения предмета, раскрывающие его сущность»; именно через явление мы познаем вещь, узнаем о ее бытии. В ходе изучения ложной информации различные составные части феномена лжи, разные аспекты его структурных элементов имеют неравное место в его осмыслении. Некоторые из них представляются в роли внутреннего определяющего базиса — сущности, прочие же составляют внешнее выражение предмета — явление. Оговоримся также, что В.И. Даль истолковывает существительное «явление» через глагол «явить», то есть «показывать, делать явным, ставить на вид; обнаруживать; изъяслять, проявлять, выявлять; предъявлять, представлять» [12, с. 1558].

Помня о том, что сущность крайне редко лежит на поверхности явления, и изучить ее можно, лишь выявив объективную взаимосвязь сущности и явле-

ния, остановимся на главной стороне этой зависимости, которая, как известно, состоит в том, что сущность является, а явление существенно. Так как сама сущность лжи спрятана за ее внешними проявлениями (феноменами), то одним из вероятных путей её изучения видится изучение, собственно, явлений ложной информации.

Из этого следует, что, по нашему мнению, определение феномена ложной информации необходимо формулировать как явление намеренно искажаемой или умалчиваемой истины, обусловленное непосредственной контекстуальной данностью актов коммуникации в их внешне выраженных проявлениях, феноменах общения. В ходе применения коммуникатором средств общения происходит их ориентирование, в результате которого феномен ложной информации как одна из частей коммуникативного акта определяет организационное поведение и систему коммуникаций в организации в целом. Модель описанного процесса приведена на рис. 1.1.

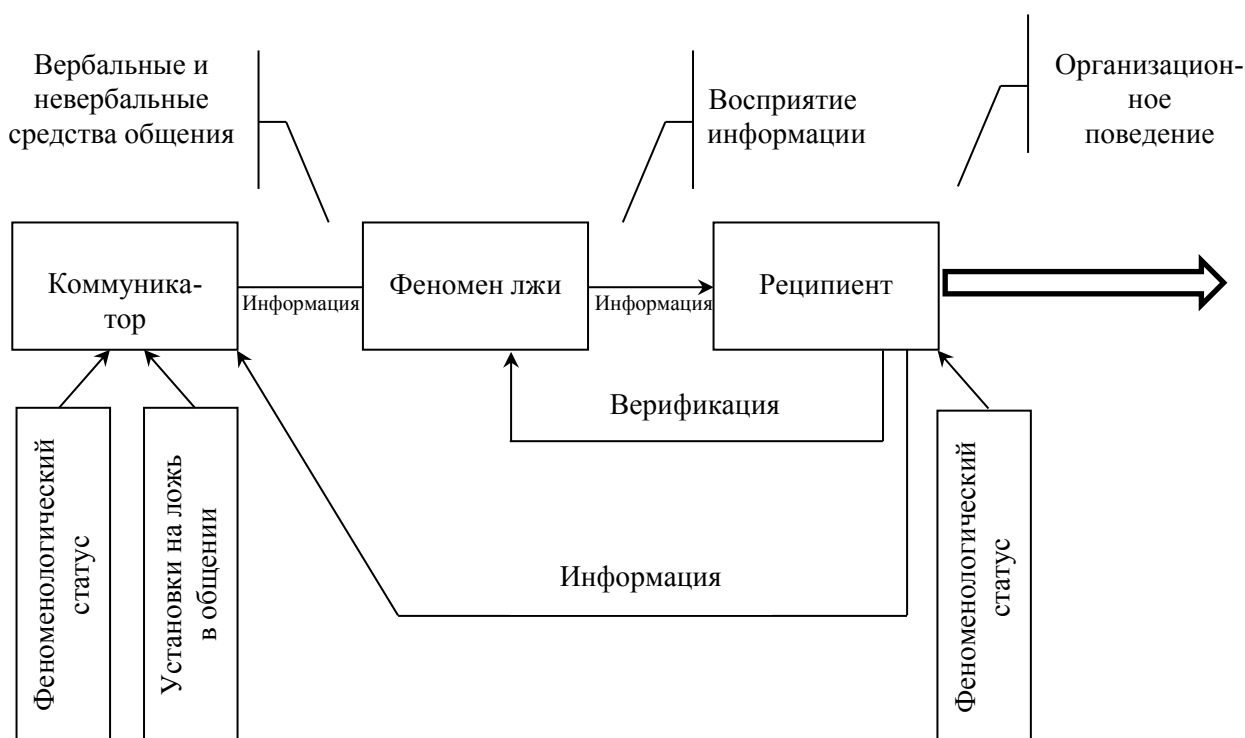


Рис. 1.1. Феноменологическая модель коммуникативного акта

На наш взгляд, социально-психологическую феноменологию ложной информации, следует понимать как молодое течение социальной психологии, которое занимается изучением особенностей образования, развития, функционирования, проявления и взаимосвязи феноменов ложной информации; вспоминая мнение Гегеля, предмет данного направления социальной психологии — «являющееся знание» о ложной информации в организации [9].

Из приведённого определения социально-психологической феноменологии ложной информации вытекает ещё одна структурная единица её измерения — феноменологический статус личности. Под ним понимается системное состояние комплекса феноменов ложной информации; взаимосвязанных с установками на ложь в общении. Феноменологический статус личности определяется индивидуально обусловленными предпосылками в предъявлении и восприятии феноменов ложной информации при актуализации конкретных средств общения [55].

Разработанная Александром Николаевичем Тарасовым методика «Феноменологический профиль личности» даёт возможность наглядно обозреть феноменологический статус, а также особенные для тестируемой личности коммуникативные каналы предъявления ложной информации своему собеседнику.

Социально-психологическая феноменология ложной информации подразумевает ещё и изучение установок на ложь в общении, которые наряду с феноменологическим профилем личности очень важны для изучения ложной информации в организации. Комплексное применение феноменологического профиля и установок на ложь в общении позволяет системно интерпретировать феноменологический статус личности и соответствующие социально-психологические установки.

Если почитать научную литературу, то можно отыскать определённое количество работ с различных сторон рассматривающий психологические вопросы лжи и обмана, но вопрос социально-психологической феноменологии ложной информации в организации рассмотрен крайне скудно.

Заслуженную достойную оценку среди, в том числе и профессионалов, получила работа Пола Экмана «Психология лжи» [68]. Экман определяет «ложь или обман как действие, которым один человек вводит в заблуждение другого, делая это умышленно, без предварительного уведомления о своих целях и без отчетливо выраженной со стороны жертвы просьбы не раскрывать правды» [68, с. 22-23]. Подумав, можно прийти к выводу, что концептуально Пол Экман в своём труде опирался на уже существовавшие высказывания И. Канта, Г. Гегеля, В. Соловьева. Но это только добавляет его работе веса в качестве одного из основополагающих работ по данной тематике, а погружение в саму сущность психологических феноменов лжи вызывает неподдельное уважение.

Экман в своей работе обособленно приводит две главные формы лжи: умолчание (тайна) и искажение (ложь) [68]. Большинство причастных к данной сфере психологии считают, что такое разделение несёт важный этический контекст, и утверждают, что у лжи в её чистом виде имеется очевидная отрицательная нагрузка, в то время как у умалчивания её может полностью или частично не быть. В русском языке даже есть такие понятия как «святая ложь», «ложь во спасение» и тому подобные. Эти словесные конструкции несут в себе явно читаемый позитивный подтекст.

Но в большинстве случаев люди лгут из личных негативных для реципиента мотивов. При этом регулярно употребляется умолчание как форма лжи. П. Экман приводит следующие причины, в связи с которыми лжец предпочитает умолчание: оно более выгодно; скрыть часть информации обычно легче, нежели открыто обмануть, ведь в этом случае не надо ничего особо придумывать, а вот при искажении без достаточно обдуманной «легенды» есть ощутимый шанс быть изобличённым; умолчание же не так осуждаемо в обществе, чем явное искажение; умолчание не требует активности, оно «работает» пассивно; умолчание обычно проще оправдать в ситуации раскрытия правды, например, проблемами с памятью или специфическим чувством юмора.

Феноменология ложной информации как составной элемент обязательно несёт в себе эмоциональную часть. Чем более явное чувство, тем выше шанс, что какие-либо из признаков лжи могут изобличиться, даже при предпринятых попытках их скрыть. Одним из приёмов сокрытия испытываемых чувств, которые лжец испытывает в момент обмана, является имитация эмоций. Фальшивая эмоция — самая лучшая маска для лжеца. И чаще всего для фальсификации нежелательных эмоций лжецы выбирают улыбку [68].

П. Экман приводит примеры и прочих разновидностей лжи, кроме умолчания и искажения: сообщение правды в виде обмана, например, говорить правду таким образом, чтобы в это нельзя было поверить; полуправда — в этом случае правда говорится не полностью, не договаривается; недосказанность или уход от разговора на волнующую тему; сбивающая с толку увертка. Из различных видов признаков обмана Пол Экман особо отмечает два: утечку информации и информацию о наличии обмана [68].

Весомое место в «Психологии лжи» Экман уделяет проблемам обнаружения словесных, голосовых, мимических и других феноменов лжи — верификации, обращая внимание на то, что признаки обмана как таковые в принципе не существуют.

В начале Пол Экман объясняет, почему лжецы имеют склонность кропотливо подходить к подбору слов: большое количество людей обращают своё внимание именно на слова, ведь это самый удобный и богатый способ коммуникации; словами ввести в заблуждение проще всего; за произнесённые слова последует больше ответственности, чем за тон, реакцию вегетативной нервной системы или телодвижения. Наряду с признаками вербального обмана Экман указывает неосторожные высказывания, языковые оговорки, тирады, уклончивые ответы или увертки [68].

Голосовые выражения как психологические феномены лжи заслуживают, по мнению Пола Экмана, отдельного внимания. Однако, не следует всякое выражение чувств в голосе воспринимать в качестве свидетельства лжи. «Ни

один признак обмана не является универсальным, но порознь и в сочетаниях в большинстве случаев они могут помочь верификатору» [68, с.71].

Отдельную главу Экман посвятил невербальным структурам феномена ложной информации, а именно пластике.

И ещё отдельного места в «Психологии лжи» удостоились проблемы изобличения лжи через мимические проявления. «Лицо является весьма ценным источником информации для верификатора, ибо оно может и лгать, и говорить правду, и делать то и другое одновременно» [68, с. 89].

При описании проявлений обмана на лице, Пол Экман чётко обозначает роль умышленной регуляции и волевого усилия в управлении феноменами ложной информации. «Большинство людей прекрасно используют те или иные мимические способы обмана. Практически каждый может припомнить случай, когда чьё-либо выражение лица совершенно сбilo его с толку, однако, почти всем знакомо и обратное, когда по лицу человека прекрасно видно, что он лжет. В жизни каждой супружеской пары бывают минуты, когда один читает на лице другого чувство (обычно страх или гнев), которое его партнер не только не осознает, но и отрицает» [68, с. 91].

Вместе с мимическими проявлениями вполне ёмко передают информацию признаки обмана, связанные с вегетативной нервной системой.

Экман также полагает, что первостепенными целями верификатора (человека, поставившего себе задачу изобличить ложь во всех её проявлениях) приходится следующие: заметить ложь, не воспринимать правду за ложь и, самое основное, полностью осознавать, когда ни первое, ни второе нет возможности выявить.

Теперь обратимся к отечественным исследованиям по теме диссертации. Видный российский психолог понимания, основоположник отечественных исследований макиавеллизма в психологии Виктор Владимирович Знаков, акцентируя внимание на «глубоком и чрезвычайно интересном психологический анализе лжи», проделанном Полом Экманом, писал: «Вместе с тем вызывает удивление тот факт, что в отличие от других исследователей (Вок, 1979;

Nopper, Bell, 1984; Shibles, 1988), Экман не отличает ложь от обмана, а употребляет эти понятия как синонимы...» [22, с. 244]. Виктор Владимирович выдвинул предположение, что есть необходимость чётко обозначить признаки сходства и различия неправды, лжи и обмана: «В психологии выделяется три таких признака: фактическая истинность / ложность утверждения; вера говорящего в истинность / ложность утверждения; наличие / отсутствие у говорящего намерения ввести в заблуждение слушающего» [22, с. 245].

Неправда по Знакову выступает в трёх разных проявлениях, а конкретно: «как вербальный эквивалент заблуждения», «неправду можно обнаружить в различных формах иносказания (аллегории, иронии, шутке и т.п.)» и «вранье» — «социально-психологическом феномене», представленном, по мнению Виктора Владимировича, «в российском самосознании в значительно большей степени, чем у других народов» [22, с. 245-246].

Предполагая, что враньё отличается от лжи принципиально, Знаков обозначает его характерные черты, которые способны вызвать у нас долю несогласия. Изучение литературных источников и непосредственное взаимодействие с людьми других национальностей наводят Знакова на следующее заключение: «враньё — типичное порождение русской культуры, отсутствующее в массовых проявлениях на Западе» [22, с. 246].

В подтверждение вышеописанного вывода идёт ссылка на непререкаемый авторитет Владимира Ивановича Даля в его истолковании глагола «врать», основываясь на том, что «в большинстве приведенных синонимов вранья подчеркивается не столько гносеологический, познавательный аспект намеренного искажения истины, сколько онтологический, экзистенциальный, характеризующий конкретные ситуации межличностного общения» [22, с. 246].

Но, поразмыслив над этим, можно прийти к другому выводу, что синонимами вранья, стоящими на первых позициях, Даль приводит именно ложь и обман, что, несомненно, означает сходство, а не разницу между враньём и ложью. Но что касемо отличий лжи от вранья по контексту проявления в определённых случаях коммуникаций, то каждый феномен лжи (или же обмана,

вранья, неправды) является таким лишь в определённых ситуациях взаимодействия людей.

Обозначая характерные различия вранья ото лжи, Виктор Владимирович пишет, что «враньё — не информационный феномен, а коммуникативный; это один из способов установить хорошие отношения с партнёром, доставить своей выдумкой удовольствие себе и ему. Враньё — не столько средство преднамеренного искажения фактов, сколько способ установления контакта и сближения людей» [22, с. 246-247]. По нашему субъективному мнению, приведённый умозаключение можно подвергнуть оспариванию. Аргументом к этому может стать устоявшееся в российской психологии восприятие общения как связи между людьми, в ходе которой образуется психическая близость, которая проявляется во взаимной передаче информацией, взаимопонимании, взаимном влиянии, сопереживании. Мы отталкиваемся от положения, являющегося методологическим, от положения о взаимной передаче информации как коммуникативной составляющей общения. Отсюда следует, что феномен ложной информации как частный феномен коммуникации, очевидно, информационный, феномен общения. Поэтому вывод о различиях между ложью и враньём уважаемого Виктора Владимировича мы в своей диссертации использовать не будем.

Знаков В.В. также в своих работах приводит проведённое им лично разработанное практическое исследование, которое он посвятил злободневному даже на сегодняшний момент вопросу различий в понимании неправды, лжи и обмана по половому признаку. Высокий уровень актуальности исследований неправды, лжи и обмана, как явлений коммуникации в психологии, Знаков подтверждает их обширной распространённостью, что, логично, обуславливает их значимость в социальном плане и настоятельно подталкивает нас к потребности их рассмотрения и исследования [23].

Подводя эмпирические итоги эксперимента, о котором выше шла речь, Виктор Владимирович Знаков делает следующий вывод, что «мужчины, склонные в общении к эгоцентрической лжи, обращают внимание преимуще-

ственно на результативную сторону проявлений искажения истины, влияние намеренного или неумышленного извращения фактов на общение между людьми, а женщины указывают большее количество психологических причин, побуждающих субъекта к неправде, лжи или обману» [23, с. 45].

После анализа исследования, которое провёл Знаков в различном понимании неправды лжи и обмана в зависимости от пола, напрашивается вывод, что «понятия неправды, лжи и обмана являются для человека такими ценностно-смысловыми образованиями, психологическая структура которых определяется как личностными особенностями субъекта, так и индивидуальным своеобразием его нравственного сознания. Исследование выявило существенные различия в способах понимания неправды, лжи и обмана мужчинами и женщинами» [23, с. 48]. Видно, что Виктор Владимирович, при изучении феноменов неправды, лжи и обмана в общении, структурированно обговаривает намеренные, чувственные и этические стороны данного вопроса, вынося за скобки стороны поведенческие, считая, что они незначительны. Такой формат подхода к вопросу феноменологии лжи, по нашему мнению, спорен и вступает в конфликт с принципами системного подхода к изучению не только в социальной психологии, но и многих сторонних дисциплин.

В завершении своего исследования Знаков В.В. описывает обнаруженные гендерные отличия по параметрам результативности и процессуальности трансляции неправды, лжи и обмана среди испытуемых мужчин и женщин. По нашему мнению, понятие, которое использует автор — «добродетельная ложь», в работах встречающееся достаточно часто, служит плохую службу, незаслуженно добавляя лжи больше позитивных штрихов.

Методологические и теоретические проблемы восприятия правды в этике Иммануила Канта, духовно-нравственной философии Владимира Сергеевича Соловьёва и современной психологии рассмотрены Виктором Владимировичем Знаковым в отдельной статье [24]. Изучая положение вопроса правды в своей специализации (психологии понимания), Знаков пишет, что «исследователей интересуют прежде всего интенциональные аспекты понимания правды,

а также когнитивная и моральная оценки сходства и различия содержания истины и правды. Поведенческие аспекты феномена правды при таком ракурсе рассмотрения проблемы оказываются несущественными» [24, с. 4]. Поэтому мы предполагаем, что проделанная нами работа по изучению феноменологических особенностей лжи с обособлением поведенческих сторон вопроса, будет дополнять уже существующие и проработанные области психологической науки как в теории, так в практическом применении. Особенно, что Знаков проводит анализ указанных выше источников весомых авторов, как правило, с позиции своей родной стихии, где он является первопроходцем в отечественной среде — с позиции психологии понимания.

Труд, в котором приняли участия сразу два видных научных деятеля, Виктор Владимирович Знаков и Ирина Алексеевна Романова, «Истина» и «правда» в христианстве и психологии понимания» [25] содержит в себе опору на большой пласт исторического и лингвистического материала. В данной работе содержится подробный разбор культурно-исторического аспекта и научных взглядов, отражающих современные веяния, на понятийное содержание «истины» и «правды». Также тут «обосновывается положение о том, что истина является логико-гносеологической категорией, а правда — психологической. Изучены внутренние и внешние условия, которые детерминируют процесс превращения в сознании человека гносеологической истины в психологическую правду — субъективную по форме и объективную по содержанию» [25, с. 61]. Сравнивая категории «истина» и «правда», часть авторов делают упор на истинность фактов, именно действительность, а не субъективное мнение человека о ней; прочие же обращают внимание на использование категории истины в смысле, по сути своей более схожим с понятием «правда», имея точку зрения, которая противоположна предыдущей. Делая обобщение подходов, имеющих между собой различия при анализе проблемы, авторы подводят итог, что «таким образом, с теоретико-методологической точки зрения, осуществляя психологический анализ соотношения понимания истины и правды, необходимо учитывать конкретные проявления активности человека как субъекта познания,

общения, созерцания своей жизни в целом. Кроме того, важно учитывать мировоззренческую, и, прежде всего, этическую, позицию личности, включающую ориентацию на принятие или отвержение правдивых отношений с другими людьми» [25, с. 67].

Обобщая в своей работе «Классификация психологических признаков истинных и неистинных сообщений в коммуникативных ситуациях» свои предыдущие разработки и выводы, Виктор Владимирович Знаков утверждает, что «впервые осуществлена классификация психологических признаков истинных и неистинных сообщений по трем одним и тем же основаниям: фактическая истинность или ложность утверждения, вера говорящего в истинность или ложность утверждения и, наконец, наличие или отсутствие у говорящего намерения ввести в заблуждение слушающего» [26, с. 54].

Приведённый подход вызывает к себе интерес лаконичностью базовых оснований и, особенно, введением в эту классификацию интенционального компонента лжи. Очевидно, Знаков не преследовал цель изучения феноменологии ложной информации, а тем более в системах управления организаций, а это даёт нам шанс на стоящее исследование по данной актуальной теме. Что же касается утверждения самого Знакова В.В. о вранье как «типичном порождении русской культуры, отсутствующем в массовых проявлениях на Западе» [22, с. 246] и того мнения, что на уровне психологии смысловая нагрузка вранья кардинально отличается от лжи, то в предыдущих абзацах работы мы уже обозначили и обосновали своё неполное согласие с такими выводами.

Однако, заслуженным почётом стоит отметить научную принципиальность Знакова В.В., следует выделить его критику в адрес самого себя при предсказании перспектив эволюции его классификации психологических черт правдивых и ложных сообщений в общении: «Она построена с монологической позиции, т.е. только с точки зрения субъекта, который лжет, обманывает, говорит правду и т.д. Вместе с тем общение по своей природе диалогично, а в классификации практически отсутствует какое-либо упоминание как о специфике понимание сообщений субъекта собеседниками, так и о степени мораль-

ного ущерба, наносимого, например, ложью. Ложь может быть защитной, вредящей, социально нейтральной и т.п. Разумеется, как названные, так и другие психологические стороны истинных и неистинных сообщений в коммуникативных ситуациях должны быть подвергнуты дальнейшему тщательному исследованию» [26, с. 63]. То есть сам автор работы признаёт и видит у себя места, не проработанные, которые стоит проработать будущим исследователям, опираясь на уже изученный им самим материал.

Видным событием в отечественной психологии лжи стало исследование Жукова Ю.М. и Хренова Д.В. «Методический анализ исследований неискренности». Стоит отметить один, как считают авторы, из самых животрепещущих вопросов: «Очень острой в экспериментальных исследованиях неискренности является проблема мотивации испытуемых. Внутреннее неприятие значительной частью испытуемых заданий экспериментатора при внешнем формальном согласии, а чаще при вполне добровольном согласии, основанном на любопытстве к столь волнующей проблематике, делает весьма неясной для исследователя картину мотивационной основы коммуникативных действий испытуемых, что в свою очередь ставит под сомнение адекватность интерпретаций тех или иных исходов экспериментов. На практике это выражается в частом «непонимании» весьма недвусмысленных инструкций, превратном толковании целей экспериментов в этой области, в подмене задачи, в случаях «подыгрывания» партнерам и так далее. Поэтому рассчитывать на то, что все испытуемые нацелены в эксперименте на достижение успеха в неформальном соревновании, и строить, исходя из этого, экспериментальные процедуры было бы весьма наивным. Требуется очень тщательная проработка способов вовлечения испытуемых в экспериментальную ситуацию, делающую более однозначной интерпретацию результатов того или иного эксперимента» [15, с. 3-4].

Научную разработанность феноменологии лжи, как мы считаем, нужно теоретически анализировать, не забывая опираться на психоаналитический подход к проблеме. Исследования, проведённые Зигмундом Фрейдом, вскрывают разнообразные психологические закономерности, работающие на бессос-

знательном уровне, обнаруживающие мотивы людей в ходе коммуникаций. К примеру, утрачивание из памяти собственного имени. Фрейд пишет: «Наблюдая это явление, я исхожу из того, что смещение это отнюдь не является актом психического произвола, что оно, напротив, совершается в рамках закономерных и поддающихся научному учёту. Иными словами, я предполагаю, что замещающие имя или имена стоят в известной, могущей быть вскрытой, связи с искомым словом, и думаю, что если бы эту связь удалось обнаружить, этим самым был бы пролит свет и на самый феномен забывания имён» [64, с. 203]. Но интерес для нашей работы вызывает дальнейший ход мысли классика мировой психологии. Подробно изучив данный феномен, Зигмунд Фрейд выдвинул ощутимую для осознания феноменологии ложной информации гипотезу о схожести психологического алгоритма забывания имени и обмолвок, что даёт задел для более глубокого осознания данного феномена, а обмолвки, как описано выше, являются одним из возможных показателей того, что человек может врать [64].

Достаточно большой интерес для нашей диссертации представляют замечания и заключения З. Фрейда, показывающие закономерности верификации бессознательно искаженной информации. Вызывают интерес тем, что Зигмунд Фрейд, в присущей ему манере, самораскрывается в трактовке определённых психологических феноменов, которые в том числе непосредственно относятся у нашей работе.

Например, рассуждая о целом пласте ошибок коммуникаций, определённых бессознательными психическими процессами, Фрейд в философском ключе замечает: «Быть может, читатели будут склонны считать объясненную здесь группу ошибок мало распространенной и не особенно важной. Я хочу, однако, обратить их внимание на то, не имеем ли мы основания рассматривать с той же точки зрения также и ошибочные суждения (заблуждения) людей в жизни и науке. Быть может, лишь избранные и наиболее уравновешенные умы способны уберечь картину воспринятой ими внешней действительности от того иска-

жения, которое она претерпевает, проходя через психическую индивидуальность воспринимающего лица» [64, с. 284].

Можно рассмотреть и другие психоаналитические работы, относящиеся к поднятому нами вопросу. Стоит вспомнить существенный для теоретического фундамента нашей работы подход Вильгельма Райха, который он высказал в своём исследовании «Характероанализ: техника и основные положения для практикующих аналитиков» [46]. В части, которая посвящена шизофреническому расщеплению, В. Райх очень интересно для нас изложил описание классической картины шизофрении, попутно проведя анализ нескольких сторон его характера, и стоит отметить, что написано это в довольно резкой и неприятной к прочтению форме для большинства людей, считающих себя нормальными. Вильгельм Райх, напрямую и непосредственно показывает взаимосвязь между ложью человека, считающего себя нормальным и человека с шизофренией: «Фактами установлено, что средний шизофреник гораздо более честен, чем *homo normalis*, если прямому выражения принять за честность. Каждый хороший психотерапевт знает, что шизофреник честен до смущения. Он также является человеком, которого обычно называют «глубоким», то есть при столкновении с жизненными ситуациями он видит лицемерие насквозь и не скрывает этого. Он обладает прекрасной способностью улавливать эмоциональные реалии, что коренным образом отличает его от *homo normalis*. Я останавливаюсь на этих характеристиках шизофреника для того, чтобы стало понятно, почему *homo normalis* так ненавидит шизоида» [46, с. 327].

И мы подходим к самому интересному факту описываемого исследования, который добавит новый оттенок обозначенной проблеме нашего труда. Вывод Райха о гораздо большей честности шизофреника относительно *homo normalis*, представляется ему правдивым, поэтому он пишет: «И это положение дел прискорбно. Должно быть все наоборот. Если *homo normalis* действительно так нормален, как он на то претендует, если он объявляет самореализацию и правду величайшими целями отдельного порядочного индивидуума и всего общества, то он в гораздо большей степени, чем «сумасшедший», должен же-

лать и быть способным открыть себя себе самому и врачу. Если от *homo normalis* так трудно добиться правды, то в его устройстве что-то коренным образом неверно. Заявление хорошо адаптированных психоаналитиков о том, что так оно и должно быть, ибо в противном случае он не смог бы выдержать столкновения со всеми своими эмоциями, может привести к полной потере веры в прогресс человечества. Мы не можем строить улучшение условий жизни человечества на более широком знании о человеческой душе и одновременно защищать нежелание человека открыться. Или - или. Или мы продолжаем расширять сумму наших знаний о человеке и тогда мы должны будем осудить увёртливость *homo normalis*, или мы защищаем такой подход и ставим крест на задаче постигнуть человеческое мышление. Другой альтернативы нет» [46, с. 327-328].

Дж. М. Уайменн и Г. Джайлс, занимались исследованием вопроса общения в межличностных и социальных отношениях. Они отмечают опасность для глобализации в широком смысле этого слова, которую представляет ложная информация. Американские психологи обращают внимание на то, что при стремлении людей к объединению зачастую транслируется ложь относительно своих намерений и желаний, достоинств и недостатков, потенциала и ограничений. Человек плюс ко всему часто склонен к уклонению от неудобных вопросов и вопросов о тайнах и секретах, несмотря на то, что есть случаи, когда стоит рассказать правду. Реципиент зачастую имеет догадки о транслируемой лжи, увёртках и тайнах собеседника.

Обозначим это стремление к объединению психологическим термином «аффилиация», то есть вступление в плотную связь или контакт. Аффилиация несёт в себе строго позитивный оттенок, потому что означает устремлённость человека попасть в общество других людей. Если аффилиация встречает какое бы то ни было препятствие, то это провоцирует появлению чувства одиночества, отрешённости и даже приводит к фрустрации.

Данные психологи солидарны с утвердившемся в психологической науке мыслью, что не каждая ложь имеет негативные предпосылки. Некоторые пси-

хологи «подготовили перечень типов социальных мотиваций, лежащих в основе «белой лжи», который включает в себя спасение слушателя от замешательства, избегание конфликта или гиперконтроля и представление положительного имиджа «я». Несмотря на то, что эти мотивы имеют смысл создания, сохранения или восстановления положительной самооценки, они представляются слишком «социально приемлемыми». Конечно, многие могут вспомнить случаи, когда люди обманывали или лгали, чтобы быть, например, скромными, или пытались создать непостоянство в определенных отношениях» [58, с. 363-364].

Авторы к тому же описывают трёхуровневую модель, описывающую процесс обмана. В начальный период времени лжец решает об использовании ложной информации, основываясь на своих личных мотивах, возможных последствиях после этого и этических соображениях. Вторая ступень — определиться со стратегией, по которой будет строиться обман. И завершающий, третий шаг заключается в создании поведения, вводящее в заблуждение, которое, по их мнению, будет иметь успех в данной ситуации и в данном контексте. Такое поведение должно создать кажущееся впечатление правдивости транслируемой информации (профиль честности) [58].

Нам видится обоснованным ход мысли указанных авторов, несущий в себе, как и у Пола Экмана, мысль о двух принципиальных видах обмана: прямая ложь и утаивание, то есть выделение в качестве основных форм лжи умолчание (тайну) и искажения (ложь), что сходится с нашей позицией в данной диссертации [68].

Неподдельный интерес с точки зрения науки вызывает феноменология ложной информации в социально-психологическом эксперименте, который провёл Эллиот Аронсон. Поднимая вопросы трудности постановки эксперимента в социальной психологии, автор говорит о проблеме введения в заблуждение респондентов. «Важность экспериментального реализма трудно переоценить. Наилучший путь достижения этого существенного качества состоит в разработке такого действия, которое было бы интересным и захватывающим

для испытуемых. В то же время часто бывает необходимым скрыть истинную цель исследования...» [5, с. 433].

Сам же и отвечая на свой вопрос «А откуда же произрастает эта нужда в обмане?», Аронсон говорит о предрасположенности взрослых, социально активных респондентов строить предположения о том, что с ним происходит, что хочет сделать с ним психолог, ставящий тот или иной эксперимент. Получив представление о том, что экспериментатор задумал, подопытные «могут начать действовать в соответствии с этими догадками, вместо того, чтобы действовать естественным и обычным образом. По этой причине, — пишет далее Аронсон, — мы пытаемся скрыть от испытуемых истинную цель эксперимента. А так как мы почти всегда имеем дело с чрезвычайно умными взрослыми людьми, то эта задача оказывается не из легких; однако если мы не хотим упустить шанс получить обоснованные и достоверные данные, то без решения подобной задачи в большинстве экспериментов не обойтись» [5, с. 433]. Можно провести параллель между социальным психологом и режиссёром, который создаёт картину, декорации спектакля (в нашем случае это официальная версия, которая общается испытуемым), но не говорит актёрскому составу о целостной картине постановки. Эллиот Аронсон отмечает, что существует необходимость создания подобных «декораций» в целях повышения реализма в ходе эксперимента через создание условий, в которых поведение испытуемого будет максимально приближённым к естественному, без ограничивающего фактора размышлений о том, какую же сторону поведения хочет рассмотреть проводящий эксперимент и как выставить себя в лучшем свете по этому показателю. То есть такой подход вынужденного введения в заблуждение исключает социальную желательность в поведении из негативных факторов практического эксперимента [5].

Вместе с большинством людей, относящихся к социальной психологии, Аронсон предполагает, что введение хоть и оправданного и вынужденного, но обмана в психологическое исследование поднимает достаточно острые проблемы, затрагивающие этику, и психологу нужно определиться с этими про-

блемами. Введение в заблуждение, по мнению автора, «может оказаться наилучшим и, возможно, единственным способом получения полезной информации относительно того как люди ведут себя в наиболее сложных и наиболее важных жизненных ситуациях, но этот способ совершенно определенно ставит экспериментатора перед серьезными этическими проблемами» [5, с. 435].

Дэвид Майерс так же, как и Эллиот Аронсон считает, что в целях достижения адекватности данных, полученных в ходе эксперимента, зачастую неизбежно применение лжи. В обратном случае участники эксперимента имеют достаточно высокий шанс свести реализм эксперимента до неприемлемого уровня. Из этого вытекает, по мнению Маейрса, что практически треть всех проводимых психологических социально-психологических экспериментов и эмпирических исследований (хотя эта доля в последнее время имеет тенденцию на снижение) вынуждает экспериментатора вводить испытуемых в заблуждение или откровенно лгать [35].

Также вопрос искренности респондентов при проведении исследований, по нашему мнению, довольно подробно изучен в труде Вирджинии Квинн «Прикладная психология» [29]. «Искренность — выражение подлинных чувств, правдивость, открытость. Быть искренним — значит быть честным и откровенным перед своим собеседником. Человек лучше поймёт вас, если вы поделитесь с ним своими переживаниями» [29, с. 434]. Будучи достаточно весомым аспектом, влияющим на эффективность взаимодействия между людьми, искренность несёт в себе заведомый риск, ведь собеседник может сообщить о таких поступках и чувствах, которые могут быть восприняты как недостойные и заслуживающие осуждения. Ясно, что возможность подобной неприятной, задевающей за живое, за достоинство реакции от собеседника, а особенно, если им является психолог, усложняют проявление честности у коммуникатора.

Несмотря на это, искренность даёт нам прекрасный шанс на взаимную открытость в общении. «Разоружаясь перед собеседником, вы даете человеку понять, что доверяете ему, и это делает ваши отношения с ним более глубокими. Собеседник проникается к вам ответным доверием и открывает свои мысли

и чувства. Процесс этот медленный и постепенный; искренность исподволь трансформирует отношения между людьми, способствует истинно доверительному, близкому общению» [29, с. 434].

Таким образом, мы ознакомительно провели теоретический анализ основ нашего исследования и разработанность некоторых проблем феноменологии лжи и выяснили, что хоть данная область знаний освещена слабо, но между коммуникативными явлениями, к которым относится ложь, и отражающими их величинами существует связь. Также было раскрыто понятие «ложная информация», описана её классификация и виды. Далее уже можно приступить к более сфокусированному рассмотрению предмета нашей диссертации.

1.2. Структура, виды и классификация ложной информации в организации

Как известно, для организации не представляется возможным полноценное функционирование без того или иного вида информации. А следовательно, увеличивается значимость процессов, непосредственно связанных с ней: осуществление контроля над материальной составляющей, взаимодействием разнообразных информационных потоков на различных уровнях системы. Управленческая информация означает совокупность всех данных о процессах, функционирующих внутри фирмы и в её зоне интересов, служащих предпосылками для решений тех или иных управленческих задач.

Системы информации внутри компании могут быть подвержены различной степени открытости и истинности. В теории и на практике нет возможности изучить ни одну систему абсолютно изолированной в силу особенностей внутрикорпоративных видов общения.

В силу этих ограничений имеет место быть обмен информацией, а, следовательно, и неравновесное состояние систем организаций, конкуренция между системами за овладение информационными ресурсами. Системы, обла-

дающие большим доступом к различного рода ресурсам (материальным, энергетическим, информационным) и наиболее эффективно их использующие, обладают и более обширным инструментарием для развития и функционирования. И в итоге появляется локальное функционирование ложных и достоверных данных в информационном поле.

Ложную информацию, характеризующуюся как составную часть информационного корпоративного пространства, согласно мнению Тарасова А.Н. [53], можно классифицировать следующим образом:

- по назначению (одноцелевая, которая решает только одну конкретную проблему лжеца, и многоцелевая, которая необходима для решения множества разнообразных проблем);

- по возможности хранения (информация, которая может храниться бесконечно долго, не искажаясь, называют фиксируемой; информация, которая необходима в текущий момент времени для решения проблем называют не фиксируемой, при этом она может также храниться некоторое время, постепенно изменяясь и исчезая);

- по степени готовности для использования (информацию, полученную из источников несистематизированных данных, в которых большой удельный вес занимают лишние, недостоверные сведения, называют первичной; после операций по вычленению достоверной информации и частичной систематизации сведений получают промежуточную информацию; конечная информация служит для принятия конкретных управленческих решений, с учетом причин возникновения ложной информации);

- по полноте ложная информация может быть комплексной, которая характеризуется возможностью применения для непосредственного принятия любых решений из-за того, что она содержит исчерпывающие сведения об объекте, или частичной, которая требует вдобавок обязательное использование достоверной информации, чтобы пользоваться ей на практике;

- по степени «надежности» ложная информация бывает квазидостоверной и вероятностной (вероятностный характер последней может быть вы-

зван объективной невозможностью методологически добыть достоверные и исчерпывающие сведения от объекта, а также вероятными искажениями, которые сопровождают процесс передачи информации, особенно в среде управленческой вертикальной иерархии).

Особой формой квазидостоверной информации, как выше отмечалось, являются слухи — особый продукт творчества коллектива, призванный объяснить сложную, эмоционально важную для ряда людей ситуацию в условиях отсутствия официальной информации. Особенностью слухов является искажение и дополнение исходной версии от сотрудника к сотруднику, пока не получится вариант, устраивающий большинство. Достоверность же в большей степени зависит не только от качества и достоверности исходной информации, послужившей основой слуху, но и потребностей и ожиданий аудитории. В целом, согласно исследованиям Дж. М. Ньюстрона и К. Дэвиса, диапазон достоверности может колебаться от 0% до 80-90% [40].

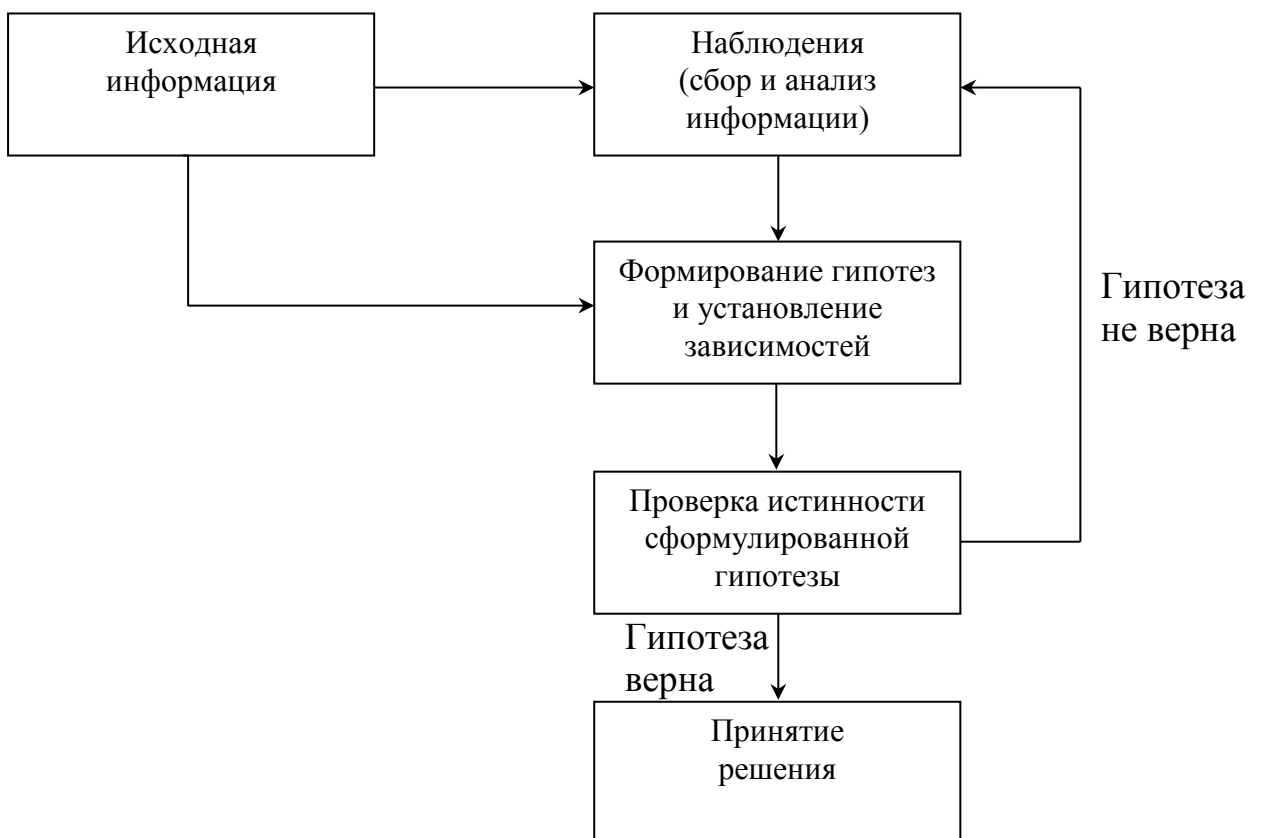


Рис. 1.2. Принципиальная схема информационного процесса

Также возможна классификация по объему, источнику, возрасту, способам передачи и распространения её. По опыту наблюдений, современный менеджер тратит от 50% до 90% рабочего времени на обмен информацией, полученной ранее на совещаниях, встречах, собраниях, в беседах, деловых и личных встречах, при изучении различных документов и т.п.

В современных условиях информация является важным ресурсом технического, технологического, социально-экономического развития фирмы, поэтому обладатели уникальной информации отождествляется с реальной властью и нередко скрывается, чтобы затем использовать её в эгоистических целях.

Как видно на рис. 1.2, Дж. М. Ньюстром и К. Дэвис [40] разработали алгоритм, согласно которому информация от отправителя к получателю движется несколькими этапами. На первом этапе отбирают информацию целенаправленным или случайным образом, основываясь на определенных критериях.

На втором этапе происходит кодировка ранее полученной информации в доступной и понятной получателю, например, в графическую, символьную, письменную, табличную и тому подобное, и соответственно выбирается способ передачи — письменный, устный, прибегая к использованную искусственных сигналов и условных знаков.

Есть мнение, что передаваемую информацию необходимо дублировать несколькими способами передачи, однако избегая злоупотреблений, чтобы не перенасытить информацией получателя.

Процесс коммуникации предполагает получение той или иной реакции на полученного сообщение, иначе говоря, коммуникатор ожидает обратную связь. Отсюда следует, что обратная связь — это сигнал, направленный получателем информации отправителю, которым подтверждается факт получения сообщения и выражается степень усвоения и понимания передающейся информации.

Наличие постоянной обратной связи помогает заметно увеличить надежность коммуникации, минимизировать ей искажение, недопонимание, избе-

жать помех. Вариантов таких помех может быть множество: стереотипы, физиологические и психологические особенности и причины, например, усталость, забывчивость, плохое настроение, рассеянность партнеров, пассивность, нетерпеливость, сопровождающаяся тем, что партнера перебивают, забегание вперед разговора, недосказанность. Все это мешает донесению информации в полном объеме, задуманном коммуникатором, а реципиенту затрудняется восприятие информации, что в конечном итоге делает недостаточно эффективным процесс принятия на основе их управленческих решений.

Этим оправдывается высокий интерес к различным рекомендациям и советам по активному слушанию, улучшающей возможность адекватной верификации ложных сведений.

Локально углубляясь в алгоритм принятия управленческой информации, Дж. М. Ньюстром и К. Дэвис [40] описывают протекание процесса образования феномена ложной информации как прохождение трёх стадий:

1. Утрата (потеря) достоверных элементов (единиц) информации.
2. Соединение элементов ложной информации с истинной в условиях, когда возможность обнаружение этого (верификации) маловероятна.
3. Возникновение (проявление) системного эффекта в преобразованной структуре прежнего, достоверного информационного образа.

Основой анализа функций феномена лжи, как мы считаем, является понимание лжи как феномена общения.

В основе анализа функций феноменов лжи (ложной информации), по нашему мнению, лежит понимание лжи как феномена общения. Таким образом, в своей сути функции лжи являются специфической конкретизацией общих функций общения.

Предполагаем, что основными функциями ложной корпоративной информации являются контактная, информационная, защитная, адаптивная и другие, описание которых будет приведено ниже.

❖ Контактная функция предполагает своей целью установление контакта между лжецом и партнером по общению. Эта функция подразумевает готов-

ность лжеца к обману и дезориентации партнера, однако не подразумевает обязательно удачный для лжеца исход общения. Пользование этой функцией находится в зависимости от известных в социальной психологии эффектов межличностного восприятия [24]. Например, эффект ореола, суть которого в том, что новая полученная информация о лжеце накладывается на ранее полученные сведения о нём. Эти сведения представляют образ, создавшийся ранее, который играет роль «ореола», затрудняющий объективное восприятие ложных проявлений. Эффект ореола проявляется при формировании первого впечатления об источнике информации в том, что общие положительные ранние сведения приводят к позитивным оценкам неизвестных качеств источника информации. Справедливо и обратное, что общее неблагоприятное впечатление способствует росту негативных оценок.

Эффект первичности, суть которого в том, что предъявленная в прошлых периодах информация преобладает в тех случаях, когда оценивается незнакомый человек. Эффект новизны проявляется в случаях оценки знакомого человека, и заключается в том, что больший вес значимости имеет информация, полученная позже всего о нам, она и является более значимой.

Другой эффект межличностного восприятия — эффект первичности: предъявленная ранее информация преобладает в тех случаях, когда воспринимается незнакомый человек. Эффект новизны действует в ситуациях восприятия знакомого человека и заключается в том, что последняя, то есть более новая, информация оказывается наиболее значимой.

❖ Информационная функция подразумевает передачу заведомо ложных сведений партнеру по деловому общению. Активное использование и присутствие этой функции означает прямую и непосредственную опасность для предприятия, её деятельности по продвижению своего продукта, сохранности и эффективного использования имеющихся информационных ресурсов; делает более возможным вторжение в информационное поле криминальных структур и элементов; дезорганизуют системы управления корпоративной информацией, в том числе архивы организация; организует уязвимость в виде недобросовест-

ных сотрудников, которые сознательно или несознательно пренебрегают важностью внутрифирменной информации; создают среду для нарушения технологии обработки внутрифирменной информации и несет прочие опасности.

Эта проблема актуальна в любых крупных предприятиях, что объясняется тем, что компания обслуживает огромный объем информации и высшее руководство физически не способно охватить её в первичном виде. Поэтому зависит от компетентности каждого звена, передающего информацию «наверх». Также этой проблеме подвержены компании с вертикальной структурой управления.

❖ Защитная функция проявляется в условиях недостатка психологических ресурсов личности (пример в классике, когда Анна Каренина оберегала свою осуждаемую обществом любовь к Вронскому).

❖ Функция понимания ложной информации выражается в принятии реципиентом ложной информации за истинную.

❖ Влияние, оказываемое с помощью лжи, заключается в изменении состоянии человека, его поведения, воздействие на число его установок, смыслов, решений, представлений, потребностей, действий и активностей, а также в стимулировании реципиента на достижение целей коммуникатора-лжеца, выполнение необходимых ему действий, в пробуждении в партнере необходимых эмоциональных переживаний.

❖ Агрессивные и недружелюбные намерения маскируются лжецом путем умолчания, сокрытия необходимой достоверной информации.

❖ Оказание влияния с помощью лжи заключается в изменении состояния, поведения, личностно-смысловых образований партнера по общению, в том числе его установок, мнений, решений, представлений, потребностей, действий, активности; стимулирует активность партнера по общению, направляет его на выполнение необходимых лжецу действий; в возбуждении в партнере нужных лжецу эмоциональных переживаний.

❖ Маскировка агрессивных или недружественных намерений осуществляется лжецом путем умолчания, сокрытия необходимой партнеру по общению достоверной информации.

❖ Инфильтрация конфликта во взаимоотношения партнеров по общению — конфликтообразующая функция; реализуется путем «вбрасывания» в информационное поле общения слухов, сплетен, эмоционально насыщенной агрессивной информации.

❖ Торможение процессов принятия решений в системе управления (индивидуальных и групповых).

❖ Объяснительная функция проявляется как попытка рационального истолкования предъявляемой ложной информации: техника подвала; кто-то искажил входную или выходную информацию; несвоевременно выполнил задание; письмо по электронной почте не дошло (сбой в аппаратуре); информацию не проверили, доверившись источнику (авторитетному или с положительной репутацией).

❖ Адаптивная функция заключается в приспособлении коммуникативной стратегии лжеца к конкретной ситуации и к партнеру по общению. Особенно рельефно адаптивная функция проявляется во враждебной, агрессивной социальной среде; в которой коммуникатору не всегда возможно применить средства общения, позволяющие раскрыть истинные намерения лжеца.

❖ Компенсаторная функция позволяет лжецу компенсировать недостающие личностные, информационные, материальные и финансовые ресурсы для достижения конкретного бизнес-результата.

Таким образом, исследование структуры и функций феномена ложной информации позволяет установить функциональные зависимости, то есть формы устойчивой взаимосвязи между коммуникативными явлениями или отражающими их величинами, при которых изменение одних явлений вызывает качественное изменение других, а также осуществить непосредственный анализ функций феноменов лжи, как внешних проявлений коммуникативного акта в организации.

Теоретический анализ научной разработанности феноменологии ложной информации характеризуется наличием достаточное количество работ в научной литературе, с разных сторон освещающих психологические проблемы лжи и обмана, в том числе этические аспекты обмана испытуемых в социально-психологическом эксперименте для достижения «экспериментального реализма», однако проблема социально-психологической феноменологии ложной информации в организации ни в одной из них специально не решалась. В то же время теоретико-информационный подход к исследованию феноменологии ложной информации позволяет изучить проблему с применением объективных, надёжно измеряемых критериев корпоративной информации; ложная информация в корпоративном общении функционирует в форме официальной служебной информации, а также в форме слухов, как функция заинтересованности персонала в достоверной служебной информации и неопределённости ситуации.

Также важным достижением главы является определение феномена ложной информации — это явление намеренно искажаемой или умалчиваемой истины, обусловленное непосредственной контекстуальной данностью актов коммуникации в их внешне выраженных проявлениях, феноменах общения; феномен лжи понимается нами как явление сущности, психологическое содержание которой определяется намерением ввести в заблуждение другого или самого себя, при этом индивид структурирует информацию так, чтобы её феномены, проявления воспринимались другим как истинные, то есть адекватные сущности предмета. А вот ложная информация как феномен корпоративного общения детерминируется социальной системой, основанной на процессах формального и неформального общения персонала организаций и продуцирующей ложную информацию в форме тайны (коммерческой, служебной, государственной) и дезинформации (искажения истины) конкурента, противника, врага; создание и функционирование системы государственного управления конституционно закрепляет тайну в различных контурах общения граждан.

В процессе анализа научной литературы мы выяснили признаки, критерии и свойства феноменов ложной информации, которые определяются и дифференцируются в зависимости от принадлежности к перцептивной системе коммуникатора или реципиента; критерии феномена ложной информации позволяют определить наличие признаков ложности или достоверности информации и сформировать стратегию и тактику ее верификации. Функции феномена ложной информации как системы характеризуют проявление его свойств в данной совокупности отношений и представляют собой способ действия коммуникативной системы при взаимодействии коммуникатора с респондентом; основными являются следующие функции ложной корпоративной информации: контактная, информационная, защитная (оборонительная); функция понимания ложной информации партнером по общению как достоверной; функция установления отношений; оказание влияния; маскировка агрессивных или недружественных намерений; инфильтрация конфликта во взаимоотношения партнеров по общению, конфликтообразующая функция; торможение процессов принятия решений в организации; объяснительная функция; инициация ошибочных действий, мнений, установок партнерами по общению; адаптивная функция; компенсаторная функция.

ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕДПОСЫЛОК РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЛОЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

2.1. Организация и методы исследования социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организации

Теоретический анализ, проведённый нами в первой главе, мы учли при организации эмпирической части работы.

Первоначально, как следует из темы диссертации нам стоит определить, какие стили управления, по субъективной оценке наших респондентов, присутствуют в их организациях. Для этого мы применили методику «Определение стиля руководства трудовым коллективом» авторов В.П. Захарова и А.Л. Журавлева, направленность которой очевидна из названия. В основе методики лежат 16 групп утверждений, описывающих различные стороны взаимодействия между руководителем и подчинёнными (приложение 1).

Ответы опрошенных обрабатываются в баллы, которые начисляются к выраженности одного из трёх показателей стиля управления: авторитарного (директивного), либерального (попустительского) и демократического (коллегиального). Каждый стиль несёт в себе свои особенности управленческого подхода, частично присутствующие совместно в большинстве систем руководства. Авторитарный стиль подразумевает ориентацию только на своё мнение и опыт, стремление к удержанию полной власти, склонность к поддержанию строгой дисциплины, контроль и формальные отношения с подчинёнными, игнорирование инициативы сотрудников. Либеральный руководитель тяготеет к пусканию всего на самотёк: панибратство с подчинёнными, избегание ответственности, отсутствие дисциплины и контроля работы. Демократический компонент несёт в себе нестандартный творческий подход к работе, поддержку инициатив с низов, разумная дисциплина и контроль без перегибов, стремле-

ние разделять ответственность в принятии решения вместе с коллективом, с учётом его мнения.

Среди источников в российской и зарубежной психологии довольно развёрнуто описаны выводы практических и теоретических исследований социально-психологических предпосылок лжи [5; 8; 9; 11; 13; 15; 19; 21; 26; 28; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 46; 51; 64; 68; 70]. В них, стоит отметить, наблюдается ощутимый разброс мнений относительно этих результатов (частично рассмотренный в первой главе). Исследование в нашей работе мы предпримем попытку строить на основе трудов, произведённых в рамках социально-психологического знания, Пола Экмана как монументальной фигуры в полноте описания и исследования феноменов ложной информации.

И мы не одиноки в признании заслуг и величины Экмана. Современный отечественный психолог, доктор психологических наук Тарасов Александр Николаевич также строил свои разработки на основе разработок американского психолога. Александр Николаевич разработал две методики для изучения и измерения важных для нашего исследования предпосылок для распространения ложной информации: «Феноменологический профиль личности» и «Установки на ложь в общении, которые мы подробнее рассмотрим ниже.

Первый опросник «Установки на ложь в общении» содержит три субшкалы: «Установка на ложь», «Установка на честность» и «Невыраженные установки» и состоит из 56 пар противоположных утверждений, ответы осуществляются по семибалльной шкале, соответствующей уровню согласия с одним из утверждений. Представление базовых результатов методики производится через коэффициенты по субшкалам, которые считаются как отношение ответов, демонстрирующих склонность к правде, обману или невыраженным установкам к общему количеству пар утверждений (таблица 2.1). В случае, если требуется более детальный анализ личности на установки, фиксируется частота каждого из семи ответов. В этом случае результат методики может изображаться в графическом виде (рис. 2.2).

Коэффициенты выраженности установок в общении, (%)

Коэффициент установки на ложь	Коэффициент невыраженных установок	Коэффициент установки на честность
71,43	14,29	14,29

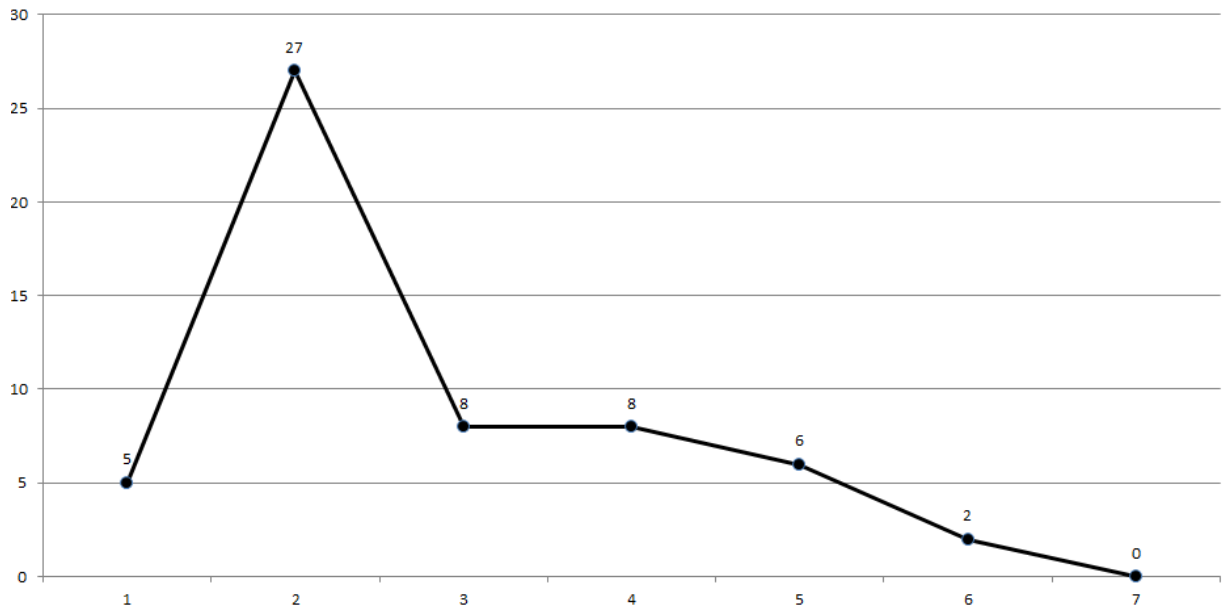


Рис. 2.2. Детальный анализ выраженности

на установки в общении у респондента, (частота ответов)

Второй опросник «Феноменологический профиль личности» («ФПЛ») состоит из десяти шкал, которые описывают феномены лжи, неспецифические для отдельно взятого человека (общие). Эти феномены в своей работе «Психология лжи» Пол Экман. Одиннадцатая шкала составляет исключение, в неё включены утверждения из шестнадцатифакторного личностного опросника Реймонда Бернара Кеттела. Эта шкала определяет степень искренности ответов испытуемого, но зачастую её называют, от обратного, шкалой лжи. Эта шкала заслужила доверие и её истинность подтверждена множеством исследований различных авторов. Утверждения, описывающие одиннадцать шкал методики можно найти в Приложении 1.

После ответа на задания опросника нужно перевести сырые баллы в стены, так как количество вопросов в каждой шкале неодинаково. Также это позволит наглядно представить результаты применённой методики, феноменологический профиль личности. На рис. 2.3 приведён ФПЛ одного из респондентов. Внизу подписаны одиннадцать шкал опросника. Данный график позволяет оперативно исследовать тип и выраженность социально-психологических феноменов распространения ложной информации отдельно взятого человека.

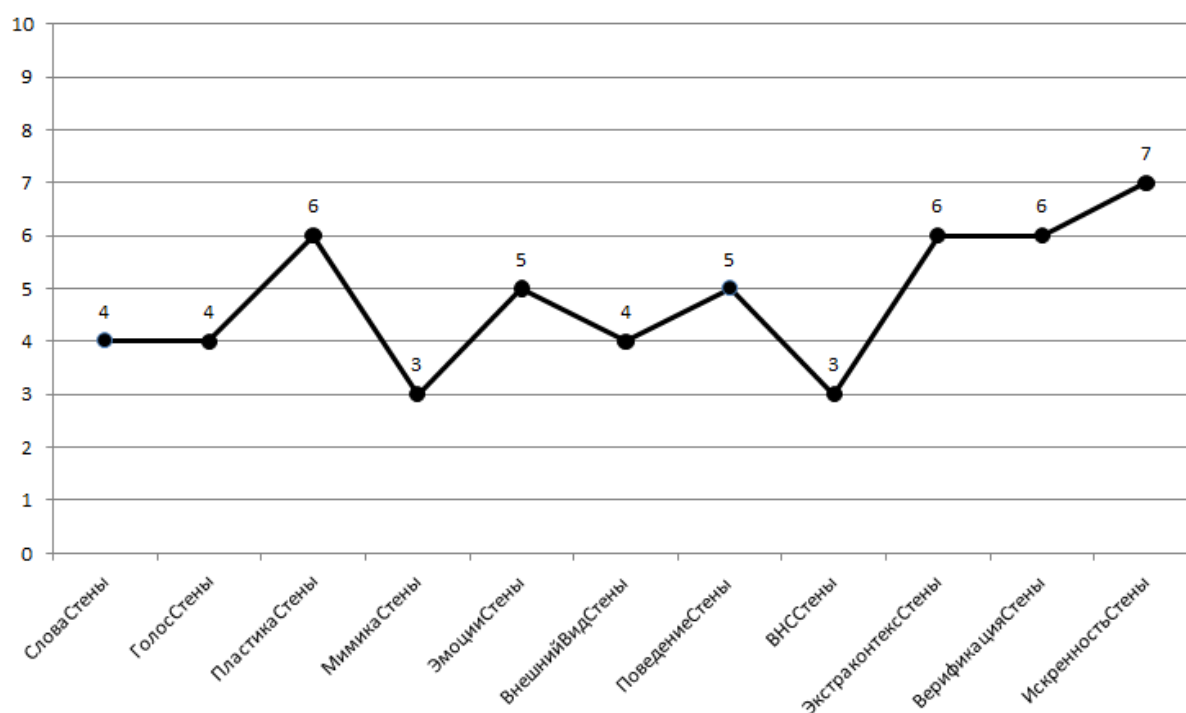


Рис. 2.3. Выраженность феноменов лжи у респондента, (стены)

Название данного профиля объясняется тем, что он в графической форме наглядно представляет количественные результаты измерения комплекса феноменов ложной информации при актуализации личностью конкретных средств общения.

Феноменологический профиль личности также позволяет наглядно представить феноменологический статус, а также специфический для данной личности коммуникативный стиль предъявления ложной информации партнеру по общению.

Феноменологический статус личности определяется индивидуально обусловленными предпосылками в предъявлении и восприятии феноменов лож-

ной информации при актуализации конкретных средств общения. Феноменологический статус личности как системное образование определяет способ искажения или сокрытия истины лучшим коммуникатором, непосредственно влияет на процесс актуализации коммуникатором средств общения, их объективацию, в результате которой феномен ложной информации как составная часть коммуникативного акта детерминирует организационное поведение, конституирует коммуникативную систему организации.

С целью изучения особенности социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организациях с разными стилями управления, нами был применён непараметрический статистический критерий Н-Крускала-Уоллеса для трёх независимых выборок. Для подтверждения направленности связи между показателями социально-психологических предпосылок распространения ложной информации сотрудниками организаций и стилями управления нами был использован корреляционный анализ с применением коэффициента корреляции Спирмена. Для выявления факта влияния стиля управления в организации на социально-психологические предпосылки распространения ложной информации сотрудниками в организациях нами был использован множественный регрессионный анализ (МРА) [39].

2.2 Анализ и интерпретация результатов эмпирического исследования

Приступим к анализу и интерпретации данных, которые мы получили в результате эмпирического исследования социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организации. В соответствии с первой задачей нашего эмпирического исследования проанализируем особенности *субъективного восприятия сотрудниками стилей управления в организации*, которые мы получили с помощью методики авторов Захарова

В.П. и Журавлёва А.Л. (рис. 2.2.1).

Как мы видим на рис. 2.2.1, 9,09% респондентов субъективно воспринимают стиль управления руководства как либеральный. Второе его название — стиль пассивного невмешательства. Он характеризуется слабой волей руководителя, боязнью брать на себя ответственность за неоднозначные решения, неспособностью или нежеланием организовать строгую дисциплину, отсутствием требовательности к подчинённым. Либеральный руководитель скорее сам выполнит ту работу, которую поручал отказавшему сотруднику. Безо всяких последствий для последнего. Такой руководитель боится потерять расположенность к нему высшего руководства и тех, кем руководит он

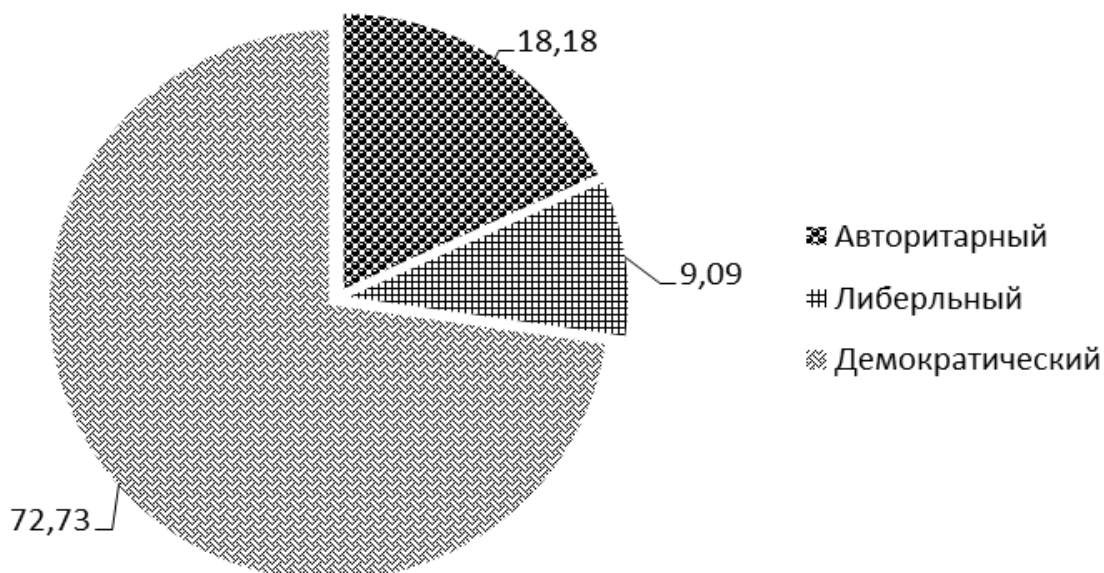


Рис 2.2.1. Распределение сотрудников организаций по воспринимаемым стилям управления, (%)

сам. Также присутствует чаще всего ниже среднего уровень требовательности к подчинённым, а, порой, и вовсе панибратство, приводящее к тому, что приходится уговаривать сотрудников выполнить своё распоряжение.

Ровно в два раза больше, чем у либерального, (18,18%) опрошенных респондентов оценивают стиль управления своего руководителя как автори-

тарный, директивный. Он характеризуется ориентацией на собственное мнение, оценки и правоту, порой граничащие с упрямством. Такой руководитель стремится к реализации своей власти, выстраивает жёсткую формальную дисциплину, уверен в себе и держит с подчинёнными ощутимую дистанцию. Проявляется склонность к непризнанию своих ошибок, единоличное принятие решений, но и готовность нести за это полную ответственность. Сотрудники при авторитарном стиле руководства постоянно находятся под контролем, их творческие активности и инициативность зачастую рубятся на корню, поскольку управленец считает, что в них не нуждается.

И третий, самый массово проявившийся, стиль управления — демократический. Считают, что при нём работают, 72,73% респондентов. Этот стиль выражается в сочетании либерального и демократического. Здесь требовательность и контроль соотносятся с творческим подходом к решению задач, поощрению инициативности, сознательным соблюдением дисциплины подчинёнными. Принятие решений и несение за них ответственности обычно распределяется между всем коллективом, включая и управленца. Руководи-

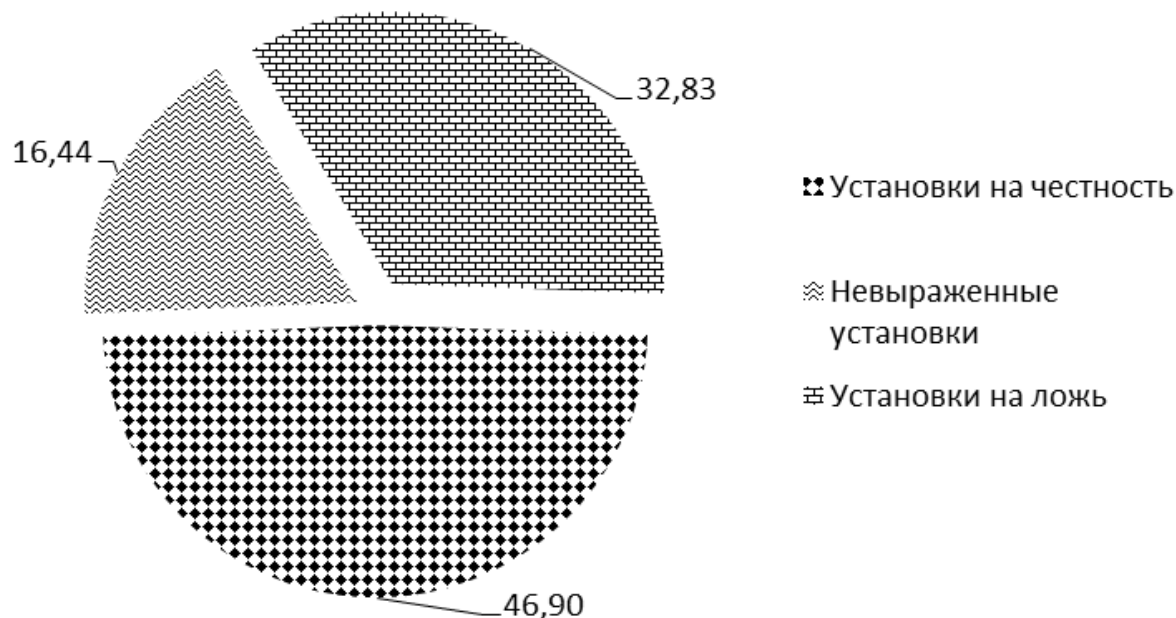


Рис. 2.2.2. Распределение сотрудников организаций по степени выраженности установок на честность и ложь, (%)

тель старается себя позиционировать как товарища для сотрудников, к которому можно всегда обратиться за помощью и которому можно прямо высказать всё, что накопилось внутри.

А теперь в соответствии со следующей задачей нашего эмпирического исследования, проанализируем сформировавшиеся под действием определённого стиля управления в организации установки на ложь в общении. Данные получены по методике «Установки на ложь в общении», автора Тарасова А.Н. Результаты исследования представлены на рис. 2.2.2.

Мы видим, что почти половина респондентов выборки (46,9%) имеют выраженную установку на честность. Цифра с одной стороны значительная и может вызвать позитивную реакцию, но с другой стороны, практически каждый второй не имеет установку на ложь или невыраженную установку.

Утверждения методики, на которые в большинстве своём единодушно отвечали положительно, отражая установки на честность это:

- Руководство организации никогда не имеет права обманывать подчинённых;
- Даже если причиняешь другому человеку душевную боль, надо говорить ему правду;
- Обманывать человека никогда нельзя, даже если он сам позволяет это делать с собой;
- Любого лжеца можно когда-нибудь разоблачить;
- Я никогда нарочно не нарушаю правила и ограничения;
- Ложь не облегчает обмен информацией между людьми;
- Нарушение обещания никогда не допустимо;
- Чтобы приспособиться к конкретной ситуации и к партнеру по общению надо говорить только правду;
- Ложь никогда не помогает взаимопониманию и доверию между людьми;
- Ложь не помогает лучше объяснить что-либо;

- Если при выполнении производственного задания невозможно по причинам, не зависящим от меня, ложь не поможет добиться нужного результата;
- Можно и без обмана достичь нужного результата
- Ложь всегда тормозит принятие индивидуальных и групповых решений в системе управления.

Мы видим, что установки на правду в большинстве выражены в утверждениях, которые касаются нравственных вопросов, усвоенных при коммуникациях внутри общества, которое эти ценности и транслирует.

В то же время ниже приведём утверждения, которые вызвали затруднение в принятии однозначной позиции. Эти тезисы обеспечили 16,44% ответов «Затрудняюсь ответить». То есть невыраженная установка на ложь или честность может склониться как в сторону правды, так и в сторону обмана при подходящей ситуации, в контексте, когда та или иная установка актуализируется в процессе общения. Вот некоторые из таких утверждений:

- В жизни бывают случаи, когда нельзя не солгать;
- Только честный человек добьётся успеха в этой жизни;
- Большинство людей честны, потому что бояться, что на обмане они попадутся;
- Если бы не обманул я, меня бы все равно обманули;
- Люди всегда лгут друг другу;
- Только честный человек добьётся успеха в нашей организации;
- Обман не помогает изменить установки других людей.

Все эти высказывания относятся скорее к житейским категориям и отражают неуверенность рабочей молодёжи в будущем и в том, что честность — это норма.

И, наконец, установки на ложь в общении проявили 32,83% опрошенных. Это означает, что треть молодых специалистов, принявших участие в исследовании под воздействием, как мы предполагаем, определённого стиля

управления в удобном для лжи случае скорее солгут, чем скажут правду. Это касается как повседневной жизни, так и деятельности в рамках организаций.

Приведём утверждения, на которые респонденты отвечали их поддержкой:

- Для сохранения чьей-то личной тайны ложь допустима;
- Обстоятельства заставляют меня обманывать других людей;
- Ложь допустима для сохранения служебной тайны;
- Ложь допустима для сохранения коммерческой тайны;
- Правила и ограничения по сохранению коммерческой тайны следует соблюдать всегда без исключений;
- Соблюдение правил и ограничений по сохранению военной и государственной тайны обязательно всегда без исключений;
- Бывают случаи, когда нужно скрыть неблагоприятную информацию от руководства;
- Почти каждый человек может солгать, чтобы избежать неприятности или наказания;
- С помощью лжи всегда можно возбудить нужные нам эмоции в другом человеке.

По данным итогам можно сказать, что установка на ложь приоритетно формируется ограничениями, которые диктуются сохранением разного уровня тайн, исходя из законов и правил, существующих в том числе и в организациях. Но есть и обратная сторона у такой предрасположенности: люди привыкают к одной из форм лжи, сокрытию, и применяют её уже в деструктивных для организационных систем процессах.

Выполняя дальнейшее задание эмпирического исследования, проанализируем данные, полученные после применения методики «*Феноменологический профиль личности*» Тарасова А.В. Результаты указанной методики приведены на рис. 2.2.3. Указанная методика разработана для индивидуального использования, но мы, исходя из интереса рассмотрения общей картины, привели среднее распределение всех респондентов, суть описания методики от этого не изменится.

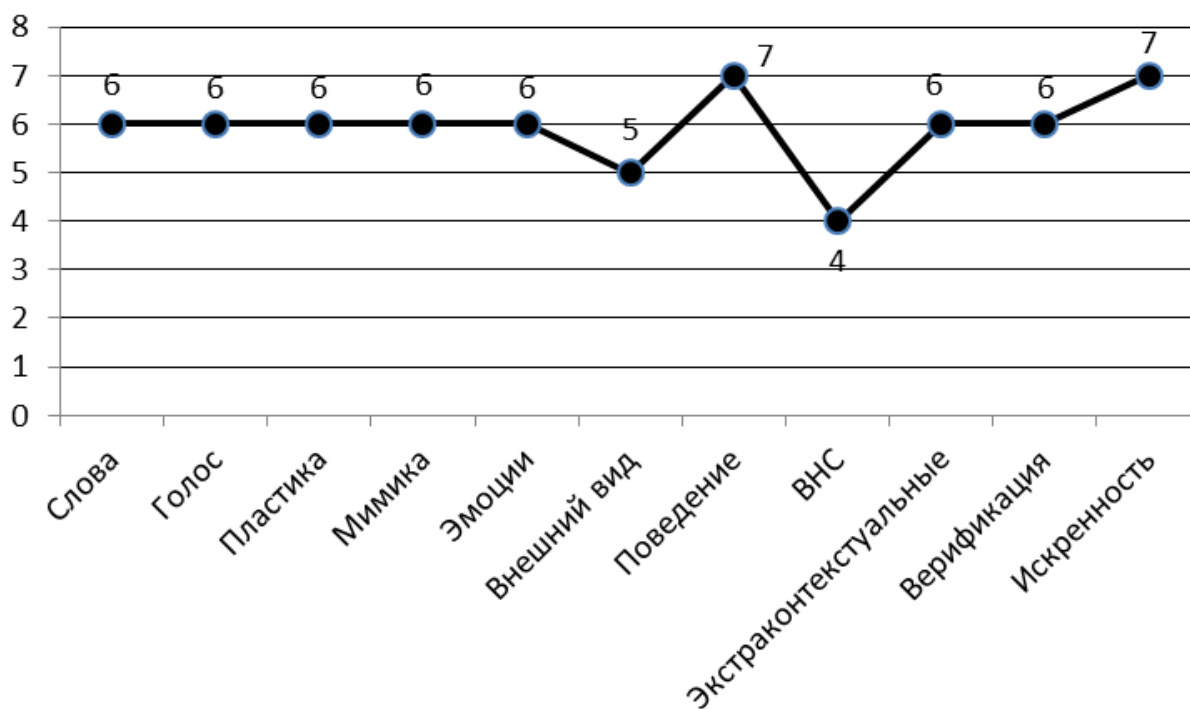


Рис. 2.2.3. Распределение сотрудников организаций по степени выраженности феноменов ложной информации, (стены)

Наблюдается поразительная ровность кривой распределения, но есть и небольшие колебания по стенам, о них и поговорим. Опрошенная рабочая молодёжь считает наименее успешным способом транслирования лжи вегетативную нервную систему (шкала «ВНС»), всего лишь на 4 стена из 10. Это ожидаемо, данный способ наиболее требователен в плане опыта, ведь намеренно вызывать нужную реакцию организма крайне сложно. Красочно иллюстрируют такой результат ответы на утверждения, приведённые в методике, по данной шкале. Например, «Бледность лица является вполне надёжным признаком обмана» набрал 69,7% ответов «Нет»; «Расширение зрачков, является вполне надёжным признаком обмана» — 51,5%; «Потливость рук можно считать вполне надёжным признаком обмана» — 54,5%. На утверждение «Изменения частоты и глубины дыхания, сопровождающие возникновение эмоций, являются вполне надёжными признаками обмана» 48,5% ответило «Затрудняюсь ответить». Также респонденты, принявшие участие в нашем исследовании, всего лишь на 5 стенов оценивают успешность своей лжи че-

рез внешний вид. Приведём некоторые ответы, сформировавшие такой результат: «Людам, подозревающим собеседника во лжи, следовало бы обращать больше внимания на детали его одежды» набрало 57,6% отрицательных ответов; «Ложь часто можно обнаружить благодаря несоответствию между тем, что говорится, и тем, как одет человек» и «Признаком обмана является несоответствие одежды и социального статуса лжеца» — по 54,5%. Эти два результата могут говорить о том, что молодые специалисты ищут более лёгкие, традиционные способы обмана в случаях, когда установка на ложь у них перевешивает.

Единственный канал транслирования ложной информации, который оказался выше по среднему распределению, чем остальные — это поведение (7 стенов). Утверждение «Думаю, что моё поведение сильно меняется, когда я лгу» набрало у респондентов 57,6% ответов «Да»; «Уверенная манера держаться помогает обмануть другого человека» — 81,8%; «Если лжец как следует не продумал свое поведения заранее, ему придется быть осторожным и тщательно обдумывать каждое слово» — 63,6%; и рекордный процент положительных ответов на утверждение «Человек может говорить осторожно, когда ставки в игре достаточно высоки» — 90,9%.

И также стоит обратить внимание на шкалу «Искренность» из шестнадцатифакторного личностного опросника Кеттела. Искренность респондентов вылилась в 7 стенов, что может свидетельствовать о достаточной достоверности ответов по данной методике.

А теперь нам было бы интересно проанализировать особенности социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организациях с разными стилями управления. С этой целью нами был применён *непараметрический статистический критерий Н-Крускала-Уоллеса* для трёх независимых выборок (таблица 2.2.1, приложение 3).

Социально-психологические предпосылки распространения ложной информации сотрудниками в зависимости от стиля управления в организации

Изучаемые показатели	Стили управления			Н _{эмп}
	Авторитарный	Либеральный	Демократический	
Установки на ложь в общении				
Общая установка на честность	42,56	58,33	48,07	3,357
Невыраженные установки	21,73	19,05	18,53	0,287
Общая установка на ложь	35,71	22,62	33,41	5,276*
Каналы трансляции ложной информации				
Слова (стены)	7	6	6	11,175**
Голос (стены)	6	7	5	10,744**
Мимика (стены)	7	6	6	18,698**
Внешний вид (сырые баллы)	9	8	8	4,762*
Поведение (стены)	7	5	7	12,673**
Верификация (сырые баллы)	20	19	19	8,861*

Примечание: * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$

Как мы видим из таблицы 2.2.1., по социально-психологическому показателю «Общая установка на ложь» $N_{\text{эмп}}=5,276$ был получен достоверный уровень статистической значимости $p \leq 0,05$. Данный результат говорит нам о том, что у сотрудников, работающих в организациях с авторитарным стилем управления будут проявляться более глубокие внутренние установки на ложь в различных аспектах коммуникативных актов, а именно: межличностном, деловом и межкорпоративном общении. То есть данные респонденты чаще распространяют ложную информацию по сравнению с сотрудниками организаций, в которых доминируют либеральный и демократический стили управления. Причём, в организациях с доминирующим либеральным стилем

управления установки на ложь среди сотрудников выражены наименее значимо.

Также мы можем наблюдать высокий уровень статистической значимости $p \leq 0,01$ по показателю «Слова» $N_{\text{эмп}} = 11,175$, выраженному в стенах. Эти цифры говорят нам о том, что в организациях с авторитарным стилем управления сотрудники будут с большей вероятностью распространять ложную информацию через слова, тщательнее их подбирать. Отметим также, что при демократическом и либеральном стилях данный показатель выражен в равной степени, но ниже, чем при авторитарном стиле на один стен.

Далее из данных мы можем наблюдать картину высокого уровня статистической значимости $p \leq 0,01$ по показателю «Голос» $N_{\text{эмп}} = 10,744$, выраженному в стенах. «Лидером» в проявлении данной феноменологии распространения ложной информации стали сотрудники организаций, в которых воспринимается доминирующим либеральный стиль управления. То есть эти респонденты склонны особенное внимание уделять интонации, тембру голоса, высоте и силе звука, нежели респонденты из компаний с доминирующими авторитарным и демократическим стилями, в которых выраженность рассматриваемого показателя снижена на один и на два стена соответственно по сравнению с либеральными системами.

Следующим рассмотрим социально-психологический показатель «Мимика» $N_{\text{эмп}} = 18,698$ с высоким уровнем статистической значимости $p \leq 0,01$. Данный результат показывает нам, что снова в организациях с воспринимаемым авторитарным стилем управления наиболее высокий показатель феноменологического аспекта распространения лжи через мимику. Сотрудники этих организаций с большей внимательностью относятся к видимому проявлению эмоций через своё лицо, с большим успехом могут подавлять мимическое выражение возникающих эмоций и могут успешнее контролировать лицевой мышечный аппарат в целом для достижения своих целей при помощи лжи, чем сотрудники организаций с доминированием либеральных и демократических ценностей и взглядов у руководителей. Стоит отметить, что у

двух последних стилей управления данный показатель выражен одинаково, но опять ниже на один стень, чем у авторитарного.

Как мы видим, по социально-психологическому показателю «Внешний вид» $N_{эмп}=4,162$ был получен достоверный уровень статистической значимости $p \leq 0,05$. Это говорит нам о том, что у сотрудников организаций, в которых доминирует авторитарный стиль управления будет проявляться более выраженная склонность к распространению лжи также и через их визуальный образ. Более понятно, данные опрошенные работники организаций с вниманием относятся к деталям одежды, соответствию стиля окружающей обстановке, уместности тех или иных предметов гардероба и внешнего вида в целом в случаях, когда им нужно солгать для того, чтобы добиться желаемой цели. И вновь выраженность по указанному показателю в организациях с демократическим и либеральным стилями управления в организациях у сотрудников присутствует одинаковая в обоих случаях, и, опять же, ниже на один стень, чем при авторитарной системе управления.

И переходим к следующему феноменологическому аспекту распространения лжи. Теперь это «Поведение» $N_{эмп}=12,673$ с высоким уровнем статистической значимости $p \leq 0,01$. Рассмотрим смысл приведённых в таблице значений. Наименьший уровень указанного социально-психологического показателя наблюдается у опрошенных работников организаций с доминирующим либеральным стилем управления руководителя. Это значит, что в этих компаниях сотрудники меньше уделяют внимания трансляции лжи через своё умышленно сформированное поведение, ведут себя более естественно даже в случаях, когда приходится лгать для достижения желаемого в отличии от организаций с субъективным восприятием авторитарного демократического стилей как основных. В этих структурах показатель «Поведение» выражен одинаково, на уровне 8 стень, это на два стень больше, чем в организациях с либеральными руководителями.

И последним мы рассмотрим необычный социально-психологический показатель «Верификация» $N_{эмп}=8,861$, который достиг уровня достоверной

статистической значимости $p \leq 0,05$. Этот показатель отражает возможность реципиента определять и выявлять ложь на основе восприятия и понимания признаков различных феноменов ложной информации. Наиболее значимо этот показатель выражен в организациях, сотрудники которых воспринимают стиль управления руководителя как авторитарный, то есть эти респонденты успешнее выявляют намеренно искажённую информацию, которую им сообщают, нежели работники компаний, воспринимающих себя частью демократической или либеральной систем управления.

С целью выявления корреляционных связей между показателями социально-психологическими предпосылками распространения ложной информации и стилями управления в организации нами был применён *корреляционный анализ с использованием непараметрического коэффициента корреляции Спирмена*. В общем, по всем показателям используемых методик было обнаружено 46 значимых корреляционных связей, из них 34 положительных (прямых) и 12 отрицательных (обратных) корреляционных связей. Наглядно корреляционные связи представлены на рисунке 2.2.4 (приложение 3).

Рис. 2.2.4 отражает корреляционные связи между стилями управления в организации и личностными установками на ложь и феноменологическими проявлениями ложной информации, которые получили условия для проявления у предрасположенных к ним сотрудников.

Изучив рисунок корреляционной плеяды, разберём связи, которые на ней изображены. Нас интересуют связи стилей управления и социально-психологических предпосылок распространения ложной информации. Начнём рассмотрение результатов корреляционного анализа с авторитарного стиля.

Существует сильная отрицательная связь между авторитарным стилем управления и установкой на честность ($r=-0,365$; $p\leq 0,01$), это подтверждает наше положение, выносимое на защиту, что авторитарный стиль управления в организации способствует распространению ложной информации. Это также подтверждает следующая сильная корреляция с установками лжи ($r=0,305$; $p\leq 0,01$). Также обнаружена сильная прямая связь авторитарного стиля управления со следующими каналами распространения лжи молодыми специалистами: голос ($r=0,313$; $p\leq 0,01$), эмоции ($r=0,259$; $p\leq 0,01$) и поведение ($r=0,339$; $p\leq 0,01$), а менее слабая — с транслированием лжи через внешний вид ($r=0,232$; $p\leq 0,05$). Это значит, что рабочая молодёжь, принявшая участие в нашем исследовании вероятнее всего будет распространять ложную информацию через первые три канала, и с меньшей вероятностью — через детали внешности. Также отмечена сильная прямая зависимость способности к верификации персонала от степени авторитарности управленца ($r=0,478$; $p\leq 0,01$). Интересно, получается, что те респонденты, которые больше остальных склонны к обману умеют лучше его идентифицировать.

Далее перейдём к либеральному стилю руководства, воспринимаемому в организации. Здесь, как мы видим, наблюдаются отрицательные значимые связи с двумя каналами проявления лжи: с пластикой ($r=-0,198$; $p\leq 0,05$) и экстраконтекстуальными феноменами лжи ($r=-0,24$; $p\leq 0,05$). Это означает,

что при либеральности руководителя скорее актуализируются неочевидные источники распространения ложной информации, описанные выше.

И завершим корреляционный анализ демократическим стилем управления. Единственная прямая сильная зависимость наблюдается у установок на честность ($r=0,286$; $p\leq 0,01$). То есть описываемый стиль формирует в рабочем коллективе у молодёжи склонности к честности как в общении, так и в рабочих процессах. Присутствует значимая отрицательная корреляция со шкалой «Мимика» ($r=-0,23$; $p\leq 0,05$), значит есть вероятность контроля мимики в своих целях в коллективах, в которых работают наши респонденты, высказавшиеся о восприятии авторитарного стиля руководства. Остальные связи с рассматриваемым стилем носят сильный отрицательный характер. Их пять: со шкалами «Слова», «Голос», «Эмоции», «Экстраконтекстуальность» и «Верификация». Это значит, что в большинстве своём респонденты из демократических организаций используют для лжи более традиционные каналы распространения, ведь в экстраконтекстуальные феномены входит ложь через интернет, которая сейчас среди молодёжи широко распространена, судя по ответам респондентов. И, видимо, в силу неискущённости в средствах распространения ложной информации респонденты с восприятием стиля управления организации как демократического хуже разбираются, когда им врут, а когда говорят правду.

Для подтверждения нашей гипотезы и данных, полученных в результате корреляционного анализа, мы провели *множественный регрессионный анализ* с целью углубленного изучения полученных взаимосвязей между стилями управления и социально-психологическими предпосылками распространения ложной информации в организации её сотрудниками. Наглядно результаты представлены в табл. 2.2.2.

Множественный регрессионный анализ показателей социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организации по стилям управления.

Социально-психологические показатели распространения ложной информации	Нестандартиз. коэффиц.		Стандартизованные коэффиценты	t	Ур. знч. p
	β	Стан. ошибка	β		
Авторитарный стиль управления					
Общая установка на честность	-1,914	0,96	-0,358	-1,994	0,049*
Общая установка на ложь	1,71	0,854	0,36	2,003	0,048*
Голос	0,24	0,055	0,72	4,383	0,000**
Эмоции	0,202	0,065	0,536	3,102	0,003**
Внешний вид	0,208	0,088	0,42	2,369	0,02*
Поведение	0,185	0,076	0,413	2,444	0,016*
Экстраконтекстуальность	0,325	0,075	0,703	4,312	0,000**
Верификация	0,177	0,028	0,951	6,316	0,000**
Либеральный стиль управления					
Голос	0,142	0,046	0,335	3,104	0,003**
Эмоции	0,109	0,054	0,229	2,019	0,046*
Пластика	-0,129	0,051	-0,294	-2,523	0,013*
Мимика	-0,102	0,052	-0,212	-1,958	0,053*
Экстраконтекстуальность	0,267	0,063	0,455	4,25	0,000**
Демократический стиль управления					
Слова	-0,098	0,032	-0,293	-3,015	0,003**
Голос	-0,09	0,025	-0,348	-3,652	0,000**
Эмоции	-0,08	0,028	-0,274	-2,807	0,006**
Пластика	0,107	0,051	0,208	2,09	0,039*
Мимика	-0,067	0,029	-0,23	-2,239	0,022*
Экстраконтекстуальность	-0,104	0,035	-0,289	-2,974	0,004**
Верификация	-0,053	0,014	-0,368	-3,894	0,000**

Примечание: * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$

Социально-психологические предпосылки распространения ложной информации в организации её сотрудниками мы отнесли к зависимым переменным, а показатели стилей управления руководителя организации — к независимым переменным. В результате проведенного множественного регрессионного анализа было получено три регрессионные модели (в соответствии со стилями управления в организациях): авторитарный, либеральный и демократический. В модель вошли социально-психологические показатели распространения лжи такие, как общая установка на ложь, общая установка на

честность, голос, эмоции, внешний вид, поведение, экстраконтекстуальность, верификация, пластика, мимика, слова. (приложение 3).

В анализ полученных моделей были включены только те регрессионные β -коэффициенты, показатели стилей управления (независимые переменные), которые являлись статистически значимыми.

При анализе регрессионной модели по стилю управления в организации «Авторитарный», мы обнаружили, что по показателям: «Общая установка на честность» ($\beta=-0,358$ при $p\leq 0,05$), «Общая установка на ложь» ($\beta=0,36$ при $p\leq 0,05$), удовлетворенность отношениями с родителями ($\beta=0,862$ при $p\leq 0,05$), «Голос» ($\beta=0,72$ при $p\leq 0,05$), «Эмоции» ($\beta=0,536$ при $p\leq 0,01$), «Внешний вид» ($\beta=0,42$ при $p\leq 0,05$), «Поведение» ($\beta=0,413$ при $p\leq 0,05$), «Экстраконтекстуальность» ($\beta=0,703$ при $p\leq 0,01$) и «Верификация» ($\beta=0,951$ при $p\leq 0,01$) были получены статистически значимые регрессионные β -коэффициенты, этот результат дает нам основание утверждать, что сотрудники организаций, в которых стиль управления руководителя воспринимается как авторитарный имеют тенденцию к снижению общих установок на честность и, напротив, повышению общих установок на ложь, что чаще всего является негативным фактором в реалиях современного рынка. Работники, о которых идёт речь, имеют большую предрасположенность к распространению лжи при помощи изменения тембра, высоты, интонации голоса, силы звука, что вполне гармонично сочетается с высоким уровнем статистической значимости параметра «Эмоции» и его положительной зависимости от авторитарного стиля управления. С достоверным уровнем статистической значимости можно также утверждать, что авторитарный стиль управления способствует усилению трансляции лжи через атрибуты и элементы внешнего вида, уместности того или иного визуального образа и подходящее ситуации поведение. И ещё один интересный феноменологический показатель лжи — это «Экстраконтекстуальность», который находится на высоком уровне статистической значимости при авторитарном стиле управления. Это значит, что

сотрудники таких организаций реализуют склонность лгать при помощи фотографий, положения в пространстве, музыки, различных предметов и интернета. И последним показателем, с высокой степенью статистической значимости выступает «Верификация», который тоже находится в положительной зависимости от авторитарного стиля руководства. Работники организаций с рассматриваемым укладом управления лучше используют свою разборчивость в предмете изобличения лжи, более глубокую осведомлённость об общих принципах верификации и, в целом, лучшую защищённость от обмана. Вероятно, это может быть связано с тем, что у них у самих достаточно обширно развиты феноменологические каналы распространения ложной информации, поэтому и есть знание о том, как другие могут обмануть, используя схожие приёмы.

Теперь рассмотрим регрессионный анализ модели стиля управления организацией «Либеральный». Исходя из полученных данных, мы можем увидеть, что статистически значимые регрессионные β -коэффициенты были получены по показателям: «Голос» ($\beta=0,335$ при $p\leq 0,01$), «Эмоции» ($\beta=0,229$ при $p\leq 0,05$), «Пластика» ($\beta=-0,294$ при $p\leq 0,05$), «Мимика» ($\beta=-0,212$ при $p\leq 0,05$) и «Экстраконтекстуальность» ($\beta=0,455$ при $p\leq 0,01$). Анализ полученных данных позволяет выдвинуть приведённые далее утверждения. С повышением доминирования либерального стиля управления в организации, её сотрудники, более склонные к распространению ложной информации через манипуляции с голосом и управлению эмоциями, изображению тех, которые они на самом деле не переживают, будут пользоваться своей предрасположенностью к указанным феноменам лжи. В паре эти два феноменологических показателя работают, как показывает эмпирический опыт, чаще и эффективнее. Также в прямой зависимости от либерального стиля управления находится показатель «Экстраконтекстуальность», выражающий реализацию склонности сотрудников организации к распространению лжи через вещи, предметы, расположения, которые вне происходящей ситуации не имеют та-

кой силы ввести в заблуждение реципиента. Далее рассмотрим социально-психологический показатель «Пластика», находящийся в обратной зависимости от степени выраженности либерального стиля управления и имеющего достоверный уровень статистической значимости. Второе название данного показателя — «Пантомимика». То есть сотрудники организации, в которой стиль управления воспринимается как либеральный в большей степени, не предрасположены транслировать ложную информацию через жесты, мимику, телодвижения, когда стремятся ввести собеседника в заблуждение. Ещё в отрицательной зависимости от либерального стиля управления находится феноменологический показатель лжи «Мимика». То есть при либеральном управлении структурами организаций, сотрудники менее предрасположены к распространению ложной информации через мимические выражения лица и могут быть не уверены в том, что могут их контролировать. При либеральном стиле управления мы уже можем наблюдать отрицательное влияние на некоторые социально-психологические феномены распространения лжи.

И, наконец, перейдём к заключающей модели стиля управления организацией «Демократический» и её множественному регрессионному анализу. Изучив полученные данные, мы можем увидеть, что статистически значимые регрессионные β -коэффициенты были получены по показателям: «Слова» ($\beta=-0,293$ при $p \leq 0,01$), «Голос» ($\beta=-0,348$ при $p \leq 0,01$), «Эмоции» ($\beta=-0,274$ при $p \leq 0,01$), «Пластика» ($\beta=-0,208$ при $p \leq 0,05$), «Мимика» ($\beta=0,23$ при $p \leq 0,05$) и «Экстраконтекстуальность» ($\beta=-0,289$ при $p \leq 0,01$) и «Верификация» ($\beta=-0,368$ при $p \leq 0,01$). Вдумчивый разбор полученных данных наталкивает на приведённые ниже выводы. Чем ярче в стиле управления организацией выражен демократический стиль, тем ниже феноменологический показатель «Слова», находящийся на высоком уровне статистической значимости. То есть подчинённые посредством слов лгут тем меньше, чем больше преобладает демократичность в руководстве. Также при рассматриваемом стиле управления меньшая предрасположенность работников наблюдается в транс-

ляции ложной информации через социально-психологические показатели «Голос», «Эмоции», находящиеся на высоком уровне статистической достоверности, и «Пластика», имеющая достаточный уровень, которые мы более подробно рассматривали выше. Единственным феноменом лжи, который находится в прямой зависимости от демократического стиля управления и имеет достаточную статистическую достоверность, является «Мимика», также рассмотренный в предыдущем абзаце. И завершают список статистически значимые показатели в регрессии демократического стиля управления социально-психологические показатели «Экстраконтекстуальность» и «Верификация», находящиеся на высоком уровне статистической значимости и имеющие обратную зависимость от рассматриваемого стиля управления.

Таким образом, мы можем наблюдать картину влияния различных стилей управления руководителями организаций на социально-психологические предпосылки распространения ложной информации: на выраженность установок на правду и ложь и реализацию предрасположенности к тому или иному феноменологическому каналу трансляции лжи персоналом этой организации. При авторитарном стиле наблюдается явно выраженная предрасположенность ко лжи, которая подтверждается положительной зависимостью всех шести выраженных каналов распространения ложной информации от описываемого стиля. Либеральная модель управления с точки зрения правдивости более предпочтительна: выраженного влияния на установки на ложь не имеет, и два из пяти феноменологических канала лжи носят обратный характер зависимости. А вот наиболее оптимальным с точки зрения борьбы за истинность информации, функционирующей в организации, является демократический стиль управления. Только один из семи выраженных каналов распространения ложной информации имеет положительную зависимость от демократичности руководителя, и к тому же имеет уровень статистической значимости $p \leq 0,05$. По полученным результатам мы можем сказать, что ги-

потеза исследования о том, что стиль управления руководителя влияет на распространение ложной информации в организации, подтвердилась.

2.3. Рекомендации по уменьшению выраженности предпосылок распространения ложной информации в организации

На основании полученных в ходе проведения эмпирического исследования данных и их последующей обработки, мы разработали рекомендации по снижению выраженности установок на ложь в общении и приближению к желаемому феноменологическому профилю сотрудника.

Рекомендации составлены для топ-менеджеров, линейных менеджеров, для психологов компаний, сотрудников подразделений по управлению персоналом.

Как уже было отмечено, здоровая и оперативная циркуляция информации в управленческой системе и в организации в целом определяет успешность на нынешнем рынке, определяет объём доступных ресурсов для развития. Если смотреть с этой точки зрения, мы считаем демократический стиль руководства наиболее приоритетным в рамках нашего исследования и рекомендуем вводить элементы демократического управления для достижения цели по уменьшению ложных данных, продуцируемых сотрудниками, и повышению эффективности распространения нужной информации, в том числе и прямых указаний управленцами.

При принятии взвешенного решения о повышении количества подчинённых, считающих стиль управления организацией демократическим, стоит, в первую очередь, в процессе управления обратить внимание на следующие аспекты, присущие указанному стилю:

1. Позитивная психологическая мотивация сотрудников, учитывая их особенности, при этом повышение эффективности использования материально-договорных стимулов для повышения расположенности к труду;

2. Стимулирование проявления инициативы у подчинённых, раскрытие их творческого потенциала через постановку нестандартных задач, требующих инновационного подхода; инициатива — движущая сила демократического стиля руководства;

3. Создание благоприятного климата в коллективе, позволяющего работать в здоровом тоне, избегая посторонних стрессов; зачастую благоприятный внутрикорпоративный климат позволяет воспринимать задачи компании как свои собственные, что однозначно положительно сказывается на конечном результате и процессе их достижения;

4. Создание условий для повышения у сотрудников удовлетворённости результатами собственного труда;

5. Делегирование ответственности, позволяющее большему количеству людей в фирме почувствовать себя причастными к управлению, а иногда и введение элементов самоуправления;

6. Преподнесение инструкций в виде предложений, которые, в случае их адекватности, каждый сотрудник примет, как собственные мысли, и с большей охотой будет им следовать; сближение с коллективом, устранение психологических барьеров, смягчение формального общения;

7. Мнение персонала — важнейший фактор, который нужно всегда учитывать, теперь распоряжения и запреты, похвала и порицание, контроль, стратегические решения и т.д. должны принимать с оглядкой на ценности, принимаемые трудовым коллективом;

8. Укрепление собственного авторитета, компетенции в вопросах, касающихся работы организации, повышение интеллектуальных, организаторских и коммуникативных способностей, ведь это основа устойчивого и здорового демократического управления.

Данные рекомендации были переданы руководству event-компании «Золотая рыбка», осуществляющей свою деятельность в Белгороде и области, и приняты для проведения коррекционной работы с менеджерами организации.

Выполненное нами исследование вносит определённый вклад в решение поставленной проблемы, поскольку устанавливает некоторые любопытные зависимости. Конечно, исследование не претендует на фундаментальность и несёт, скорее, миссию обратить внимание на вопросы лжи в работе компаний и её деструктивных последствий. Открывается поле для дальнейших исследований других предпосылок, ведь стиль управления — не единственная переменная, оказывающая значительное влияние предмет диссертации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое нами исследование было посвящено изучению социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организации. В ходе выполнения задач работы нами был проведён теоретический и эмпирический анализ взаимосвязи этих предпосылок и стилем управления, доминирующим в организации, которую представлял респондент.

В ходе изучения научной психологической литературы, касающейся темы диссертации, мы изучили разные взгляды на предмет исследования отечественных и зарубежных психологов и философов и выяснили, что ложная информация — явление намеренно искажаемой или умалчиваемой истины, обусловленное непосредственной контекстуальной данностью актов коммуникации в их внешне выраженных проявлениях, феноменах общения. Также мы выяснили, что социально-психологическими предпосылками для лжи являются установки на ложь в общении и соответствующий феноменологический профиль личности опрашиваемого молодого специалиста. Методики исследования этих предпосылок были построены Тарасовым А.Н. на основе обширных и фундаментальных трудов американского психолога, изучающего ложь, Пола Экмана.

Гипотеза, выдвинутая в начале исследования о том, что стиль управления руководителя может оказывать влияние на социально-психологические предпосылки распространения ложной информации в организации, а именно: на феноменологический профиль личности и установки на ложь в общении, подтвердилась.

Наиболее интересными дополнительными данными нашего труда стали некоторые выводы, полученные после статистической обработки. Например, выявленная корреляционным и множественным регрессионным анализами обратная зависимость с высоким уровнем статистической значимости между количеством актуализированных каналов распространения ложной информации

и способностью к верификации, распознаванию лжи у рабочей молодёжи. Ещё интересен тот факт, что наиболее используем молодыми специалистами поведенческий феномен для трансляции лжи. Не самый очевидный исход. А ложь через интернет, относящаяся к экстраконтекстуальным феноменам, чаще всего является неудачной только по мнению 3% респондентов.

Разработаны рекомендации для снижения выраженности социально-психологических предпосылок распространения ложной информации в организации для руководящего звена, которые заключаются в здоровой демократизации стиля управления. Эти рекомендации обоснованы и подтверждены нашим исследованием среди рабочей молодёжи от 20 до 26 лет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Альбрехт У., Венц Дж., Уильяме Т. Мошенничество. Луч света на темные стороны бизнеса.— СПб., 2009.— 294 с.
2. Анастаси А. Психологическое тестирование: Книга 1; Пер. с англ. / Под ред. К.М. Гуревича, В.И. Лубовского; Предисл. К.М. Гуревича, В.И. Лубовского.— М.: Педагогика, 1982.— 320 с.
3. Андреева Г.М. Психология социального познания: Учеб. Пособие для студентов высших учебных заведений. Издание второе, перераб. и доп.— М.: Аспект Пресс, 2006.— 288 с.
4. Андреева Г.М. Социальная психология.— М.: изд-во МГУ, 1988.— 415 с.
5. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию / Пер. с англ. М.А. Ковальчука под ред. В.С. Магуна.— М.: Аспект Пресс, 2008.— 517 с.
6. Бодалёв А.А. Восприятие и понимание человека человеком.— М.: МГУ, 1982.— 200 с.
7. Васюков В.Л. Формальная феноменология.— М.: Наука, 1999.— 223 с.
8. Выготский Л.С. Психология.— М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000.— 1008 с.
9. Гегель Г.В.Ф. Феноменология духа.— М.: Наука, 2000.— 495 с.
10. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала.— М.: МП «Сувенир», 1993.— 488 с.
11. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Т. 1. / Пер. с нем. А.В. Михайлова. Вступ. ст. В. Куренного.— М.: Дом интеллектуальной книги, 1999.— 336 с.
12. Даль Владимир. Толковый словарь живого великорусского языка: Т. 1-4: Т. 4: С - V.— М.: А/О Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994.— 864 с.

13. Деятельность: теория, методология, проблемы.— М.: Политиздат, 1990.— 359 с.
14. Донцов А.И. Психология коллектива.— М.: МГУ, 1984.— 208 с.
15. Жуков Ю.М., Хренов Д.М. Методический анализ исследований неискренности // Мир психологии. 2006, № 3. с. 219-230.
16. Журавлев А.Л. Взаимосвязь личности руководителей и стилей руководства в условиях совместной деятельности коллектива // Совместная деятельность: методология, теория, практика.— М.: Наука, 1988.— 228 с.
17. Журавлев А.Л., Рубахин В.Ф. Проблемы человеческого фактора в управлении // Психологические проблемы социальной регуляции поведения / Под ред. Шороховой Е.В., Бобневой М.И.— М.: Наука, 1976.— 224 с.
18. Журавлев А.Л. Стиль руководства для управления социально-психологическим климатом производственного коллектива / Социально-психологический климат коллектива: теория и методы изучения.— М.: Наука, 1979.— 176 с.
19. Зазыкин В.Г. Основы психологии проницательности.— М.: Тривола, 1997.— 88 с.
20. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние.— СПб.: Издательство «Питер», 2000.— 448 с.
21. Знаков В.В. Неправда, ложь и обман как проблемы психологии понимания.— Вопросы психологии.— 1993, № 2.
22. Знаков В.В. Западные и русские традиции в понимании лжи: размышления российского психолога над исследованиями Пола Экмана: Послесловие к кн.: Экман П. Психология лжи.— СПб.: Издательство «Питер», 1999.—272 с.
23. Знаков В.В. Половые различия в понимании неправды лжи и обмана // Психологический журнал. 1997. Т. 18. № 1. с. 38-49.

24. Знаков В.В. Проблема понимания правды в этике И. Канта, нравственной философии В.С. Соловьева и современной психологии // Психологический журнал. 1997. Т. 18. № 4. с. 3-12.

25. Знаков В.В., Романова И.А. «Истина» и «правда» в христианстве и психологии понимания // Психологический журнал. 1998. Т. 19. № 6. с. 61-70.

26. Знаков В.В. Классификация психологических признаков истинных и неистинных сообщений в коммуникативных ситуациях // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 2. с. 54-65.

27. Кант И. О лжи / Пер. С.Я. Шейнман-Топштейн, Ц.Г. Арзаканьян / Под общ. ред. проф. А.В. Гулыги // Соч.: В 8 т.— М.: Чоро, 1994, Т. 6.— С. 471- 474.

28. Карпов А.В. Психология принятия управленческих решений / Под ред. д-ра псих. наук, академика РАО, проф. В.Д. Шадрикова.— М.: Юристь, 2008.— 440 с.

29. Квинн В. Прикладная психология.— СПб.: Издательство «Питер», 2000.— 560 с.

30. Криминальная мотивация / Отв.ред. академик В.Н.Кудрявцев.— М.: Наука, 1986.— 304 с.

31. Леонгард Карл. Акцентуированные личности / Пер. с нем.— Ростов.: изд-во «Феникс», 1997.— 544 с.

32. Лурия А.Р. О системе психологии поведения: Принципы ее построения / Журнал психологии, педагогики и психотехники. Серия А: Психология.— М.: Госиздат, 1928.— Т. I.— Вып. I.— с. 53-64.

33. Лурия А.Р. Психология в определении следов преступления / Научное слово, 1928, №3.— с. 79-92.

34. Лурия А.Р. Сопряженная моторная методика и ее применение в исследовании аффективных реакций / Проблемы современной психологии.— Т. 3.— М.: 1928.

35. Майерс Д. Социальная психология / Пер. с англ.— СПб.: Питер, 1997.— 688 с.
36. Милгрэм С. Эксперимент в социальной психологии.— СПб.: Изд-во «Питер», 2000.— 336 с.
37. Мильнер Б.З. Теория организаций.— М.: ИНФРА-М, 1998.— 336 с.
38. Надирашвили Ш.А. Психология пропаганды.— Тбилиси, Изд-во «Мецниереба», 1978.— 122 с.
39. Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. — М.: Речь, 2012.— 392 с.
40. Ньюстром Дж.В., Дэвис К. Организационное поведение / Пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского.— СПб: Издательство «Питер», 2000.— 448 с.
41. Олейников В.В. Делайте бизнес надежным и безопасным.— Рыбинск: ОАО «Рыбинский Дом печати», 2014.— 448 с.
42. Перспективы социальной психологии / Пер. с англ.— М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2015.— 688с.
43. Пиз А. Язык жестов / Пер. с англ.— Воронеж: НПО «МОДЭК», 1992.— 218 с.
44. Платонов К.К. Система психологии и теория отражения.— М.: Изд-во «Наука», 1982.— 309 с.
45. Процесс социального исследования. Вопросы методологии, методики и организации марксистско-ленинских социальных исследований / Пер. с нем. А.Г. Шестакова и И.Н.Марасанова. Общ. ред. и послесл. д-ра философ. Наук Ю.Е. Волкова.— М.: Изд-во «Прогресс», 1975.— 576 с.
46. Райх В. Характероанализ: техника и основные положения для обучающихся и практикующих аналитиков / Перевод; Общ. ред и вступ. Ст. А.В. Россохина.— М.: ТЕРРА — Книжный клуб; 2003.— 464 с.
47. Ронин Р. Своя разведка: способы вербовки агентуры, методы проникновения в психику, форсированное воздействие на личность, технические

средства скрытого наблюдения и съема информации: Практическое пособие.— Мн.: «Харвест», 1998.— 368 с.

48. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии.— СПб.: Изд-во «Питер», 2000.— 712 с.

49. Самонов А.П. Психология преступных групп.— Пермь, 1991.— 230 с.

50. Симоненко С.И. Психологические основания оценки ложности и правдивости сообщений.— Вопросы психологии, 1998, № 3.

51. Соловьев В.С. Чтения о богочеловечестве. Духовные основы жизни. Оправдание добра.— Мн.: Харвест, 1999.— 912 с.

52. Солсо Р.Л. Когнитивная психология / Пер. с англ.— М.: Тривола, 1996.— 600 с.

53. Тарасов А.Н. Психология лжи.— М.: Книжный мир, 2015.— 327 с.

54. Тарасов А.Н. Социально-психологические особенности функционирования службы персонала в современных условиях: Учебное пособие.— М.: ГУУ, 2014.— 55 с.

55. Тарасов А.Н. Социально-психологическая феноменология лжи: Учебное пособие.— М.: ГУУ, 2013.— 106 с.

56. Торндайк Э. Принципы обучения, основанные на психологии / Основные направления психологии в классических трудах. Бихевиоризм. Э. Торндайк. Принципы обучения, основанные на психологии. Джон Б. Уотсон. Психология как наука о поведении.— М.: ООО «Издательство» АСТ - ЛТД», 1998.— 704 с.

57. Трудовой кодекс Российской Федерации.— М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002.— 192 с.

58. Уайменн Дж. М., Джайлс Г. Ложь и обман: опасности для аффилиации // Перспективы социальной психологии / Пер. с англ.— М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2011.— с. 363-365.

59. Уайтсайд Р. О чем говорят лица.— СПб.: Питер Пресс, 2013.— 160 с.

60. Феофанов О.А. Агрессия лжи.— М.: Политиздат, 1987.— 318с.

61. Филиппов А.В. Психология управленческой деятельности руководителя.— М.— 1980.— 127 с.
62. Филиппов А.В. Психология и этика деловых отношений.— М.: АО АЭП, 1996.— 143 с.
63. Филонов Л.Б. Психологические способы выявления скрываемого обстоятельства.— М.: МГУ, 1979.— 285 с.
64. Фрейд З. Психология бессознательного: Сб. произведений / Сост., науч. Ред., авт. вступ. Ст. М.Г. Ярошевский.— М.: Просвещение, 1989.— 448 с.
65. Фролов С.С. Социология организаций: Учебник.— М.: Гардарики, 2001.— 384 с.
66. Хайдеггер М. О сущности истины // Хайдеггер М. Разговор на проселочной дороге: Сборник: Пер. с нем. / Под ред. А.Л. Доброхотова.— М.: Высшая школа, 1991.— 192 с.
67. Чалдини Р. Психология влияния.— СПб.: Питер Ком, 2015.— 272 с.
68. Экман П. Психология лжи.— СПб.: Издательство «Питер», 2017.— 304 с.
69. Эмерсон Р. Нравственная философия.— Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2001.— 384 с.
70. Юнг К.Г. Аналитическая психология. Глоссарий / Пер. с англ. — СПб., 1994.— 136 с.
71. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности.— М.: Добросвет, 2010.— 596с.
72. Ekman P., Friesen W. V., O'Sullivan M. Smiles when lying // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1988. V. 54. № 3. P. 414- 420.
73. Ekman P., O'Sullivan M. Who Can Catch a Liar? // *American Psychologist*. 1991. V. 46. №9. P. 913-920.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

Диагностические методики в порядке их предъявления

1. Тест на определение стиля управления персоналом

Захарова В.П. и Журавлёва А.Л.

Инструкция: опросник содержит 16 групп утверждений, характеризующих качества менеджера как руководителя. Каждая группа состоит из трех утверждений, обозначенных буквами А, Б, В. Вам следует внимательно прочесть все три утверждения в составе каждой группы и выбрать одно, которое в наибольшей степени соответствует вашему представлению об исследуемом руководителе. Отметьте выбранное утверждение знаком «+» под соответствующе буквой.

Таблица 1.1.

Бланк теста на определение стиля управления персоналом

А	Б	В
1. Вышестоящее начальство требует, чтобы обо всех делах докладывали только ему.	Старается все решать вместе с подчиненными, а лично решает только самые срочные и оперативные вопросы.	Некоторые важные дела разрешаются фактически без участия менеджера, его функции выполняют другие работники.
2. Всегда что-нибудь приказывает, распоряжается, требует, но никогда не просит.	Приказывает так, что хочется выполнить.	Приказывать не умеет.
3. Старается, чтобы его заместители были квалифицированными специалистами.	Менеджеру безразлично, кто работает у него заместителем, помощником.	Он добивается безотказного исполнения и подчинения у заместителей, помощников.
4. Его интересует только выполнение служебных обязанностей, а не отношение людей друг к другу.	В службе не заинтересован, подходит к делу формально.	Решая служебные задачи, старается создать хорошие отношения между работниками в коллективе.
5. Наверное, он консервативен, так как боится нового.	Инициатива подчиненных менеджером не принимается.	Способствует тому, чтобы подчиненные работали самостоятельно.
6. На критику вышестоящего руководителя обычно не обижается, прислушивается к ней.	Не любит, когда его критикуют, и не старается это скрыть.	Критику выслушивает, даже собирается принять меры, но ничего не предпринимает.
7. Складывается впечатление, что менеджер боится отвечать за свои действия.	Ответственность распределяет между собой и подчиненными.	Менеджер единолично принимает решения или отменяет их.

8. Регулярно советуется с подчиненными, особенно с опытными работниками.	Подчиненные не только советуют, но и могут давать указания своему руководителю.	Не допускает, чтобы подчиненные ему советовали, а тем более возражали.
9. Обычно советуется с заместителями и нижестоящими менеджерами, но не с рядовыми подчиненными.	Регулярно общается с подчиненными, говорит о положении дел в коллективе, о трудностях, которые предстоит преодолеть.	Для выполнения какой-либо работы ему нередко приходится уговаривать своих подчиненных.
10. Всегда обращается к подчиненным вежливо, доброжелательно.	В обращении с подчиненными часто проявляет равнодушие.	По отношению к подчиненным бывает нетактичным и даже грубым.
11. В критических ситуациях менеджер плохо справляется со своими обязанностями.	В критических ситуациях менеджер, как правило, переходит к более жестким методам управления.	Критические ситуации не изменяют стиля его управления.
12. Сам решает даже те вопросы, с которыми не совсем хорошо знаком.	Если что-то не знает, то не боится этого показать, обращается за помощью к другим.	Он не может действовать сам, а ждет «подталкиваний» со стороны, указаний сверху.
13. Пожалуй, он не очень требовательный человек.	Он требователен, но одновременно и справедлив.	О нем можно сказать, что он бывает слишком строгим, придирчивым.
14. Контролируя результаты, всегда замечает положительную сторону, хвалит персонал.	Всегда строго контролирует работу подчиненных и коллектива в целом.	Контролирует работу от случая к случаю.
15. Менеджер умеет поддерживать дисциплину и порядок.	Часто делает подчиненным замечания, наказывает их.	Не может влиять на состояние дисциплины.
16. В присутствии менеджера персонал все время находится в напряжении.	С руководителем работает интелесно.	Подчиненные предоставлены сами себе.

Таблица 1.2.

Ключ к тесту на определение стиля управления персоналом

№	А	Б	В	№	А	Б	В
1	А	Д	Л	9	А	Д	Л
2	А	Д	Л	10	Д	Л	А
3	Д	Л	А	11	Л	А	Д
4	А	Л	Д	12	А	Д	Л
5	Л	А	Д	13	Л	Д	А
6	Д	А	Л	14	Д	А	Л
7	Л	Д	А	15	Д	А	Л
8	Д	Л	А	16	А	Д	Л

Обработка и интерпретация результатов теста проводится на основе сопоставления данных в бланке ответов с ключом. По доминированию совпадающих ответов, соответствующих тому или иному стилю руководства, делается заключение о наличии ведущего или смешанного стиля руководства.

Авторитарный (директивный) стиль (А). Ориентация на собственное мнение и оценки. Стремление к власти, уверенность в себе, склонность к жесткой формальной дисциплине, большая дистанция с подчиненными. Нежелание признавать свои ошибки. Пренебрежение к инициативе и творческой активности подчиненных. Единоличное принятие решений. Контроль за действиями подчиненных.

Либеральный стиль (пассивное невмешательство) – Л. Снисходительность к подчиненным. Отсутствие требовательности и строгой дисциплины, контроля, либеральность, панибратство с подчиненными. Склонность перекладывать ответственность в принятии решений.

Демократический (коллегиальный) стиль (Д). Требовательность и контроль сочетаются с инициативой и творческим подходом к выполнению служебных обязанностей и сознательным соблюдением дисциплины. Стремления делегировать полномочия и разделять ответственность, демократичность в принятии решений.

2. Опросник «Установки на ложь в общении» (Тарасов А.Н.).

Инструкция: прочитайте противоположные утверждения и в каждом ряду и зачеркните одну цифру, соответствующую Вашему мнению: 3 — полностью согласен, 2 — согласен, 1 — частично согласен, 0 — трудно сказать.

Таблица 1.3.

Бланка методики «Установка на ложь в общении»

1	Нарушение обещания никогда недопустимо	3	2	1	0	1	2	3	Нарушение обещания допустимо, если изменились обстоятельства
2	Родители не имеют права обманывать своих детей ни при каких обстоятельствах	3	2	1	0	1	2	3	Родители имеют право обманывать своих детей в их же интересах
3	Ложь всегда отвратительна	3	2	1	0	1	2	3	Ложь бывает привлекательнее правды
4	Только честный человек добьется успеха в этой жизни	3	2	1	0	1	2	3	Честный человек ничего не добьется в этой жизни
5	Даже для сохранения чьей-то личной тайны лгать нельзя	3	2	1	0	1	2	3	Для сохранения чьей-то личной тайны ложь допустима
6	Любого лжеца можно когда-нибудь разоблачить	3	2	1	0	1	2	3	Некоторых лжецов разоблачить невозможно
7	Даже для сохранения служебной тайны лгать нельзя	3	2	1	0	1	2	3	Для сохранения служебной тайны ложь допустима
8	Любая ложь всегда вызывает конфликты и затрудняет общение	3	2	1	0	1	2	3	Умелая и своевременная ложь предотвращает конфликты и облегчает общение
9	Никогда нельзя скрывать от руководства неблагоприятную информацию	3	2	1	0	1	2	3	Бывают случаи, когда нужно скрыть неблагоприятную информацию от руководства
10	Только честный человек добьется успеха в нашей организации	3	2	1	0	1	2	3	Честный человек никогда не добьется успеха в нашей организации
11	В конкурентной борьбе ложь недопустима	3	2	1	0	1	2	3	В конкурентной борьбе все средства хороши, в том числе и ложь
12	Даже для сохранения коммерческой тайны лгать нельзя	3	2	1	0	1	2	3	Для сохранения коммерческой тайны ложь допустима
13	Истину нельзя исказить даже ради интересного дела	3	2	1	0	1	2	3	Ради интересного дела истину можно исказить
14	Ложь не облегчает обмен информацией между людьми	3	2	1	0	1	2	3	Ложь всегда облегчает обмен информацией между людьми
15	Даже для сохранения служебной тайны лгать нельзя	3	2	1	0	1	2	3	Для сохранения служебной тайны ложь допустима
16	Обман не помогает оказать влияние на других людей	3	2	1	0	1	2	3	Обман всегда помогает оказать влияние на других людей
17	Даже для сохранения имиджа своей организации лгать недопустимо	3	2	1	0	1	2	3	Для сохранения имиджа своей организации можно солгать
18	Ложь не помогает лучше объяснить что-либо	3	2	1	0	1	2	3	Ложь всегда помогает лучше объяснить что-
19	Обман не помогает изменить решения других людей	3	2	1	0	1	2	3	Обман всегда помогает изменить решения других людей

Далее мы заносим первоначальные данные в таблицу для упрощения дальнейшей обработки.

Таблица 1.4.

Таблица «сырых» данных для определения степени выраженности установок на ложь или честность в общении

Вариант ответа	3	2	1	0	1	2	3
Частота ответа	9	8	13	3	8	8	7

После этого можно посчитать коэффициенты установок на ложь, честность и невыраженных установок:

$$k_{\text{уч}} = \frac{9 + 8 + 13}{56} = 0,54$$

$$k_{\text{ну}} = \frac{3}{56} = 0,05$$

$$k_{\text{ул}} = \frac{8 + 8 + 7}{56} = 0,41$$

Либо, если нужен более подробный детальный анализ установок, можно представить сырые данные в виде графика:

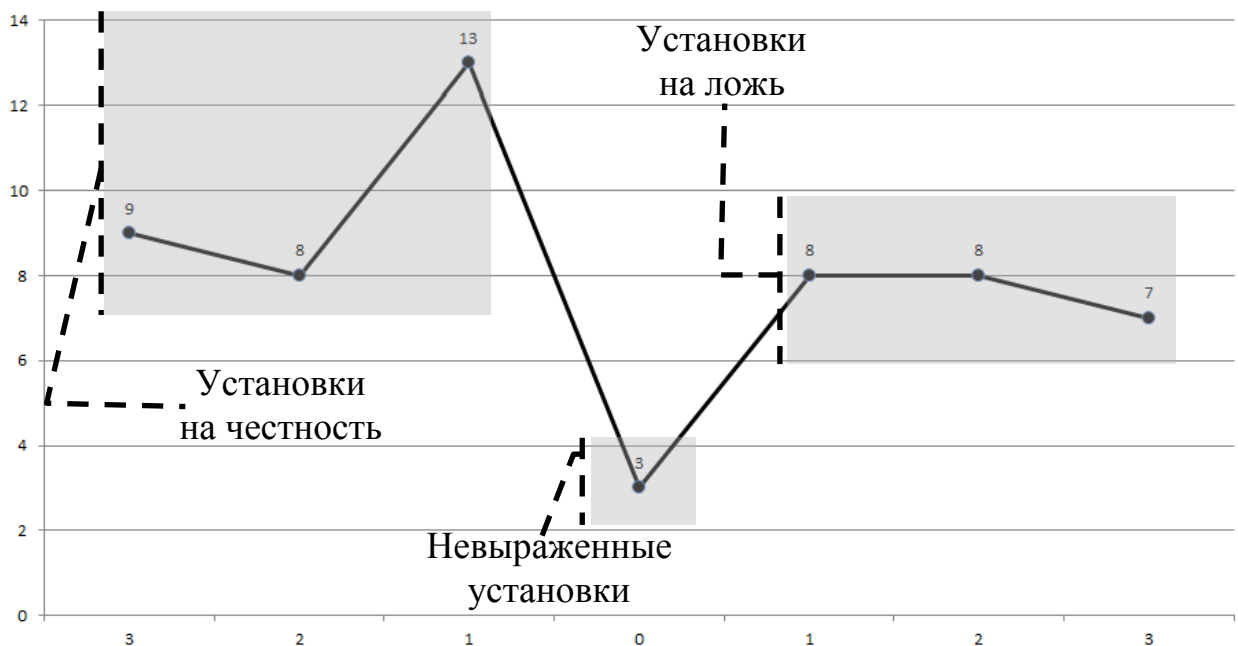


Рис. 1.1. Подробное представление выраженности установок в графическом виде, (кол-во ответов)

По коэффициентам можно определить в процентном соотношении установки в общении, доминирующие у испытуемого, а по графику можно детальнее определить уже выраженность этих установок.

3. Опросник «Феноменологический профиль личности» (Тарасов А.Н.).

Инструкция: перед Вами список утверждений к которым нужно выбрать один из вариантов ответа: «Да», «Затрудняюсь ответить» и «Нет». Внимательно читайте каждое из утверждений.

Часть вопросов мы привели в таблице 3.5.

Таблица 3.5.

Вопросы к шкалам методики «Феноменологический профиль личности»

Наименование шкалы	Утверждения
Слова	Моя ложь раскрывается, потому что я неправильно подбираю слова; лжецы склонны особенно тщательно подбирать слова; словами обмануть легче всего; скрыть истину легче с помощью слов; даже осторожного лжеца может подвести оговорка; не каждая оговорка свидетельствует об обмане; некоторые люди, когда лгут, не дают прямых ответов; наиболее распространенными признаками обмана являются паузы в речи.
Голос	Правильно выбранная интонация позволяет лучше обмануть собеседника; правильно выбранный тембр голоса позволяет лучше обмануть собеседника; правильно выбранная сила звука голоса позволяет лучше обмануть собеседника; людям, подозревающим собеседника во лжи, следовало бы обращать больше внимания на голос; бесстрастный голос, не обязательно свидетельствует о правдивости.
Пластика (пантомимика)	Думаю, что слишком сильно жестикулирую, когда лгу; с помощью жестикуляции можно удачно солгать; ложь часто можно обнаружить благодаря несоответствию между тем, что говорится, и тем, о чем свидетельствуют телодвижения; так же как оговорки в речи, бывают промахи и в телодвижениях, выдающие информацию, которую человек пытается скрыть; человек жестикулирует меньше, когда говорит нерешительно, собираясь обмануть;
Лицо (мимика)	Думаю, что я сильно меняюсь в лице, когда лгу; улыбка - лучшая маска фальшивой эмоции; лжец обычно следит за своей мимикой и пытается ее контролировать; по мимике легче заметить обман, чем по словам; людям, подозревающим собеседника во лжи, следовало бы обращать больше внимания на мимику; ложь часто можно обнаружить благодаря несоответствию между тем, что говорится, и тем, о чем свидетельствуют лицо.

Эмоции	Наверное, я сильно волнуюсь, когда лгу и это заметно; одним из способов сокрытия переживаемых чувств является имитация эмоций, не испытываемых на самом деле; намеренное изображение положительных эмоций для большинства людей дается с трудом; больше шансов выявить обман, если обманывающий эмоционально возбужден; мало справиться с сильной эмоцией, надо еще и скрыть ее.
Внешний вид	Соответствующий обстановке внешний вид помогает солгать; удачно подобранная одежда помогает обмануть собеседника; хорошо одетому человеку поверят скорее, чем плохо одетому; правильно выбранная одежда позволяет лучше обмануть собеседника; людям, подозревающим собеседника во лжи, следовало бы обращать больше внимания на детали его одежды; ложь часто можно обнаружить благодаря несоответствию между тем, что говорится, и тем, как одет человек;
Поведение	Думаю, что мое поведение сильно меняется, когда я лгу; смех позволяет лучше обмануть собеседника; уверенная манера держаться помогает обмануть другого человека; человек может говорить осторожно, когда он впервые обращается к человеку, которым до этого страстно восхищался на расстоянии; человек может говорить осторожно, когда ставки в игре достаточно высоки; если лжец как следует не продумал свое поведения заранее, ему придется быть осторожным и тщательно обдумывать каждое слово; беспокойное поведение является верным признаком обмана.
ВНС (вегетативная нервная система)	Изменения частоты и глубины дыхания, сопровождающие возникновение эмоций, являются вполне надежными признаками обмана; изменение интенсивности потоотделения, сопровождающие возникновение эмоций, является вполне надежным признаком обмана; краска, заливающая лицо, является вполне надежным признаком обмана; бледность лица является вполне надежным признаком обмана
Экстра-контекстуальные феномены	С помощью фотографии можно удачно солгать; с помощью различных предметов можно удачно солгать; с помощью Интернета можно удачно солгать; с помощью музыки можно удачно солгать; удачное размещение в помещении помогает обмануть собеседника; удачно выбранная дистанция между собеседниками облегчает ложь; во время разговора надо стоять так, чтобы не было видно большей части лица.
Верификация	Никогда нельзя полагаться только на один признак, обмана, их обязательно должно быть несколько; некоторые люди вообще не допускают просчетов, когда лгут; отсутствие признаков обмана еще не есть доказательство правдивости; когда другие объяснения недоступны, обман представляется самым удобным и простым из них; при первой встрече человека легче заподозрить во лжи; иногда говорящие правду люди и не подозревают о том, насколько тщательно изучается каждое их слово, каждый жест и каждое выражение лица;
Искренность	У меня порой бывают денежные затруднения; подчас я теряю терпение и впадаю в ярость; иногда я сержусь; я ежедневно читаю газеты; в детстве я боялся темноты; я никогда ни с кем не ссорился; я никогда не откладываю на завтра то, что можно сделать сегодня; иногда я говорю неправду; иногда мне кажется, что я ни к чему не способен; не люблю, когда меня критикуют; иногда мне в голову приходят такие нехорошие мысли, что лучше о них никому не рассказывать; мне не всегда удается соблюдать правила и ограничения.

Обработка результатов опросника проводится следующим образом. Каждый ответ, подтверждающий успешность обмана с помощью каждой из шкал, оценивается в 2 балла, ответ «Затрудняюсь ответить» всегда оценивается в 1 балл, а вариант, отрицающий действенность феномена лжи, о котором идёт речь в утверждении, оценивается в 0 баллов.

Перевод в стандартные десятки осуществляется так:

$$S_n = \frac{5 \times \text{количество баллов по шкале}}{\text{количество вопросов шкалы}} \text{ и округляется до целого числа в соответствии}$$

с математическими законами.

Посчитав количество стенов по каждой шкале, строим график:

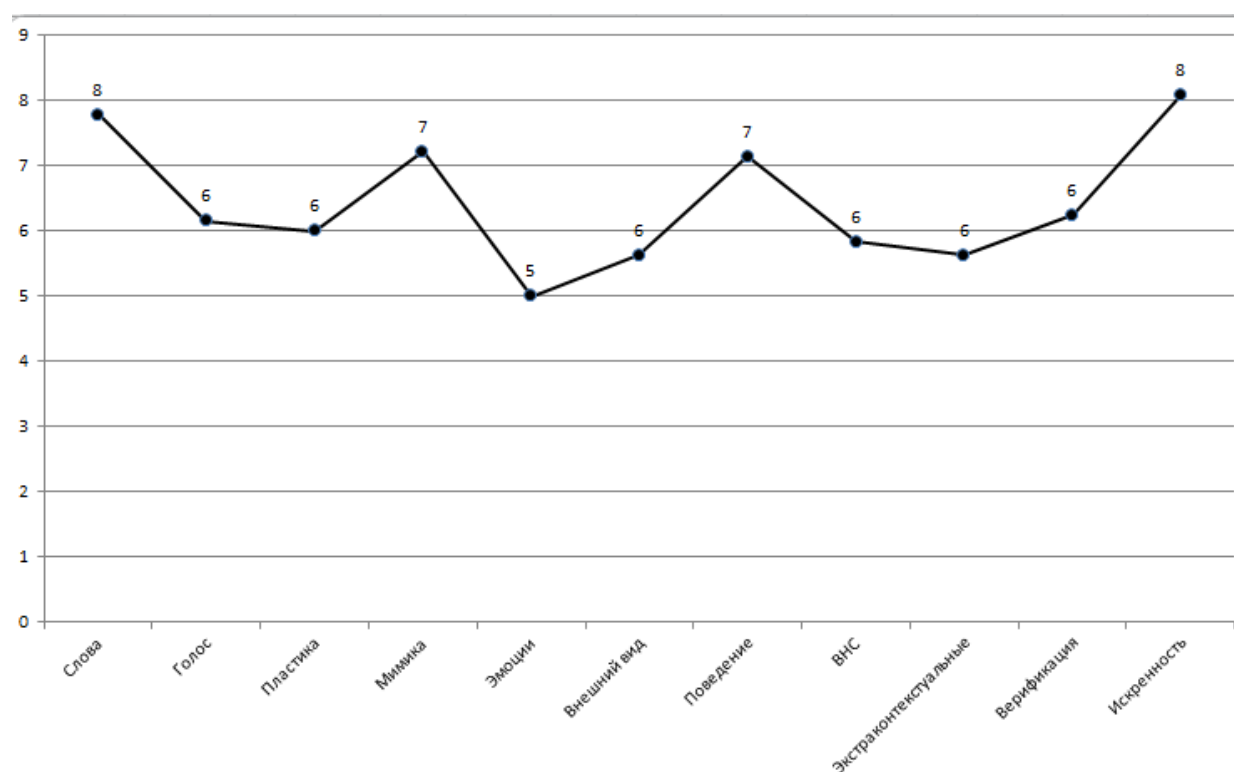


Рис. 3.2. Степень выраженности феноменов лжи у одного из респондентов, (стены)

По последним двум методикам выраженность в 1-2 стена оценивается как низкая, 3-4 стена — средняя, 5-6 стенов — повышенная, 7 — высокий уровень выраженности, 8-10 стенов — очень высокий.

Сводные таблицы полученных данных

Таблица 2.1.

Представление респондентов о стилях управления
в их организациях

№ вопроса № респондента	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Доминирующий стиль управления
1	Б	В	Б	В	В	Б	В	Б	А	В	В	В	В	Б	В	В	Д
2	А	А	А	В	В	В	А	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
3	Б	А	В	В	В	В	Б	Б	В	В	В	Б	В	Б	Б	В	Д
4	А	А	А	А	В	В	В	Б	В	А	А	В	А	А	А	А	А
5	А	В	В	В	В	Б	В	В	А	В	А	В	В	В	В	В	Д
6	Б	А	В	В	В	Б	А	В	В	В	В	А	А	Б	А	А	Д
7	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	А	А	В	А	В	В	Д
8	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Б	В	В	Д
9	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	А	А	В	В	В	А	Д
10	В	Б	В	В	В	А	А	А	В	В	А	А	А	В	В	В	Д
11	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
12	А	А	А	В	В	В	А	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
13	В	В	Б	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	Б	Д
14	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
15	В	В	А	В	В	В	А	В	А	В	А	А	В	Б	Б	А	Д
16	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	Д
17	В	Б	В	В	В	В	В	В	А	В	А	В	Б	В	Б	Б	Д
18	В	А	В	А	Б	В	В	В	В	Б	А	А	А	А	А	А	А
19	В	В	В	В	В	Б	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	Д
20	Б	В	В	А	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	А	Д
21	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Д
22	Б	Б	А	А	А	Б	Б	А	А	В	А	А	В	Б	Б	Б	А
23	Б	Б	А	А	В	Б	В	Б	Б	Б	Б	А	А	Б	Б	Б	Л
24	В	А	А	А	А	А	А	А	А	Б	А	А	А	А	А	А	А
25	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Д
26	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	Д
27	Б	А	А	А	А	Б	А	А	В	А	А	А	А	А	А	А	А
28	А	В	В	В	В	А	В	А	В	В	В	В	А	А	В	А	Д
29	Б	Б	В	А	А	Б	Б	В	Б	А	Б	Б	В	Б	Б	Б	Л
30	А	А	А	А	А	Б	А	А	Б	В	А	А	А	А	А	А	А
31	В	А	В	А	Б	Б	Б	А	А	А	Б	Б	А	Б	Б	Б	Л
32	В	А	Б	В	В	В	В	В	В	Б	А	В	В	А	В	В	Д
33	В	Б	Б	В	В	А	А	В	А	В	В	В	В	В	В	Б	Д
34	Б	В	Б	В	В	Б	В	Б	А	В	В	В	В	Б	В	В	Д

Таблица 2.1 (продолжение)

№ вопроса № респондента	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Доминирующий стиль управления
35	А	А	А	В	В	В	А	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
36	Б	А	В	В	В	В	Б	Б	В	В	В	Б	В	Б	Б	В	Д
37	А	А	А	А	В	В	В	Б	В	А	А	В	А	А	А	А	А
38	А	В	В	В	В	Б	В	В	А	В	А	В	В	В	В	В	Д
39	Б	А	В	В	В	Б	А	В	В	В	В	А	А	Б	А	А	Д
40	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	А	А	В	А	В	В	Д
41	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Б	В	В	Д
42	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	А	А	В	В	В	А	Д
43	В	Б	В	В	В	А	А	А	В	В	А	А	А	В	В	В	Д
44	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
45	А	А	А	В	В	В	А	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
46	В	В	Б	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	Б	Д
47	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
48	В	В	А	В	В	В	А	В	А	В	А	А	В	Б	Б	А	Д
49	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	Д
50	В	Б	В	В	В	В	В	В	А	В	А	В	Б	В	Б	Б	Д
51	В	А	В	А	Б	В	В	В	В	Б	А	А	А	А	А	А	А
52	В	В	В	В	В	Б	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	Д
53	Б	В	В	А	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	А	Д
54	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Д
55	Б	Б	А	А	А	Б	Б	А	А	В	А	А	В	Б	Б	Б	А
56	Б	Б	А	А	В	Б	В	Б	Б	Б	Б	А	А	Б	Б	Б	Л
57	В	А	А	А	А	А	А	А	А	Б	А	А	А	А	А	А	А
58	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Д
59	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	Д
60	Б	А	А	А	А	Б	А	А	В	А	А	А	А	Б	А	А	А
61	А	В	В	В	В	А	В	А	В	В	В	В	А	А	В	А	Д
62	Б	Б	В	А	А	Б	Б	В	Б	А	Б	Б	В	Б	Б	Б	Л
63	А	А	А	А	А	Б	А	А	Б	В	А	А	А	А	А	А	А
64	В	А	В	А	Б	Б	Б	А	А	А	Б	Б	А	Б	Б	Б	Л
65	В	А	Б	В	В	В	В	В	В	Б	А	В	В	А	В	В	Д
66	В	Б	Б	В	В	А	А	В	А	В	В	В	В	В	В	Б	Д
67	Б	В	Б	В	В	Б	В	Б	А	В	В	В	В	Б	В	В	Д
68	А	А	А	В	В	В	А	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
69	Б	А	В	В	В	В	Б	Б	В	В	В	Б	В	Б	Б	В	Д
70	А	А	А	А	В	В	В	Б	В	А	А	В	А	А	А	А	А
71	А	В	В	В	В	Б	В	В	А	В	А	В	В	В	В	В	Д
72	Б	А	В	В	В	Б	А	В	В	В	В	А	А	Б	А	А	Д
73	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	А	А	В	А	В	В	Д
74	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Б	В	В	Д
75	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	А	А	В	В	В	А	Д
76	В	Б	В	В	В	А	А	А	В	В	А	А	А	В	В	В	Д
77	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
78	А	А	А	В	В	В	А	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
79	В	В	Б	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	Б	Д

Таблица 2.1 (окончание)

№ вопроса № респондента	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Доминирующий стиль управления
80	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	А	В	В	Д
81	В	В	А	В	В	В	А	В	А	В	А	А	В	Б	Б	А	Д
82	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	Д
83	В	Б	В	В	В	В	В	В	А	В	А	В	Б	В	Б	Б	Д
84	В	А	В	А	Б	В	В	В	В	Б	А	А	А	А	А	А	А
85	В	В	В	В	В	Б	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	Д
86	Б	В	В	А	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	А	Д
87	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Д
88	Б	Б	А	А	А	Б	Б	А	А	В	А	А	В	Б	Б	Б	А
89	Б	Б	А	А	В	Б	В	Б	Б	Б	Б	А	А	Б	Б	Б	Л
90	В	А	А	А	А	А	А	А	А	Б	А	А	А	А	А	А	А
91	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	Д
92	В	В	В	В	В	В	В	В	В	В	А	В	В	В	В	В	Д
93	Б	А	А	А	А	Б	А	А	В	А	А	А	А	Б	А	А	А
94	А	В	В	В	В	А	В	А	В	В	В	В	А	А	В	А	Д
95	Б	Б	В	А	А	Б	Б	В	Б	А	Б	Б	В	Б	Б	Б	Л
96	А	А	А	А	А	Б	А	А	Б	В	А	А	А	А	А	А	А
97	В	А	В	А	Б	Б	Б	А	А	А	Б	Б	А	Б	Б	Б	Л
98	В	А	Б	В	В	В	В	В	В	Б	А	В	В	А	В	В	Д
99	В	Б	Б	В	В	А	А	В	А	В	В	В	В	В	В	Б	Д

Примечание:

расшифровывать стоит только последний столбик. Буквы «А, Б, В» в самой таблице не несут за собой никакого сокращения, это технический вариант ответа. А буквы из колонки «Доминирующий стиль управления» читать так:

- > А — авторитарный стиль управления;
- > Л — либеральный;
- > Д — демократический.

Таблица 2.2.

Выраженность респондентами установок в общении, (варианты ответов)

№ во- проса № респон- дента	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	
1	4	5	5	3	3	5	5	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	5	4	5	2	2	5	3	1	3	1	3	2	2	3	
2	7	5	3	4	3	6	4	4	5	4	4	6	7	3	6	4	1	3	4	2	2	6	7	2	4	4	6	3	1	3	5	3	1	5	1	
3	2	7	7	5	5	7	3	2	5	5	5	7	7	3	4	7	5	1	4	2	4	5	7	4	7	3	4	4	1	5	1	6	2	4	4	
4	7	5	1	1	1	1	1	1	7	1	1	5	5	1	1	4	1	4	1	1	5	5	4	1	5	1	5	1	1	2	1	3	1	7	5	
5	6	6	3	5	2	4	6	2	7	2	4	6	6	4	1	2	5	1	4	5	4	5	7	6	6	2	4	6	3	6	1	2	3	5	6	
6	7	6	2	6	5	6	2	3	6	4	5	7	7	6	1	6	6	5	3	1	3	5	5	5	6	3	6	2	1	3	2	3	2	4	3	
7	2	6	5	2	2	6	5	3	5	4	5	5	5	2	2	5	1	3	1	2	1	5	3	2	5	1	5	2	1	1	4	5	1	3	2	
8	6	3	5	4	2	7	3	5	5	6	2	6	7	2	1	6	3	3	2	2	2	5	3	4	3	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	
9	1	4	1	3	3	5	4	2	3	4	4	4	4	1	1	6	1	3	1	1	1	5	7	3	6	2	1	3	1	1	1	1	1	3	4	
10	6	1	7	1	1	2	1	1	4	3	4	7	5	7	1	7	7	4	1	7	5	4	4	4	5	1	1	2	2	1	5	4	2	6	6	
11	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	4	5	1	2	3	2	4	4	2	3	2	4	1	2	2	4	6	2	4	4	
12	6	7	5	6	1	3	4	5	2	5	4	5	7	1	1	6	2	6	1	2	3	5	5	3	3	3	3	3	1	4	4	2	3	2	4	5
13	5	5	2	4	5	5	5	3	4	3	4	6	3	5	6	5	5	5	3	1	3	4	4	1	3	4	3	3	4	5	5	2	1	5	7	
14	3	2	2	3	2	4	2	3	1	2	4	4	3	3	4	4	2	3	1	2	3	6	2	2	2	1	2	2	1	3	1	3	3	5	6	
15	1	3	2	1	2	4	1	1	3	2	3	4	4	1	6	5	2	1	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	2	1	4	3	2	2	
16	2	2	2	2	2	4	4	2	3	2	3	4	2	2	1	5	1	3	1	2	2	3	4	4	3	2	4	2	4	4	1	1	1	7	7	
17	1	3	1	1	3	2	3	2	1	1	3	4	4	1	1	4	2	3	1	1	1	1	4	3	4	1	1	1	2	2	3	3	2	5	3	
18	6	6	4	3	6	5	2	2	5	3	3	6	6	2	1	3	1	2	2	3	2	3	4	2	2	1	2	1	3	6	3	2	2	5	6	
19	4	3	2	4	5	4	4	2	3	1	2	1	6	4	1	2	2	1	2	2	2	4	4	4	4	1	4	2	3	5	4	3	3	5	4	
20	2	4	5	5	3	5	4	3	5	2	3	3	2	5	3	4	5	4	2	2	3	5	5	4	5	4	2	2	3	5	5	6	1	7	7	
21	6	6	6	3	4	4	5	2	4	6	6	7	7	2	1	3	6	2	4	3	3	4	4	2	6	2	4	6	2	3	1	6	4	4	5	

Таблица 2.2 (продолжение)

22	4	6	2	4	6	7	3	4	6	5	7	6	6	3	7	6	7	1	1	2	2	4	4	2	4	1	4	3	2	5	4	2	2	4	4
23	2	5	1	2	2	7	2	2	2	2	5	2	2	2	1	3	3	1	4	3	3	3	7	2	5	3	2	3	2	3	1	3	2	5	4
24	1	7	4	4	7	7	7	4	1	4	4	7	7	1	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	3	5	3	3	5	5
25	2	4	2	3	2	4	1	2	3	2	4	2	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	5	5
26	6	5	6	5	2	6	5	3	2	6	6	5	6	2	1	6	6	5	3	2	2	5	3	2	6	2	5	5	1	3	1	3	2	2	3
27	5	4	2	5	5	3	6	5	5	3	3	5	5	4	2	5	6	3	4	4	4	6	6	3	4	4	6	5	1	3	5	3	1	5	1
28	6	6	7	3	5	6	7	2	4	5	3	6	7	1	2	2	5	2	2	2	3	5	3	3	3	2	2	2	1	5	1	6	2	4	4
29	4	6	1	4	4	3	5	3	6	2	7	6	6	2	3	4	3	2	1	4	2	4	5	4	4	3	2	2	2	5	4	2	2	4	4
30	3	4	2	5	3	3	3	2	3	3	3	5	5	3	3	5	3	5	2	5	3	5	4	2	5	2	3	3	1	2	1	3	1	7	5
31	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	4	4	6	3	2	5	5	1	3	2	2	2	6	3	5	3	2	2	3	6	1	2	3	5	6
32	5	6	2	3	5	4	2	4	2	5	2	4	6	3	3	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	2	1	3	2	3	2	4	3
33	4	5	4	5	5	4	1	1	1	4	4	5	5	3	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	1	1	1	4	5	1	3	2
34	4	5	5	3	3	5	5	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	5	4	5	2	2	5	3	2	3	2	2	1	2	2
35	7	5	3	4	3	6	4	4	5	4	4	6	7	3	6	4	1	3	4	2	2	6	7	2	4	4	6	3	1	1	1	1	1	3	4
36	2	7	7	5	5	7	3	2	5	5	5	7	7	3	4	7	5	1	4	2	4	5	7	4	7	3	4	4	2	1	5	4	2	6	6
37	7	5	1	1	1	1	1	1	7	1	1	5	5	1	1	4	1	4	1	1	5	5	4	1	5	1	5	1	2	2	4	6	2	4	4
38	6	6	3	5	2	4	6	2	7	2	4	6	6	4	1	2	5	1	4	5	4	5	7	6	6	2	4	6	4	4	2	3	2	4	5
39	7	6	2	6	5	6	2	3	6	4	5	7	7	6	1	6	6	5	3	1	3	5	5	5	6	3	6	2	4	5	5	2	1	5	7
40	2	6	5	2	2	6	5	3	5	4	5	5	5	2	2	5	1	3	1	2	1	5	3	2	5	1	5	2	1	3	1	3	3	5	6
41	6	3	5	4	2	7	3	5	5	6	2	6	7	2	1	6	3	3	2	2	2	5	3	4	3	2	2	1	2	2	1	4	3	2	2
42	1	4	1	3	3	5	4	2	3	4	4	4	4	1	1	6	1	3	1	1	1	5	7	3	6	2	1	3	4	4	1	1	1	7	7
43	6	1	7	1	1	2	1	1	4	3	4	7	5	7	1	7	7	4	1	7	5	4	4	4	5	1	1	2	2	2	3	3	2	5	3
44	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	4	5	1	2	3	2	4	4	2	3	2	4	1	3	6	3	2	2	5	6
45	6	7	5	6	1	3	4	5	2	5	4	5	7	1	1	6	2	6	1	2	3	5	5	3	3	3	3	1	3	5	4	3	3	5	4
46	5	5	2	4	5	5	5	3	4	3	4	6	3	5	6	5	5	5	3	1	3	4	4	1	3	4	3	3	3	5	5	6	1	7	7
47	3	2	2	3	2	4	2	3	1	2	4	4	3	3	4	4	2	3	1	2	3	6	2	2	2	1	2	2	2	3	1	6	4	4	5
48	1	3	2	1	2	4	1	1	3	2	3	4	4	1	6	5	2	1	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	5	4	2	2	4	4
49	2	2	2	2	2	4	4	2	3	2	3	4	2	2	1	5	1	3	1	2	2	3	4	4	3	2	4	2	2	3	1	3	2	5	4
50	1	3	1	1	3	2	3	2	1	1	3	4	4	1	1	4	2	3	1	1	1	1	4	3	4	1	1	1	2	3	5	3	3	5	5

Таблица 2.2 (продолжение)

51	6	6	4	3	6	5	2	2	5	3	3	6	6	2	1	3	1	2	2	3	2	3	4	2	2	1	2	1	4	4	3	5	4	5	5
52	4	3	2	4	5	4	4	2	3	1	2	1	6	4	1	2	2	1	2	2	2	4	4	4	4	1	4	2	1	3	1	3	2	2	3
53	2	4	5	5	3	5	4	3	5	2	3	3	2	5	3	4	5	4	2	2	3	5	5	4	5	4	2	2	1	3	5	3	1	5	1
54	6	6	6	3	4	4	5	2	4	6	6	7	7	2	1	3	6	2	4	3	3	4	4	2	6	2	4	6	1	5	1	6	2	4	4
55	4	6	2	4	6	7	3	4	6	5	7	6	6	3	7	6	7	1	1	2	2	4	4	2	4	1	4	3	1	2	1	3	1	7	5
56	2	5	1	2	2	7	2	2	2	2	5	2	2	2	1	3	3	1	4	3	3	3	7	2	5	3	2	3	3	6	1	2	3	5	6
57	1	7	4	4	7	7	7	4	1	4	4	7	7	1	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	3	2	3	2	4	3
58	2	4	2	3	2	4	1	2	3	2	4	2	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	1	1	4	5	1	3	2
59	6	5	6	5	2	6	5	3	2	6	6	5	6	2	1	6	6	5	3	2	2	5	3	2	6	2	5	5	2	3	2	2	1	2	2
60	5	4	2	5	5	3	6	5	5	3	3	5	5	4	2	5	6	3	4	4	4	6	6	3	4	4	6	5	1	1	1	1	1	3	4
61	6	6	7	3	5	6	7	2	4	5	3	6	7	1	2	2	5	2	2	2	3	5	3	3	3	2	2	2	2	1	5	4	2	6	6
62	4	6	1	4	4	3	5	3	6	2	7	6	6	2	3	4	3	2	1	4	2	4	5	4	4	3	2	2	2	2	4	6	2	4	4
63	3	4	2	5	3	3	3	2	3	3	3	5	5	3	3	5	3	5	2	5	3	5	4	2	5	2	3	3	4	4	2	3	2	4	5
64	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	4	4	6	3	2	5	5	1	3	2	2	2	6	3	5	3	2	2	4	5	5	2	1	5	7
65	5	6	2	3	5	4	2	4	2	5	2	4	6	3	3	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	2	1	3	1	3	3	5	6
66	4	5	4	5	5	4	1	1	1	4	4	5	5	3	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	1	2	2	1	4	3	2	2
67	4	5	5	3	3	5	5	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	5	4	5	2	2	5	3	4	4	1	1	1	7	7
68	7	5	3	4	3	6	4	4	5	4	4	6	7	3	6	4	1	3	4	2	2	6	7	2	4	4	6	3	2	2	3	3	2	5	3
69	2	7	7	5	5	7	3	2	5	5	5	7	7	3	4	7	5	1	4	2	4	5	7	4	7	3	4	4	3	6	3	2	2	5	6
70	7	5	1	1	1	1	1	1	7	1	1	5	5	1	1	4	1	4	1	1	5	5	4	1	5	1	5	1	3	5	4	3	3	5	4
71	6	6	3	5	2	4	6	2	7	2	4	6	6	4	1	2	5	1	4	5	4	5	7	6	6	2	4	6	3	5	5	6	1	7	7
72	7	6	2	6	5	6	2	3	6	4	5	7	7	6	1	6	6	5	3	1	3	5	5	5	6	3	6	2	2	3	1	6	4	4	5
73	2	6	5	2	2	6	5	3	5	4	5	5	5	2	2	5	1	3	1	2	1	5	3	2	5	1	5	2	2	5	4	2	2	4	4
74	6	3	5	4	2	7	3	5	5	6	2	6	7	2	1	6	3	3	2	2	2	5	3	4	3	2	2	1	2	3	1	3	2	5	4
75	1	4	1	3	3	5	4	2	3	4	4	4	4	1	1	6	1	3	1	1	1	5	7	3	6	2	1	3	2	3	5	3	3	5	5
76	6	1	7	1	1	2	1	1	4	3	4	7	5	7	1	7	7	4	1	7	5	4	4	4	5	1	1	2	4	4	3	5	4	5	5
77	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	4	5	1	2	3	2	4	4	2	3	2	4	1	3	5	1	3	2	5	4
78	6	7	5	6	1	3	4	5	2	5	4	5	7	1	1	6	2	6	1	2	3	5	5	3	3	3	3	1	2	4	4	2	3	7	6

Таблица 2.2 (продолжение)

79	5	5	2	4	5	5	5	3	4	3	4	6	3	5	6	5	5	5	3	1	3	4	4	1	3	4	3	3	5	5	3	4	1	7	7
80	3	2	2	3	2	4	2	3	1	2	4	4	3	3	4	4	2	3	1	2	3	6	2	2	2	1	2	2	1	2	1	7	7	5	5
81	1	3	2	1	2	4	1	1	3	2	3	4	4	1	6	5	2	1	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	4	5	4	5	5	6	6
82	2	2	2	2	2	4	4	2	3	2	3	4	2	2	1	5	1	3	1	2	2	3	4	4	3	2	4	2	5	6	6	5	2	6	6
83	1	3	1	1	3	2	3	2	1	1	3	4	4	1	1	4	2	3	1	1	1	1	4	3	4	1	1	1	4	4	2	3	2	4	5
84	6	6	4	3	6	5	2	2	5	3	3	6	6	2	1	3	1	2	2	3	2	3	4	2	2	1	2	1	4	5	5	2	1	5	7
85	4	3	2	4	5	4	4	2	3	1	2	1	6	4	1	2	2	1	2	2	2	4	4	4	4	1	4	2	1	3	1	3	3	5	6
86	2	4	5	5	3	5	4	3	5	2	3	3	2	5	3	4	5	4	2	2	3	5	5	4	5	4	2	2	2	2	1	4	3	2	2
87	6	6	6	3	4	4	5	2	4	6	6	7	7	2	1	3	6	2	4	3	3	4	4	2	6	2	4	6	4	4	1	1	1	7	7
88	4	6	2	4	6	7	3	4	6	5	7	6	6	3	7	6	7	1	1	2	2	4	4	2	4	1	4	3	2	5	4	2	2	4	4
89	2	5	1	2	2	7	2	2	2	2	5	2	2	2	1	3	3	1	4	3	3	3	7	2	5	3	2	3	2	2	3	3	2	5	3
90	1	7	4	4	7	7	7	4	1	4	4	7	7	1	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	4	3	2	2
91	2	4	2	3	2	4	1	2	3	2	4	2	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4	4	1	1	1	7	7
92	6	5	6	5	2	6	5	3	2	6	6	5	6	2	1	6	6	5	3	2	2	5	3	2	6	2	5	5	2	2	3	3	2	5	3
93	5	4	2	5	5	3	6	5	5	3	3	5	5	4	2	5	6	3	4	4	4	6	6	3	4	4	6	5	3	6	3	2	2	5	6
94	6	6	7	3	5	6	7	2	4	5	3	6	7	1	2	2	5	2	2	2	3	5	3	3	3	2	2	2	3	5	4	3	3	5	4
95	4	6	1	4	4	3	5	3	6	2	7	6	6	2	3	4	3	2	1	4	2	4	5	4	4	3	2	2	3	5	5	6	1	7	7
96	3	4	2	5	3	3	3	2	3	3	3	5	5	3	3	5	3	5	2	5	3	5	4	2	5	2	3	3	2	3	1	6	4	4	5
97	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	4	4	6	3	2	5	5	1	3	2	2	2	6	3	5	3	2	2	2	5	4	2	2	4	4
98	5	6	2	3	5	4	2	4	2	5	2	4	6	3	3	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	2	1	3	2	3	2	4	3
99	4	5	4	5	5	4	1	1	1	4	4	5	5	3	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	1	1	1	4	5	1	3	2

Таблица 2.2 (продолжение)

№ вопро- са № респон- дента	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	Вариант ответа (слева — честность, справа — ложь)						Коэффициент уста- новки, (%)				
	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	3	2	1	0	1	2	3	Чест- ност	Невы- р	Лож- ь
1	1	3	2	1	1	3	3	3	2	4	1	3	7	3	1	5	7	4	5	4	1	1	4	20	13	18	0	0	44,6	23,2	32,1
2	7	4	4	4	6	7	5	4	1	7	1	1	7	7	1	3	1	4	1	5	1	1	7	7	18	7	8	8	26,8	32,1	41,1
3	7	7	4	5	5	5	4	4	2	4	1	3	6	4	4	3	5	3	5	4	4	3	3	7	11	13	6	13	23,2	19,6	57,1
4	7	7	6	6	7	6	2	3	3	2	1	2	6	7	3	4	3	3	5	3	2	29	1	0	3	11	1	11	53,6	5,4	41,1
5	6	7	2	5	6	5	5	5	2	7	3	4	2	2	3	4	4	4	3	5	2	3	5	3	16	12	12	5	19,6	28,6	51,8
6	2	2	3	4	2	2	3	2	2	4	1	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	6	5	2	17	20	4	23,2	3,6	73,2
7	6	5	6	3	5	5	1	2	3	2	2	2	3	2	2	5	2	2	3	2	4	8	12	4	2	22	7	1	42,9	3,6	53,6
8	6	6	2	4	2	3	2	2	2	2	1	2	5	2	4	5	2	5	5	5	3	2	18	12	4	7	7	6	57,1	7,1	35,7
9	2	2	3	2	2	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	6	15	9	4	2	3	67,9	16,1	16,1
10	5	6	2	6	3	5	5	3	4	3	1	1	6	3	5	6	4	4	3	4	2	19	2	4	11	7	2	11	44,6	19,6	35,7
11	7	7	4	1	6	6	4	4	1	2	2	3	1	1	4	2	1	4	1	7	4	7	6	5	26	8	2	2	32,1	46,4	21,4
12	5	6	5	6	5	5	4	5	2	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	9	8	13	3	8	8	7	53,6	5,4	41,1
13	7	6	1	2	5	5	2	5	3	4	6	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	3	7	13	10	15	6	2	41,1	17,9	41,1
14	7	7	5	2	2	5	4	4	2	6	4	1	7	2	6	5	5	3	1	4	2	5	22	18	10	0	1	0	80,4	17,9	1,8
15	2	1	3	2	3	5	6	1	1	7	2	6	3	2	3	2	3	2	3	2	2	13	18	11	5	6	3	0	75,0	8,9	16,1
16	4	7	1	7	7	7	7	7	4	4	7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	27	8	8	6	2	0	71,4	14,3	14,3
17	2	3	1	1	3	2	2	3	1	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	1	2	33	8	9	6	0	0	0	89,3	10,7	0,0
18	6	3	2	2	6	6	5	6	5	5	2	5	6	3	3	6	5	2	6	6	2	7	13	11	7	7	11	0	55,4	12,5	32,1
19	2	5	5	2	6	6	6	6	5	2	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	11	15	3	19	1	4	3	51,8	33,9	14,3
20	2	7	3	6	6	7	6	6	5	3	2	6	5	5	2	5	4	6	5	5	2	0	13	12	14	15	2	0	44,6	25,0	30,4
21	5	6	5	3	5	6	4	4	2	7	3	5	4	2	5	3	3	2	2	4	1	3	9	5	13	12	10	4	30,4	23,2	46,4
22	3	6	5	3	6	4	5	2	2	6	2	3	5	3	3	3	4	5	3	5	3	7	9	7	11	6	9	7	41,1	19,6	39,3
23	4	6	6	1	4	5	4	2	3	4	2	2	5	4	2	4	4	5	3	5	4	7	24	14	2	4	2	3	80,4	3,6	16,1
24	3	2	4	6	3	5	5	4	6	2	4	4	3	4	4	6	3	4	4	4	2	11	0	0	30	0	0	15	19,6	53,6	26,8
25	7	7	4	1	4	5	5	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	6	27	14	8	1	0	0	83,9	14,3	1,8

Таблица 2.2 (продолжение)

26	1	3	2	1	1	3	3	3	2	4	1	3	7	3	1	5	7	4	5	4	1	1	14	8	0	14	19	0	41,1	0,0	58,9
27	7	4	4	4	6	7	5	4	1	7	1	1	7	7	1	3	1	4	1	5	1	0	5	11	15	16	9	0	28,6	26,8	44,6
28	7	7	4	5	5	5	4	4	2	4	1	3	6	4	4	3	5	3	5	4	4	2	13	9	2	12	11	7	42,9	3,6	53,6
29	3	6	5	3	6	4	5	2	2	6	2	3	5	3	3	3	4	5	3	5	3	4	11	10	14	8	7	2	44,6	25,0	30,4
30	7	7	6	6	7	6	2	3	3	2	1	2	6	7	3	4	3	3	5	3	2	0	11	21	7	14	3	0	57,1	12,5	30,4
31	6	7	2	5	6	5	5	5	2	7	3	4	2	2	3	4	4	4	3	5	2	3	14	11	16	8	4	0	50,0	28,6	21,4
32	2	2	3	4	2	2	3	2	2	4	1	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	0	16	11	16	8	5	0	48,2	28,6	23,2
33	6	5	6	3	5	5	1	2	3	2	2	2	3	2	2	5	2	2	3	2	4	6	0	4	23	21	0	2	17,9	41,1	41,1
34	6	6	2	4	2	3	2	2	2	2	1	2	5	2	4	5	2	5	5	5	3	1	4	20	13	18	0	0	44,6	23,2	32,1
35	2	2	3	2	2	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	7	18	7	8	8	26,8	32,1	41,1
36	5	6	2	6	3	5	5	3	4	3	1	1	6	3	5	6	4	4	3	4	2	3	3	7	11	13	6	13	23,2	19,6	57,1
37	7	7	4	1	6	6	4	4	1	2	2	3	1	1	4	2	1	4	1	7	4	29	1	0	3	11	1	11	53,6	5,4	41,1
38	5	6	5	6	5	5	4	5	2	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	3	5	3	16	12	12	5	19,6	28,6	51,8
39	7	6	1	2	5	5	2	5	3	4	6	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	2	6	5	2	17	20	4	23,2	3,6	73,2
40	7	7	5	2	2	5	4	4	2	6	4	1	7	2	6	5	5	3	1	4	2	8	12	4	2	22	7	1	42,9	3,6	53,6
41	2	1	3	2	3	5	6	1	1	7	2	6	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	18	12	4	7	7	6	57,1	7,1	35,7
42	4	7	1	7	7	7	7	7	4	4	7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	17	6	15	9	4	2	3	67,9	16,1	16,1
43	2	3	1	1	3	2	2	3	1	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	1	2	19	2	4	11	7	2	11	44,6	19,6	35,7
44	6	3	2	2	6	6	5	6	5	5	2	5	6	3	3	6	5	2	6	6	2	7	6	5	26	8	2	2	32,1	46,4	21,4
45	2	5	5	2	6	6	6	6	5	2	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	9	8	13	3	8	8	7	53,6	5,4	41,1
46	2	7	3	6	6	7	6	6	5	3	2	6	5	5	2	5	4	6	5	5	2	3	7	13	10	15	6	2	41,1	17,9	41,1
47	5	6	5	3	5	6	4	4	2	7	3	5	4	2	5	3	3	2	2	4	1	5	22	18	10	0	1	0	80,4	17,9	1,8
48	3	6	5	3	6	4	5	2	2	6	2	3	5	3	3	3	4	5	3	5	3	13	18	11	5	6	3	0	75,0	8,9	16,1
49	4	6	6	1	4	5	4	2	3	4	2	2	5	4	2	4	4	5	3	5	4	5	27	8	8	6	2	0	71,4	14,3	14,3
50	3	2	4	6	3	5	5	4	6	2	4	4	3	4	4	6	3	4	4	4	2	33	8	9	6	0	0	0	89,3	10,7	0,0
51	7	7	4	1	4	5	5	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	7	13	11	7	7	11	0	55,4	12,5	32,1
52	1	3	2	1	1	3	3	3	2	4	1	3	7	3	1	5	7	4	5	4	1	11	15	3	19	1	4	3	51,8	33,9	14,3
53	7	4	4	4	6	7	5	4	1	7	1	1	7	7	1	3	1	4	1	5	1	0	13	12	14	15	2	0	44,6	25,0	30,4
54	7	7	4	5	5	5	4	4	2	4	1	3	6	4	4	3	5	3	5	4	4	3	9	5	13	12	10	4	30,4	23,2	46,4

Таблица 2.2 (продолжение)

55	7	7	6	6	7	6	2	3	3	2	1	2	6	7	3	4	3	3	5	3	2	7	9	7	11	6	9	7	41,1	19,6	39,3
56	6	7	2	5	6	5	5	5	2	7	3	4	2	2	3	4	4	4	3	5	2	7	24	14	2	4	2	3	80,4	3,6	16,1
57	2	2	3	4	2	2	3	2	2	4	1	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	11	0	0	30	0	0	15	19,6	53,6	26,8
58	6	5	6	3	5	5	1	2	3	2	2	2	3	2	2	5	2	2	3	2	4	6	27	14	8	1	0	0	83,9	14,3	1,8
59	6	6	2	4	2	3	2	2	2	2	1	2	5	2	4	5	2	5	5	5	3	1	14	8	0	14	19	0	41,1	0,0	58,9
60	2	2	3	2	2	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	5	11	15	16	9	0	28,6	26,8	44,6
61	5	6	2	6	3	5	5	3	4	3	1	1	6	3	5	6	4	4	3	4	2	2	13	9	2	12	11	7	42,9	3,6	53,6
62	7	7	4	1	6	6	4	4	1	2	2	3	1	1	4	2	1	4	1	7	4	4	11	10	14	8	7	2	44,6	25,0	30,4
63	5	6	5	6	5	5	4	5	2	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	0	11	21	7	14	3	0	57,1	12,5	30,4
64	7	6	1	2	5	5	2	5	3	4	6	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	3	14	11	16	8	4	0	50,0	28,6	21,4
65	7	7	5	2	2	5	4	4	2	6	4	1	7	2	6	5	5	3	1	4	2	0	16	11	16	8	5	0	48,2	28,6	23,2
66	2	1	3	2	3	5	6	1	1	7	2	6	3	2	3	2	3	2	3	2	2	6	0	4	23	21	0	2	17,9	41,1	41,1
67	4	7	1	7	7	7	7	7	4	4	7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	20	13	18	0	0	44,6	23,2	32,1
68	2	3	1	1	3	2	2	3	1	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	1	2	1	7	7	18	7	8	8	26,8	32,1	41,1
69	6	3	2	2	6	6	5	6	5	5	2	5	6	3	3	6	5	2	6	6	2	3	3	7	11	13	6	13	23,2	19,6	57,1
70	2	5	5	2	6	6	6	6	5	2	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	29	1	0	3	11	1	11	53,6	5,4	41,1
71	2	7	3	6	6	7	6	6	5	3	2	6	5	5	2	5	4	6	5	5	2	3	5	3	16	12	12	5	19,6	28,6	51,8
72	5	6	5	3	5	6	4	4	2	7	3	5	4	2	5	3	3	2	2	4	1	2	6	5	2	17	20	4	23,2	3,6	73,2
73	3	6	5	3	6	4	5	2	2	6	2	3	5	3	3	3	4	5	3	5	3	8	12	4	2	22	7	1	42,9	3,6	53,6
74	4	6	6	1	4	5	4	2	3	4	2	2	5	4	2	4	4	5	3	5	4	2	18	12	4	7	7	6	57,1	7,1	35,7
75	3	2	4	6	3	5	5	4	6	2	4	4	3	4	4	6	3	4	4	4	2	17	6	15	9	4	2	3	67,9	16,1	16,1
76	7	7	4	1	4	5	5	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	19	2	4	11	7	2	11	44,6	19,6	35,7
77	3	3	3	4	5	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	5	5	5	4	5	5	7	6	5	26	8	2	2	32,1	46,4	21,4
78	7	7	4	7	5	4	6	4	3	6	2	4	7	4	5	5	4	5	4	5	2	9	8	13	3	8	8	7	53,6	5,4	41,1
79	7	7	5	7	6	6	6	6	6	4	1	5	5	6	4	5	3	4	3	4	3	3	7	13	10	15	6	2	41,1	17,9	41,1
80	7	7	7	1	7	7	7	1	1	1	1	1	5	7	1	6	5	1	1	1	1	5	22	18	10	0	1	0	80,4	17,9	1,8
81	7	7	6	3	5	5	7	5	5	4	1	5	3	6	4	4	4	4	4	4	4	13	18	11	5	6	3	0	75,0	8,9	16,1
82	2	2	3	6	6	7	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	6	6	4	5	27	8	8	6	2	0	71,4	14,3	14,3
83	5	6	5	6	5	5	4	5	2	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	33	8	9	6	0	0	0	89,3	10,7	0,0

Таблица 2.2 (окончание)

84	7	6	1	2	5	5	2	5	3	4	6	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	7	13	11	7	7	11	0	55,4	12,5	32,1
85	7	7	5	2	2	5	4	4	2	6	4	1	7	2	6	5	5	3	1	4	2	11	15	3	19	1	4	3	51,8	33,9	14,3
86	2	1	3	2	3	5	6	1	1	7	2	6	3	2	3	2	3	2	3	2	2	0	13	12	14	15	2	0	44,6	25,0	30,4
87	4	7	1	7	7	7	7	7	4	4	7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	9	5	13	12	10	4	30,4	23,2	46,4
88	3	6	5	3	6	4	5	2	2	6	2	3	5	3	3	3	4	5	3	5	3	7	9	7	11	6	9	7	41,1	19,6	39,3
89	2	3	1	1	3	2	2	3	1	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	1	2	7	24	14	2	4	2	3	80,4	3,6	16,1
90	2	1	3	2	3	5	6	1	1	7	2	6	3	2	3	2	3	2	3	2	2	11	0	0	30	0	0	15	19,6	53,6	26,8
91	4	7	1	7	7	7	7	7	4	4	7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	27	14	8	1	0	0	83,9	14,3	1,8
92	2	3	1	1	3	2	2	3	1	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	1	2	1	14	8	0	14	19	0	41,1	0,0	58,9
93	6	3	2	2	6	6	5	6	5	5	2	5	6	3	3	6	5	2	6	6	2	0	5	11	15	16	9	0	28,6	26,8	44,6
94	2	5	5	2	6	6	6	6	5	2	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	2	13	9	2	12	11	7	42,9	3,6	53,6
95	2	7	3	6	6	7	6	6	5	3	2	6	5	5	2	5	4	6	5	5	2	4	11	10	14	8	7	2	44,6	25,0	30,4
96	5	6	5	3	5	6	4	4	2	7	3	5	4	2	5	3	3	2	2	4	1	0	11	21	7	14	3	0	57,1	12,5	30,4
97	3	6	5	3	6	4	5	2	2	6	2	3	5	3	3	3	4	5	3	5	3	3	14	11	16	8	4	0	50,0	28,6	21,4
98	2	2	3	4	2	2	3	2	2	4	1	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	0	16	11	16	8	5	0	48,2	28,6	23,2
99	6	5	6	3	5	5	1	2	3	2	2	2	3	2	2	5	2	2	3	2	4	6	0	4	23	21	0	2	17,9	41,1	41,1

Выраженность каналов распространения лжи у респондентов, (баллы)

№	Слова									Стены	Голос									Стены	Пластика									Стены					
	2	2	2	2	2	0	2	1	2		2	2	2	2	1	0	2	2	1		2	2	0	2	4	1	2	2	2		1	0	2	2	2
1	2	2	2	2	2	0	2	1	2	4	2	2	2	2	1	0	2	2	1	2	2	0	2	4	1	2	2	2	1	0	2	2	2	0	6
2	0	2	0	1	2	0	2	0	0	7	2	2	2	0	0	0	2	1	2	1	2	0	0	6	2	1	2	2	2	2	0	2	0	0	7
3	0	1	0	2	2	0	2	0	1	6	2	2	2	0	0	0	2	0	1	0	2	0	2	4	2	2	2	1	1	1	0	0	0	0	5
4	0	1	2	2	2	0	0	0	0	9	2	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	4	2	2	1	2	2	2	2	0	2	0	6
5	0	0	2	2	2	0	2	0	2	8	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	8	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	7
6	1	2	0	0	2	0	2	0	2	4	2	2	2	0	0	2	0	2	1	1	0	1	2	5	0	2	2	0	1	0	1	2	0	1	7
7	1	0	0	1	0	0	2	0	0	4	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	2	5	1	0	0	2	0	1	0	0	2	0	5
8	1	2	2	1	2	0	2	2	2	4	2	2	1	1	1	0	1	2	1	2	1	0	2	3	0	0	2	2	1	1	2	2	1	1	8
9	1	2	0	1	2	0	2	1	2	6	2	2	2	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	7	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3
10	0	1	2	0	0	0	2	0	1	5	2	2	1	1	0	0	0	0	2	1	0	2	2	6	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	5
11	0	2	1	2	2	0	2	1	2	2	2	2	1	2	0	0	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	0	3
12	1	1	2	2	2	0	2	0	2	8	2	2	2	2	0	0	1	2	1	1	2	0	2	6	1	2	2	2	1	0	2	2	1	1	6
13	1	1	2	1	1	0	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
14	0	2	2	1	2	0	2	0	2	3	2	2	1	0	0	0	2	2	2	1	2	0	1	5	2	2	1	2	0	2	2	0	2	0	7
15	0	2	2	2	2	1	2	1	1	7	2	1	0	2	0	1	1	2	2	1	2	0	0	7	1	2	2	2	1	0	0	2	0	1	7
16	0	1	1	0	2	0	2	2	2	7	2	2	0	0	0	0	2	2	0	1	1	0	2	7	2	1	0	2	0	2	2	2	2	0	7
17	1	2	2	1	0	0	2	2	1	5	2	1	2	2	0	2	0	1	2	1	0	0	1	5	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	5
18	2	2	2	2	2	0	2	1	2	6	2	2	2	0	0	0	0	1	1	2	0	0	2	6	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	7
19	2	2	2	2	2	0	0	2	0	7	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	5	1	2	2	2	1	0	0	2	0	2	6
20	0	1	2	2	2	0	2	0	2	6	2	1	2	2	0	0	2	2	1	1	1	0	0	5	1	2	2	2	0	1	2	2	0	0	7
21	1	2	2	1	2	0	2	0	2	6	0	1	1	1	1	0	0	2	1	2	2	0	1	5	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	8
22	1	2	2	1	1	0	1	0	2	8	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	2	1	5	0	0	1	1	1	2	2	2	0	1	5
23	1	2	0	2	2	0	2	2	2	7	2	2	2	2	0	0	1	2	0	2	2	1	2	7	1	2	1	2	1	1	1	2	0	2	6
24	2	2	0	1	2	0	2	0	2	6	2	2	2	2	0	0	0	0	1	2	0	2	2	5	1	0	2	2	2	1	2	2	0	1	6
25	2	2	1	1	2	0	1	0	2	7	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	0	1	5	2	1	1	2	1	1	1	1	0	1	7
26	1	2	2	1	2	0	2	1	1	6	2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	2	0	2	4	1	2	1	2	1	1	0	0	1	0	5
27	1	2	1	1	1	0	2	1	1	7	2	2	2	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	7	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	7
28	1	2	2	2	2	1	2	2	2	6	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	0	2	6	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	7
29	1	1	2	1	0	2	1	2	1	6	2	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	2	7	0	2	0	0	1	0	1	1	1	2	6

Таблица 2.3. (продолжение)

№	Слова									Стены	Голос											Стены	Пластика										Стены		
	1	2	2	1	2	0	2	1	1		2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	2		0	2	7	1	2	1	2	1	1	0		0	1
30	1	2	2	1	2	0	2	1	1	7	2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	2	0	2	7	1	2	1	2	1	1	0	0	1	0	5
31	1	2	1	1	1	0	2	1	1	6	2	2	2	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	6	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	4
32	1	2	2	2	2	1	2	2	2	9	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	0	2	6	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	6
33	1	1	2	1	0	2	1	2	1	6	2	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	2	6	0	2	0	0	1	0	1	1	1	2	4
34	0	0	1	1	0	0	2	1	2	4	1	0	1	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	4	2	1	1	2	1	1	2	0	0	1	6
35	2	2	2	0	2	0	2	0	2	7	2	2	2	2	0	0	2	2	1	0	2	0	0	6	1	2	2	2	2	1	1	0	0	2	7
36	1	2	2	2	0	0	2	0	1	6	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	2	0	1	5
37	2	2	2	2	2	0	2	2	2	9	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	2	4	2	2	2	2	0	0	0	2	2	0	6
38	2	2	2	2	2	0	2	1	2	8	2	2	2	2	1	0	2	2	1	2	2	0	2	8	1	2	2	2	1	0	2	2	2	0	7
39	0	2	0	1	2	0	2	0	0	4	2	2	2	0	0	0	2	1	2	1	2	0	0	5	2	1	2	2	2	2	0	2	0	0	7
40	0	1	0	2	2	0	2	0	1	4	2	2	2	0	0	0	2	0	1	0	2	0	2	5	2	2	2	1	1	1	0	0	0	0	5
41	0	1	2	2	2	0	0	0	0	4	2	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	3	2	2	1	2	2	2	2	0	2	0	8
42	0	0	2	2	2	0	2	0	2	6	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	7	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	3
43	1	2	0	0	2	0	2	0	2	5	2	2	2	0	0	2	0	2	1	1	0	1	2	6	0	2	2	0	1	0	1	2	0	1	5
44	1	0	0	1	0	0	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	2	3	1	0	0	2	0	1	0	0	2	0	3
45	1	2	2	1	2	0	2	2	2	8	2	2	1	1	1	0	1	2	1	2	1	0	2	6	0	0	2	2	1	1	2	2	1	1	6
46	1	2	0	1	2	0	2	1	2	6	2	2	2	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	6	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	6
47	0	1	2	0	0	0	2	0	1	3	2	2	1	1	0	0	0	0	2	1	0	2	2	5	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	7
48	0	2	1	2	2	0	2	1	2	7	2	2	1	2	0	0	1	2	1	1	2	2	2	7	2	1	2	2	1	1	1	2	2	0	7
49	1	1	2	2	2	0	2	0	2	7	2	2	2	2	0	0	1	2	1	1	2	0	2	7	1	2	2	2	1	0	2	2	1	1	7
50	1	1	2	1	1	0	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
51	0	2	2	1	2	0	2	0	2	6	2	2	1	0	0	0	2	2	2	1	2	0	1	6	2	2	1	2	0	2	2	0	2	0	7
52	0	2	2	2	2	1	2	1	1	7	2	1	0	2	0	1	1	2	2	1	2	0	0	5	1	2	2	2	1	0	0	2	0	1	6
53	0	1	1	0	2	0	2	2	2	6	2	2	0	0	0	0	2	2	0	1	1	0	2	5	2	1	0	2	0	2	2	2	2	0	7
54	1	2	2	1	0	0	2	2	1	6	2	1	2	2	0	2	0	1	2	1	0	0	1	5	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	8
55	2	2	2	2	2	0	2	1	2	8	2	2	2	0	0	0	0	1	1	2	0	0	2	5	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	5
56	2	2	2	2	2	0	0	2	0	7	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	7	1	2	2	2	1	0	0	2	0	2	6
57	0	1	2	2	2	0	2	0	2	6	2	1	2	2	0	0	2	2	1	1	1	0	0	5	1	2	2	2	0	1	2	2	0	0	6
58	1	2	2	1	2	0	2	0	2	7	0	1	1	1	1	0	0	2	1	2	2	0	1	5	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	7
59	1	2	2	1	1	0	1	0	2	6	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	2	1	4	0	0	1	1	1	2	2	2	0	1	5

Таблица 2.3 (продолжение)

№	Слова									Стены	Голос										Стены	Пластика										Стены			
	1	2	0	2	2	0	2	2	2		2	2	2	2	0	0	1	2	0	2		2	1	2	7	1	2	1	2	1	1		1	2	0
60	1	2	0	2	2	0	2	2	2	7	2	2	2	2	0	0	1	2	0	2	2	1	2	7	1	2	1	2	1	1	1	2	0	2	7
61	2	2	0	1	2	0	2	0	2	6	2	2	2	2	0	0	0	0	1	2	0	2	2	6	1	0	2	2	2	1	2	2	0	1	7
62	2	2	1	1	2	0	1	0	2	6	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	0	1	7	2	1	1	2	1	1	1	1	0	1	6
63	1	2	2	1	2	0	2	1	1	7	2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	2	0	2	7	1	2	1	2	1	1	0	0	1	0	5
64	1	2	1	1	1	0	2	1	1	6	2	2	2	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	6	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	4
65	1	2	2	2	2	1	2	2	2	9	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	0	2	6	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	6
66	1	1	2	1	0	2	1	2	1	6	2	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	2	6	0	2	0	0	1	0	1	1	1	2	4
67	0	0	1	1	0	0	2	1	2	4	1	0	1	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	4	2	1	1	2	1	1	2	0	0	1	6
68	2	2	2	0	2	0	2	0	2	7	2	2	2	2	0	0	2	2	1	0	2	0	0	6	1	2	2	2	2	1	1	0	0	2	7
69	1	2	2	2	0	0	2	0	1	6	1	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	0	1	2	0	1	5
70	2	2	2	2	2	0	2	2	2	9	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	2	4	2	2	2	2	0	0	0	2	2	0	6
71	2	2	2	2	2	0	2	1	2	8	2	2	2	2	1	0	2	2	1	2	2	0	2	8	1	2	2	2	1	0	2	2	2	0	7
72	0	2	0	1	2	0	2	0	0	4	2	2	2	0	0	0	2	1	2	1	2	0	0	5	2	1	2	2	2	2	0	2	0	0	7
73	0	1	0	2	2	0	2	0	1	4	2	2	2	0	0	0	2	0	1	0	2	0	2	5	2	2	2	1	1	1	0	0	0	0	5
74	0	1	2	2	2	0	0	0	0	4	2	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	3	2	2	1	2	2	2	2	0	2	0	8
75	0	0	2	2	2	0	2	0	2	6	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	7	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	3
76	1	2	0	0	2	0	2	0	2	5	2	2	2	0	0	2	0	2	1	1	0	1	2	6	0	2	2	0	1	0	1	2	0	1	5
77	1	0	0	1	0	0	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	2	3	1	0	0	2	0	1	0	0	2	0	3
78	1	2	2	1	2	0	2	2	2	8	2	2	1	1	1	0	1	2	1	2	1	0	2	6	0	0	2	2	1	1	2	2	1	1	6
79	1	2	0	1	2	0	2	1	2	6	2	2	2	1	0	1	0	1	1	1	1	1	2	6	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	6
80	0	1	2	0	0	0	2	0	1	3	2	2	1	1	0	0	0	0	2	1	0	2	2	5	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	7
81	0	2	1	2	2	0	2	1	2	7	2	2	1	2	0	0	1	2	1	1	2	2	2	7	2	1	2	2	1	1	1	2	2	0	7
82	1	1	2	2	2	0	2	0	2	7	2	2	2	2	0	0	1	2	1	1	2	0	2	7	1	2	2	2	1	0	2	2	1	1	7

Таблица 2.3 (продолжение)

№	Слова									Стены	Голос												Стены	Пластика												Стены
83	1	1	2	1	1	0	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5		
84	0	2	2	1	2	0	2	0	2	6	2	2	1	0	0	0	2	2	2	1	2	0	1	6	2	2	1	2	0	2	2	0	2	0	7	
85	0	2	2	2	2	1	2	1	1	7	2	1	0	2	0	1	1	2	2	1	2	0	0	5	1	2	2	2	1	0	0	2	0	1	6	
86	0	1	1	0	2	0	2	2	2	6	2	2	0	0	0	0	2	2	0	1	1	0	2	5	2	1	0	2	0	2	2	2	2	0	7	
87	1	2	2	1	0	0	2	2	1	6	2	1	2	2	0	2	0	1	2	1	0	0	1	5	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	8	
88	2	2	2	2	2	0	2	1	2	8	2	2	2	0	0	0	0	1	1	2	0	0	2	5	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	5	
89	2	2	2	2	2	0	0	2	0	7	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	7	1	2	2	2	1	0	0	2	0	2	6	
90	0	1	2	2	2	0	2	0	2	6	2	1	2	2	0	0	2	2	1	1	1	0	0	5	1	2	2	2	0	1	2	2	0	0	6	
91	1	2	2	1	2	0	2	0	2	7	0	1	1	1	1	0	0	2	1	2	2	0	1	5	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	7	
92	1	2	2	1	1	0	1	0	2	6	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	2	1	4	0	0	1	1	1	2	2	2	0	1	5	
93	1	2	0	2	2	0	2	2	2	7	2	2	2	2	0	0	1	2	0	2	2	1	2	7	1	2	1	2	1	1	1	2	0	2	7	
94	2	2	0	1	2	0	2	0	2	6	2	2	2	2	0	0	0	0	1	2	0	2	2	6	1	0	2	2	2	1	2	2	0	1	7	
95	2	2	1	1	2	0	1	0	2	6	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	0	1	7	2	1	1	2	1	1	1	1	0	1	6	
96	1	2	2	1	2	0	2	1	1	7	2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	2	0	2	7	1	2	1	2	1	1	0	0	1	0	5	
97	1	2	1	1	1	0	2	1	1	6	2	2	2	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	6	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	4	
98	1	2	2	2	2	1	2	2	2	9	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	0	2	6	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	6	
99	1	1	2	1	0	2	1	2	1	6	2	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	0	2	6	0	2	0	0	1	0	1	1	1	2	4	

Таблица 2.3 (продолжение)

№	Мимика									Стены	Эмоции						Стены	Внешний вид								Стены	Поведение								Стены	ВНС						Стены
	0	0	1	1	1	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	2	5	1	1	1	1	0	2	0	0	4	0	1	1	2	2	1	0	5	1	0	1	0	1	0	3	
1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	2	5	1	1	1	1	0	2	0	0	4	0	1	1	2	2	1	0	5	1	0	1	0	1	0	3	
2	0	0	2	0	2	2	2	2	1	6	2	0	0	2	2	1	6	2	2	0	2	0	0	1	2	6	0	0	2	0	2	2	0	4	0	0	0	0	0	0	0	
3	1	2	1	1	2	1	2	0	1	6	1	2	0	2	2	0	6	2	2	2	2	0	0	2	0	6	1	2	2	2	2	2	0	8	0	1	0	0	1	1	3	
4	2	0	0	2	2	2	2	2	0	7	2	2	2	0	0	0	5	2	2	2	2	0	2	2	2	9	2	2	2	2	2	2	0	9	0	0	0	0	0	0	0	
5	1	0	2	0	2	2	2	2	1	7	0	2	0	2	2	1	6	2	2	2	0	1	1	2	0	6	0	2	2	2	2	2	1	8	2	2	2	2	1	2	9	
6	2	0	2	2	0	2	0	2	2	7	2	2	0	2	2	1	8	2	0	2	2	2	0	0	0	5	2	1	2	2	2	2	2	9	1	2	0	0	0	2	4	
7	2	0	1	0	2	2	2	2	0	6	2	2	0	2	2	1	8	2	0	2	0	0	0	2	0	4	2	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	0	1	2	8	
8	0	0	2	0	2	2	0	0	0	3	0	2	0	0	2	0	3	0	0	2	0	0	0	1	0	2	0	0	2	2	2	2	0	6	1	1	1	0	0	0	3	
9	0	2	0	0	2	2	2	2	1	6	0	2	0	2	2	1	6	0	0	2	0	0	0	2	0	3	0	2	2	2	2	0	2	7	2	2	2	0	0	2	7	
10	0	2	1	0	2	2	2	0	0	5	0	2	0	0	2	0	3	1	2	2	1	0	0	1	2	6	0	0	2	2	1	2	2	6	0	2	0	0	0	1	3	
11	0	0	0	1	0	0	2	0	2	3	1	2	0	2	0	1	5	2	0	2	0	0	0	2	0	4	0	0	2	2	2	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0	
12	0	2	2	2	0	2	2	1	2	7	0	2	0	2	2	0	5	2	0	1	2	0	1	2	1	6	0	2	2	2	2	2	0	7	1	2	1	1	1	1	6	
13	2	2	2	1	1	1	2	2	1	8	1	1	0	1	2	1	5	1	1	2	1	1	0	2	1	6	0	1	2	2	2	0	0	5	2	0	1	0	1	0	3	
14	2	2	2	1	2	1	1	2	2	8	1	2	0	2	2	0	6	2	0	2	1	0	0	2	0	4	2	2	2	2	2	2	0	9	1	1	0	0	0	0	2	
15	2	0	2	1	2	2	0	1	0	6	2	1	2	0	2	0	6	0	1	1	1	0	0	2	1	4	0	2	2	2	2	2	2	9	1	0	1	1	1	0	3	
16	0	2	1	1	2	2	2	1	0	6	0	2	0	2	2	1	6	2	2	2	1	1	1	2	0	7	0	1	1	2	2	1	0	5	1	1	0	1	0	0	3	
17	1	2	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	1	1	1	1	8	1	1	1	2	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	5	
18	0	2	2	0	2	2	2	2	0	7	0	0	0	2	1	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	2	2	2	0	6	1	2	2	1	1	0	6	
19	1	1	2	0	2	2	1	0	0	5	1	2	0	2	2	0	6	0	0	2	1	1	1	1	0	4	1	1	1	1	2	2	1	6	1	2	1	1	2	1	7	
20	2	2	2	0	2	2	1	1	1	7	2	2	0	2	0	1	6	1	1	2	1	0	1	2	0	5	2	0	2	2	2	1	2	8	2	2	2	0	1	0	6	
21	2	2	1	1	1	1	2	1	1	7	1	2	0	1	2	1	6	1	0	1	2	0	0	1	1	4	2	0	2	2	2	2	0	7	0	1	0	0	0	0	1	
22	1	2	2	0	2	0	2	2	0	6	0	2	1	2	2	1	7	1	1	2	1	1	0	2	0	5	0	1	2	2	2	2	1	7	0	0	1	0	0	0	1	
23	2	2	0	0	2	2	1	2	0	6	1	2	2	2	2	1	8	2	0	2	2	2	0	2	1	7	1	1	2	2	0	2	0	6	2	2	0	2	1	2	8	
24	1	2	2	0	2	2	2	2	0	7	2	2	0	1	2	2	8	2	1	1	2	1	2	2	0	7	2	0	2	2	2	0	0	6	2	0	0	0	1	0	3	
25	1	1	1	2	1	1	2	0	1	6	0	1	1	2	1	0	4	1	0	2	0	0	1	1	0	3	0	0	2	1	2	0	2	5	1	1	0	0	0	1	3	
26	1	1	2	2	2	2	1	1	2	8	1	2	2	1	1	0	6	2	2	2	2	1	2	2	2	9	0	0	2	2	2	2	0	6	1	0	0	0	0	0	1	

Таблица 2.3 (продолжение)

27	2	2	2	1	2	1	2	2	2	9	1	2	0	2	2	1	7	2	1	2	0	1	1	2	1	6	0	2	2	2	2	2	2	2	9	1	2	0	0	2	1	5
28	0	0	1	2	2	2	2	2	0	6	2	2	0	2	2	0	7	2	2	1	2	0	0	2	0	6	0	1	2	2	2	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0
29	1	0	2	1	1	2	1	1	1	6	2	1	1	1	1	1	6	1	1	0	0	0	0	2	0	3	1	0	2	1	2	0	0	4	1	0	0	0	0	0	0	1
30	1	2	2	2	2	1	2	2	0	8	1	2	0	2	2	0	6	1	1	2	0	1	2	2	1	6	0	2	2	2	2	2	9	2	2	2	0	0	1	6		
31	0	1	1	1	1	2	1	1	1	5	0	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	0	1	1	5	1	1	2	1	2	1	0	6	1	0	1	0	0	0	2	
32	1	2	2	1	1	1	2	2	0	7	1	1	1	2	1	0	5	1	1	2	2	0	1	1	1	6	2	2	1	1	2	1	1	7	2	0	1	1	1	1	5	
33	1	1	1	2	2	0	1	0	2	6	1	1	1	2	0	0	4	1	0	0	1	2	1	1	1	4	0	2	0	1	2	1	0	4	1	2	2	1	2	2	8	
34	0	0	1	1	1	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	2	5	1	1	1	1	0	2	0	0	4	0	1	1	2	2	1	0	5	1	0	1	0	1	0	3	
35	0	0	2	0	2	2	2	2	1	6	2	0	0	2	2	1	6	2	2	0	2	0	0	1	2	6	0	0	2	0	2	2	0	4	0	0	0	0	0	0	0	
36	1	2	1	1	2	1	2	0	1	6	1	2	0	2	2	0	6	2	2	2	2	0	0	2	0	6	1	2	2	2	2	2	0	8	0	1	0	0	1	1	3	
37	2	0	0	2	2	2	2	2	0	7	2	2	2	0	0	0	5	2	2	2	2	0	2	2	2	9	2	2	2	2	2	2	0	9	0	0	0	0	0	0	0	
38	1	0	2	0	2	2	2	2	1	7	0	2	0	2	2	1	6	2	2	2	0	1	1	2	0	6	0	2	2	2	2	2	1	8	2	2	2	2	1	2	9	
39	2	0	2	2	0	2	0	2	2	7	2	2	0	2	2	1	8	2	0	2	2	2	0	0	0	5	2	1	2	2	2	2	2	9	1	2	0	0	0	2	4	
40	2	0	1	0	2	2	2	2	0	6	2	2	0	2	2	1	8	2	0	2	0	0	0	2	0	4	2	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	0	1	2	8	
41	0	0	2	0	2	2	0	0	0	3	0	2	0	0	2	0	3	0	0	2	0	0	0	1	0	2	0	0	2	2	2	2	0	6	1	1	1	0	0	0	3	
42	0	2	0	0	2	2	2	2	1	6	0	2	0	2	2	1	6	0	0	2	0	0	0	2	0	3	0	2	2	2	2	0	2	7	2	2	2	0	0	2	7	
43	0	2	1	0	2	2	2	0	0	5	0	2	0	0	2	0	3	1	2	2	1	0	0	1	2	6	0	0	2	2	1	2	2	6	0	2	0	0	0	1	3	
44	0	0	0	1	0	0	2	0	2	3	1	2	0	2	0	1	5	2	0	2	0	0	0	2	0	4	0	0	2	2	2	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0	
45	0	2	2	2	0	2	2	1	2	7	0	2	0	2	2	0	5	2	0	1	2	0	1	2	1	6	0	2	2	2	2	2	0	7	1	2	1	1	1	1	6	
46	2	2	2	1	1	1	2	2	1	8	1	1	0	1	2	1	5	1	1	2	1	1	0	2	1	6	0	1	2	2	2	0	0	5	2	0	1	0	1	0	3	
47	2	2	2	1	2	1	1	2	2	8	1	2	0	2	2	0	6	2	0	2	1	0	0	2	0	4	2	2	2	2	2	2	0	9	1	1	0	0	0	0	2	
48	2	0	2	1	2	2	0	1	0	6	2	1	2	0	2	0	6	0	1	1	1	0	0	2	1	4	0	2	2	2	2	2	2	9	1	0	1	1	1	0	3	
49	0	2	1	1	2	2	2	1	0	6	0	2	0	2	2	1	6	2	2	2	1	1	1	2	0	7	0	1	1	2	2	1	0	5	1	1	0	1	0	0	3	
50	1	2	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	1	1	1	1	8	1	1	1	2	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	5	
51	0	2	2	0	2	2	2	2	0	7	0	0	0	2	1	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	2	2	2	0	6	1	2	2	1	1	0	6	
52	1	1	2	0	2	2	1	0	0	5	1	2	0	2	2	0	6	0	0	2	1	1	1	1	0	4	1	1	1	1	2	2	1	6	1	2	1	1	2	1	7	
53	2	2	2	0	2	2	1	1	1	7	2	2	0	2	0	1	6	1	1	2	1	0	1	2	0	5	2	0	2	2	2	1	2	8	2	2	2	0	1	0	6	
54	2	2	1	1	1	1	2	1	1	7	1	2	0	1	2	1	6	1	0	1	2	0	0	1	1	4	2	0	2	2	2	2	0	7	0	1	0	0	0	0	1	

Таблица 2.3 (продолжение)

55	1	2	2	0	2	0	2	2	0	6	0	2	1	2	2	1	7	1	1	2	1	1	0	2	0	5	0	1	2	2	2	2	1	7	0	0	1	0	0	0	1
56	2	2	0	0	2	2	1	2	0	6	1	2	2	2	2	1	8	2	0	2	2	2	0	2	1	7	1	1	2	2	0	2	0	6	2	2	0	2	1	2	8
57	1	2	2	0	2	2	2	2	0	7	2	2	0	1	2	2	8	2	1	1	2	1	2	2	0	7	2	0	2	2	2	0	0	6	2	0	0	0	1	0	3
58	1	1	1	2	1	1	2	0	1	6	0	1	1	2	1	0	4	1	0	2	0	0	1	1	0	3	0	0	2	1	2	0	2	5	1	1	0	0	0	1	3
59	1	1	2	2	2	2	1	1	2	8	1	2	2	1	1	0	6	2	2	2	2	1	2	2	2	9	0	0	2	2	2	2	0	6	1	0	0	0	0	0	1
60	2	2	2	1	2	1	2	2	2	9	1	2	0	2	2	1	7	2	1	2	0	1	1	2	1	6	0	2	2	2	2	2	2	9	1	2	0	0	2	1	5
61	0	0	1	2	2	2	2	2	0	6	2	2	0	2	2	0	7	2	2	1	2	0	0	2	0	6	0	1	2	2	2	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0
62	1	0	2	1	1	2	1	1	1	6	2	1	1	1	1	1	6	1	1	0	0	0	0	2	0	3	1	0	2	1	2	0	0	4	1	0	0	0	0	0	1
63	1	2	2	2	2	1	2	2	0	8	1	2	0	2	2	0	6	1	1	2	0	1	2	2	1	6	0	2	2	2	2	2	9	2	2	2	0	0	1	6	
64	0	1	1	1	1	2	1	1	1	5	0	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	0	1	1	5	1	1	2	1	2	1	0	6	1	0	1	0	0	0	2
65	1	2	2	1	1	1	2	2	0	7	1	1	1	2	1	0	5	1	1	2	2	0	1	1	1	6	2	2	1	1	2	1	1	7	2	0	1	1	1	1	5
66	1	1	1	2	2	0	1	0	2	6	1	1	1	2	0	0	4	1	0	0	1	2	1	1	1	4	0	2	0	1	2	1	0	4	1	2	2	1	2	2	8
67	0	0	1	1	1	1	0	1	1	3	0	1	0	1	2	2	5	1	1	1	1	0	2	0	0	4	0	1	1	2	2	1	0	5	1	0	1	0	1	0	3
68	0	0	2	0	2	2	2	2	1	6	2	0	0	2	2	1	6	2	2	0	2	0	0	1	2	6	0	0	2	0	2	2	0	4	0	0	0	0	0	0	0
69	1	2	1	1	2	1	2	0	1	6	1	2	0	2	2	0	6	2	2	2	2	0	0	2	0	6	1	2	2	2	2	2	0	8	0	1	0	0	1	1	3
70	2	0	0	2	2	2	2	2	0	7	2	2	2	0	0	0	5	2	2	2	2	0	2	2	2	9	2	2	2	2	2	2	0	9	0	0	0	0	0	0	0
71	1	0	2	0	2	2	2	2	1	7	0	2	0	2	2	1	6	2	2	2	0	1	1	2	0	6	0	2	2	2	2	2	1	8	2	2	2	2	1	2	9
72	2	0	2	2	0	2	0	2	2	7	2	2	0	2	2	1	8	2	0	2	2	2	0	0	0	5	2	1	2	2	2	2	2	9	1	2	0	0	0	2	4
73	2	0	1	0	2	2	2	2	0	6	2	2	0	2	2	1	8	2	0	2	0	0	0	2	0	4	2	2	2	2	2	2	2	10	2	2	2	0	1	2	8
74	0	0	2	0	2	2	0	0	0	3	0	2	0	0	2	0	3	0	0	2	0	0	0	1	0	2	0	0	2	2	2	2	0	6	1	1	1	0	0	0	3
75	0	2	0	0	2	2	2	2	1	6	0	2	0	2	2	1	6	0	0	2	0	0	0	2	0	3	0	2	2	2	2	0	2	7	2	2	2	0	0	2	7
76	0	2	1	0	2	2	2	0	0	5	0	2	0	0	2	0	3	1	2	2	1	0	0	1	2	6	0	0	2	2	1	2	2	6	0	2	0	0	0	1	3
77	0	0	0	1	0	0	2	0	2	3	1	2	0	2	0	1	5	2	0	2	0	0	0	2	0	4	0	0	2	2	2	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0
78	0	2	2	2	0	2	2	1	2	7	0	2	0	2	2	0	5	2	0	1	2	0	1	2	1	6	0	2	2	2	2	2	0	7	1	2	1	1	1	1	6
79	2	2	2	1	1	1	2	2	1	8	1	1	0	1	2	1	5	1	1	2	1	1	0	2	1	6	0	1	2	2	2	0	0	5	2	0	1	0	1	0	3
80	2	2	2	1	2	1	1	2	2	8	1	2	0	2	2	0	6	2	0	2	1	0	0	2	0	4	2	2	2	2	2	2	0	9	1	1	0	0	0	0	2
81	2	0	2	1	2	2	0	1	0	6	2	1	2	0	2	0	6	0	1	1	1	0	0	2	1	4	0	2	2	2	2	2	9	1	0	1	1	1	0	3	
82	0	2	1	1	2	2	2	1	0	6	0	2	0	2	2	1	6	2	2	2	1	1	1	2	0	7	0	1	1	2	2	1	0	5	1	1	0	1	0	0	3
83	1	2	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	1	1	1	1	8	1	1	1	2	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	5

Таблица 2.3 (продолжение)

84	0	2	2	0	2	2	2	2	0	7	0	0	0	2	1	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	2	2	2	0	6	1	2	2	1	1	0	6
85	1	1	2	0	2	2	1	0	0	5	1	2	0	2	2	0	6	0	0	2	1	1	1	1	0	4	1	1	1	1	2	2	1	6	1	2	1	1	2	1	7
86	2	2	2	0	2	2	1	1	1	7	2	2	0	2	0	1	6	1	1	2	1	0	1	2	0	5	2	0	2	2	2	1	2	8	2	2	2	0	1	0	6
87	2	2	1	1	1	1	2	1	1	7	1	2	0	1	2	1	6	1	0	1	2	0	0	1	1	4	2	0	2	2	2	2	0	7	0	1	0	0	0	0	1
88	1	2	2	0	2	0	2	2	0	6	0	2	1	2	2	1	7	1	1	2	1	1	0	2	0	5	0	1	2	2	2	2	1	7	0	0	1	0	0	0	1
89	2	2	0	0	2	2	1	2	0	6	1	2	2	2	2	1	8	2	0	2	2	2	0	2	1	7	1	1	2	2	0	2	0	6	2	2	0	2	1	2	8
90	1	2	2	0	2	2	2	2	0	7	2	2	0	1	2	2	8	2	1	1	2	1	2	2	0	7	2	0	2	2	2	0	0	6	2	0	0	0	1	0	3
91	1	1	1	2	1	1	2	0	1	6	0	1	1	2	1	0	4	1	0	2	0	0	1	1	0	3	0	0	2	1	2	0	2	5	1	1	0	0	0	1	3
92	1	1	2	2	2	2	1	1	2	8	1	2	2	1	1	0	6	2	2	2	2	1	2	2	2	9	0	0	2	2	2	2	0	6	1	0	0	0	0	0	1
93	2	2	2	1	2	1	2	2	2	9	1	2	0	2	2	1	7	2	1	2	0	1	1	2	1	6	0	2	2	2	2	2	2	9	1	2	0	0	2	1	5
94	0	0	1	2	2	2	2	2	0	6	2	2	0	2	2	0	7	2	2	1	2	0	0	2	0	6	0	1	2	2	2	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0
95	1	0	2	1	1	2	1	1	1	6	2	1	1	1	1	1	6	1	1	0	0	0	0	2	0	3	1	0	2	1	2	0	0	4	1	0	0	0	0	0	1
96	1	2	2	2	2	1	2	2	0	8	1	2	0	2	2	0	6	1	1	2	0	1	2	2	1	6	0	2	2	2	2	2	9	2	2	2	0	0	1	6	
97	0	1	1	1	1	2	1	1	1	5	0	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	0	1	1	5	1	1	2	1	2	1	0	6	1	0	1	0	0	0	2
98	1	2	2	1	1	1	2	2	0	7	1	1	1	2	1	0	5	1	1	2	2	0	1	1	1	6	2	2	1	1	2	1	1	7	2	0	1	1	1	1	5
99	1	1	1	2	2	0	1	0	2	6	1	1	1	2	0	0	4	1	0	0	1	2	1	1	1	4	0	2	0	1	2	1	0	4	1	2	2	1	2	2	8

Таблица 2.3 (продолжение)

№	Экстраконтекстуальные									Стены	Верификация												Стены	Искренность												Стены					
	2	2	2	1	1	2	0	0	0		2	2	1	0	0	0	1	1	2	2	2	1		2	0	1	2	6	2	1	2	0	0	2	2		2	2	2	0	1
1	2	2	2	1	1	2	0	0	6	2	2	1	0	0	0	1	1	2	2	2	1	2	0	1	2	6	2	1	2	0	0	2	2	2	2	2	0	1	2	2	7
2	2	2	2	1	2	2	0	0	7	2	0	2	1	0	0	2	2	2	2	2	1	2	0	2	1	7	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8
3	2	2	2	1	1	1	0	0	6	2	2	2	1	1	0	2	0	2	0	1	0	1	1	2	1	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	0	8	
4	2	2	2	2	0	2	0	0	6	2	2	2	0	0	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	2	6	2	2	2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	0	0	7
5	2	1	2	2	1	2	0	0	6	2	2	2	1	0	0	2	0	2	2	1	2	2	1	2	1	7	2	1	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8
6	2	2	2	0	1	2	0	0	6	0	2	2	2	0	0	1	0	2	2	0	2	2	0	2	2	6	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	8
7	1	2	2	1	0	2	1	0	6	1	2	2	2	1	0	0	0	2	2	0	2	2	1	2	2	7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	8
8	1	0	2	0	1	2	0	0	4	2	1	2	0	0	1	0	0	2	2	2	1	0	1	2	1	5	2	0	2	1	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8
9	0	0	2	0	0	0	1	1	3	2	2	2	1	0	0	0	0	2	2	0	2	2	2	2	7	2	2	2	2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	8
10	2	2	2	2	2	2	1	1	9	2	0	2	2	0	2	2	0	2	1	1	1	1	0	2	2	6	2	2	2	0	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	9
11	1	1	2	0	0	2	0	0	4	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	0	0	0	0	2	0	6	0	0	2	0	0	2	2	2	0	2	1	1	0	5	
12	2	2	2	1	1	1	0	0	6	2	2	2	0	1	0	2	0	2	1	0	2	2	0	2	2	6	2	2	2	2	2	2	1	0	1	2	1	2	2	8	
13	2	1	2	1	1	1	2	2	8	2	2	0	2	0	1	1	0	2	2	1	1	0	0	2	2	6	2	0	2	0	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	7
14	1	2	1	0	1	2	0	0	4	1	2	1	2	0	2	1	0	1	2	1	2	1	0	2	0	6	1	0	2	2	0	1	1	2	2	2	0	0	1	5	
15	1	1	2	1	0	2	0	0	4	2	2	2	0	0	1	2	2	2	2	0	2	2	0	2	7	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	0	8	
16	0	1	2	2	1	1	1	1	6	2	1	2	0	2	0	2	0	2	1	0	2	0	0	2	1	5	0	1	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	1	2	7
17	2	2	2	1	1	1	0	0	6	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	0	2	2	2	1	1	1	2	1	1	7		
18	2	0	2	1	0	0	0	0	3	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	2	0	2	6	0	0	2	2	2	2	0	0	2	0	1	2	2	6		
19	1	1	2	1	2	2	1	1	7	2	0	2	1	0	0	1	0	2	2	0	1	1	1	2	2	5	2	0	2	0	0	2	1	2	2	0	1	2	0	5	
20	2	1	2	1	1	1	0	0	5	0	2	2	2	1	0	2	0	2	2	0	0	1	0	2	2	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8
21	2	1	2	0	0	1	0	0	4	2	2	2	1	2	1	1	0	0	2	1	2	1	2	1	0	6	2	0	2	0	0	2	2	2	2	0	0	2	2	6	
22	2	1	0	1	1	1	0	0	4	2	2	2	1	0	0	2	0	2	1	0	2	2	0	2	2	6	0	2	2	1	0	2	0	0	2	2	2	0	0	5	
23	2	2	2	2	2	2	2	2	10	0	2	2	2	0	1	2	0	2	1	0	2	1	0	1	2	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8

Таблица 2.3 (продолжение)

49	0	1	2	2	1	1	1	1	6	2	1	2	0	2	0	2	0	2	1	0	2	0	0	2	1	5	0	1	2	2	0	2	2	2	2	0	2	1	2	7	
50	2	2	2	1	1	1	0	0	6	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	0	2	2	2	1	1	1	2	1	1	7	
51	2	0	2	1	0	0	0	0	3	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	2	0	2	0	6	0	0	2	2	2	2	0	0	2	0	1	2	2	6	
52	1	1	2	1	2	2	1	1	7	2	0	2	1	0	0	1	0	2	2	0	1	1	1	2	2	5	2	0	2	0	0	2	1	2	2	0	1	2	0	5	
53	2	1	2	1	1	1	0	0	5	0	2	2	2	1	0	2	0	2	2	0	0	1	0	2	2	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8
54	2	1	2	0	0	1	0	0	4	2	2	2	1	2	1	1	0	0	2	1	2	1	2	1	0	6	2	0	2	0	0	2	2	2	2	0	0	2	2	6	
55	2	1	0	1	1	1	0	0	4	2	2	2	1	0	0	2	0	2	1	0	2	2	0	2	2	6	0	2	2	1	0	2	0	0	2	2	2	0	0	5	
56	2	2	2	2	2	2	2	2	10	0	2	2	2	0	1	2	0	2	1	0	2	1	0	1	2	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8	
57	1	2	2	1	1	2	0	0	6	0	1	2	2	0	0	1	0	2	2	2	1	1	0	2	2	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	
58	1	2	2	0	1	0	0	1	4	1	2	1	0	0	1	1	0	2	0	0	1	1	1	2	1	4	0	2	2	0	0	2	2	2	2	0	2	1	2	7	
59	0	0	1	1	1	2	1	1	4	2	1	2	2	1	0	1	0	2	1	1	2	2	1	1	0	6	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	8	
60	2	2	2	1	2	2	0	1	8	2	2	2	1	2	0	2	0	2	2	0	2	1	0	2	2	7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	
61	2	2	2	2	1	2	1	1	8	2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	0	0	0	1	2	2	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	9	
62	1	1	2	1	1	1	1	1	6	1	1	2	2	0	1	2	0	1	2	1	2	1	1	1	2	6	2	0	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	8	
63	1	1	2	1	1	2	1	1	6	2	2	2	0	0	0	2	0	2	2	0	2	1	2	2	2	7	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	8	
64	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	2	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	2	1	6	2	0	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	0	8	
65	1	2	2	1	2	1	1	1	7	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	6	2	1	1	0	2	1	1	0	2	0	0	0	1	4	
66	1	0	2	2	0	0	0	2	4	2	0	2	1	1	2	1	1	1	1	0	2	2	1	2	0	6	2	0	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	7	
67	2	2	2	1	1	2	0	0	6	2	2	1	0	0	0	1	1	2	2	2	1	2	0	1	2	6	2	1	2	0	0	2	2	2	2	0	1	2	2	7	
68	2	2	2	1	2	2	0	0	7	2	0	2	1	0	0	2	2	2	2	2	1	2	0	2	1	7	2	2	2	2	0	2	2	2	2	0	2	2	2	8	
69	2	2	2	1	1	1	0	0	6	2	2	2	1	1	0	2	0	2	0	1	0	1	1	2	1	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	0	8	
70	2	2	2	2	0	2	0	0	6	2	2	2	0	0	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	2	6	2	2	2	0	2	2	0	2	2	2	2	0	0	7	
71	2	1	2	2	1	2	0	0	6	2	2	2	1	0	0	2	0	2	2	1	2	2	1	2	1	7	2	1	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8	
72	2	2	2	0	1	2	0	0	6	0	2	2	2	0	0	1	0	2	2	0	2	2	0	2	2	6	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	8	
73	1	2	2	1	0	2	1	0	6	1	2	2	2	1	0	0	0	2	2	0	2	2	1	2	2	7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	8	
74	1	0	2	0	1	2	0	0	4	2	1	2	0	0	1	0	0	2	2	2	1	0	1	2	1	5	2	0	2	1	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8	
75	0	0	2	0	0	0	1	1	3	2	2	2	1	0	0	0	0	2	2	0	2	2	2	2	7	2	2	2	2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	2	8	
76	2	2	2	2	2	2	1	1	9	2	0	2	2	0	2	2	0	2	1	1	1	1	0	2	2	6	2	2	2	0	2	2	1	2	2	2	2	2	2	9	
77	1	1	2	0	0	2	0	0	4	2	2	2	0	0	2	2	2	2	0	0	0	0	2	0	6	0	0	2	0	0	2	2	2	0	2	1	1	0	5		

Таблица 2.3 (Окончание)

78	2	2	2	1	1	1	0	0	6	2	2	2	0	1	0	2	0	2	1	0	2	2	0	2	2	6	2	2	2	2	2	2	1	0	1	2	1	2	2	8	
79	2	1	2	1	1	1	2	2	8	2	2	0	2	0	1	1	0	2	2	1	1	0	0	2	2	6	2	0	2	0	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	7
80	1	2	1	0	1	2	0	0	4	1	2	1	2	0	2	1	0	1	2	1	2	1	0	2	0	6	1	0	2	2	0	1	1	2	2	2	2	0	0	1	5
81	1	1	2	1	0	2	0	0	4	2	2	2	0	0	1	2	2	2	2	0	2	2	0	2	2	7	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	0	8
82	0	1	2	2	1	1	1	1	6	2	1	2	0	2	0	2	0	2	1	0	2	0	0	2	1	5	0	1	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	1	2	7
83	2	2	2	1	1	1	0	0	6	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	0	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	7	
84	2	0	2	1	0	0	0	0	3	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	0	2	2	0	2	6	0	0	2	2	2	2	0	0	2	0	1	2	2	6		
85	1	1	2	1	2	2	1	1	7	2	0	2	1	0	0	1	0	2	2	0	1	1	1	2	2	5	2	0	2	0	0	2	1	2	2	0	1	2	0	5	
86	2	1	2	1	1	1	0	0	5	0	2	2	2	1	0	2	0	2	2	0	0	1	0	2	2	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8	
87	2	1	2	0	0	1	0	0	4	2	2	2	1	2	1	1	0	0	2	1	2	1	2	1	6	2	0	2	0	0	2	2	2	2	0	0	2	2	6		
88	2	1	0	1	1	1	0	0	4	2	2	2	1	0	0	2	0	2	1	0	2	2	0	2	6	0	2	2	1	0	2	0	0	2	2	2	0	0	5		
89	2	2	2	2	2	2	2	2	10	0	2	2	2	0	1	2	0	2	1	0	2	1	0	1	2	6	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	8
90	1	2	2	1	1	2	0	0	6	0	1	2	2	0	0	1	0	2	2	2	1	1	0	2	2	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	
91	1	2	2	0	1	0	0	1	4	1	2	1	0	0	1	1	0	2	0	0	1	1	1	2	1	4	0	2	2	0	0	2	2	2	2	0	2	1	2	7	
92	0	0	1	1	1	2	1	1	4	2	1	2	2	1	0	1	0	2	1	1	2	2	1	1	6	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	8	
93	2	2	2	1	2	2	0	1	8	2	2	2	1	2	0	2	0	2	2	0	2	1	0	2	2	7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
94	2	2	2	2	1	2	1	1	8	2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	0	0	0	1	2	2	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	9
95	1	1	2	1	1	1	1	1	6	1	1	2	2	0	1	2	0	1	2	1	2	1	1	1	2	6	2	0	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	8	
96	1	1	2	1	1	2	1	1	6	2	2	2	0	0	0	2	0	2	2	0	2	1	2	2	2	7	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	8	
97	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	2	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	2	6	2	0	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	0	8		
98	1	2	2	1	2	1	1	1	7	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	6	2	1	1	0	2	1	1	0	2	0	0	0	1	4		
99	1	0	2	2	0	0	0	2	4	2	0	2	1	1	2	1	1	1	1	0	2	2	1	2	6	2	0	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	7		

Приложение 3.

Результаты статистической обработки данных

Таблица 3.1

Результат обработки по непараметрическому критерию Крускала-Уоллеса

	Автори- тарный	Либе- ральный	Демокра- тический	Пол- наяУстанов- каЧестность	Установка- Честность	Частич- наяУста- новка- Честность	Невыра- женные- Установки	ЧастичнаяУста- новкаЛожь
Хи-квадрат	47,707	33,914	59,115	,401	11,891	3,811	,287	1,590
ст.св.	2	2	2	2	2	2	2	2
Асимпт. знч.	,000	,000	,000	,819	,003	,149	,866	,452

а. Критерий Краскела-Уоллеса

б. Группирующая пе-
ременная:
СтильУправленияДо-
минирующий

Уста- новка- Ложь	Пол- наяУста новка- Ложь	Об- щаяУста- новка- Честность	Невыражен- наяУстанов- ка	Об- щаяУста новка- Ложь	Слова	Голос	Пла- стика	Мимика	Эмоции	Внеш- нийВид	Поведение	ВН С	Экс- тра- кон- текст	Верифи- кация	Искрен- ность
,165	1,189	3,357	,287	5,276	11,175	10,744	3,282	18,698	2,941	3,081	12,673	,433	2,565	4,419	3,637
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
,921	,552	,187	,866	,072	,004	,002	,125	,000	,239	,092	,002	,749	,412	,012	,216

Таблица 3.2.

Корреляционный анализ с использованием непараметрического коэффициента корреляции Спирмена

	Авторитарный стиль	Либеральный стиль	Демократический стиль	Установка Честность	Полная Установка Ложь	Общая Установка Честность	Невыраженная Установка	Общая Установка Ложь	Слова	Голос	Пластика	Мимика	Эмоции	Внешний вид	Поведение	ВНС	Экстраконтекст	Верификация
Авторитарный стиль	1																	
Либеральный стиль	,027	1																
Демократический стиль	-,792**	-,631**	1															
Установка Честность	-,365**	-,005	,286**	1														
Полная Установка Ложь	,305**	-,044	-,210*	-,522**	1													
Общая Установка Честность	-,181	,034	,120	,699**	-,427**	1												
Невыраженная Установка	,095	,017	-,084	-,379**	,162	-,491**	1											
Общая Установка Ложь	,134	-,052	-,072	-,506**	,361**	-,762**	-,190	1										
Слова	,307**	,089	-,293**	,045	,155	,026	-,071	,024	1									
Голос	,313**	,172	-,348**	,125	-,212*	,109	-,021	-,107	,487**	1								
Пластика	-,067	-,198*	,173	,364**	,000	,059	-,238*	,110	,173	,082	1							
Мимика	,409**	-,143	-,230*	-,021	-,085	-,067	-,178	,208*	,428**	,432**	,238*	1						
Эмоции	,259**	,119	-,274**	-,006	,115	-,189	-,059	,257*	,057	,184	,077	,351**	1					
Внешний вид	,232*	-,005	-,177	-,190	,290**	-,064	-,137	,174	,371**	,038	-,103	,375**	,321**	1				
Поведение	,339**	-,183	-,151	-,054	-,004	,017	-,332**	,228*	,023	,007	,095	,401**	,393**	,112	1			
ВНС	,027	,025	-,036	,018	-,256*	,078	-,026	-,069	,153	,430**	-,106	,158	,082	-,146	,220*	1		
Экстраконтекст	,183	,240*	-,289**	-,082	,251*	-,088	-,057	,142	,218*	,306**	,121	,111	,287**	,500**	-,056	,110	1	
Верификация	,478**	-,005	-,368**	-,429**	,048	-,388**	,052	,399**	,084	,427**	-,177	,320**	,374**	,070	,452**	,176	,089	1

** . Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторон.).

* . Корреляция значима на уровне 0.05 (2-сторон.).

Таблицы с результатами множественного регрессионного анализа

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
1 (Константа)	-1,596	3,538		-,451	,653
1 Авторитарный	,531	,200	,461	2,652	,009
1 Либеральный	,018	,167	,012	,109	,914
1 Демократический	1,056	,989	,198	1,068	,288

а. Зависимая переменная: ПолнаяУстановкаЛожь

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	T	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
1 (Константа)	26,101	5,868		4,448	,000
1 Авторитарный	-1,307	,332	-,659	-3,938	,000
1 Либеральный	-,296	,277	-,117	-1,068	,288
1 Демократический	-3,469	1,640	-,377	-2,115	,337

а. Зависимая переменная: УстановкаЧестность

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
1	71,331	16,971		4,203	,000
1 СтильАвторитарный	-1,914	,960	-,358	-1,994	,049
1 СтильЛиберальный	-,230	,801	-,034	-,287	,775
1 СтильДемократический	-5,586	4,744	-,225	-1,177	,242

а. Зависимая переменная: ОбщаяУстановкаЧестность

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
1 (Константа)	8,477	15,087		,562	,576
1 Авторитарный	1,710	,854	,360	2,003	,048
1 Либеральный	,231	,712	,038	,325	,746
1 Демократический	6,352	4,217	,288	1,506	,135

а. Зависимая переменная: ОбщаяУстановкаЛожь

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
(Константа)	13,825	2,276		6,074	,000
1 Авторитарный	,042	,129	,055	,323	,747
Либеральный	-,043	,107	-,045	-,398	,691
Демократический	-1,204	,636	-,293	-3,015	,003

а. Зависимая переменная: Слова

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
(Константа)	2,065	,967		2,135	,035
1 Авторитарный	,240	,055	,720	4,383	,000
Либеральный	,142	,046	,335	3,104	,003
Демократический	,816	,270	-,348	-3,652	,000

а. Зависимая переменная: Голос

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
(Константа)	7,925	1,085		7,307	,000
1 Авторитарный	-,102	,061	-,296	-1,668	,099
Либеральный	-,129	,051	-,294	-2,523	,013
Демократический	-,483	,303	,208	2,09	,039

а. Зависимая переменная: Пластика

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка			
(Константа)	6,808	1,099		6,193	,000
1 Авторитарный	,104	,062	,274	1,666	,099
Либеральный	-,102	,052	-,212	-1,958	,053
Демократический	-,313	,307	-,23	-2,239	,022

а. Зависимая переменная: Мимика

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка	Бета		
1 (Константа)	2,915	1,149		2,538	,013
1 Авторитарный	,202	,065	,536	3,102	,003
1 Либеральный	,109	,054	,229	2,019	,046
1 Демократический	,627	,321	-,274	-2,807	,006

а. Зависимая переменная: Эмоции

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка	Бета		
1 (Константа)	2,741	1,555		1,763	,081
1 Авторитарный	,208	,088	,420	2,369	,020
1 Либеральный	,042	,073	,067	,575	,566
1 Демократический	,553	,435	,240	1,273	,206

а. Зависимая переменная: Внешний Вид

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка	Бета		
1 (Константа)	5,610	1,338		4,194	,000
1 Авторитарный	,185	,076	,413	2,444	,016
1 Либеральный	-,093	,063	-,163	-1,469	,145
1 Демократический	,185	,374	,089	,494	,622

а. Зависимая переменная: Поведение

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка	Бета		
1 (Константа)	-,065	1,333		-,049	,961
1 Авторитарный	,325	,075	,703	4,312	,000
1 Либеральный	,267	,063	,455	4,250	,000
1 Демократический	1,449	,373	-,289	-2,974	,004

а. Зависимая переменная: Экстраконтекст

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка	Бета		
(Константа)	3,811	,494		7,713	,000
1 Авторитарный	,177	,028	,951	6,316	,000
Либеральный	,042	,023	,179	1,815	,073
Демократический	,523	,138	-,368	-3,894	,000

а. Зависимая переменная: Верификация

Коэффициенты^а

Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Знч.
	B	Стд. Ошибка	Бета		
(Константа)	1,829	,996		1,837	,069
1 Авторитарный	,397	,056	1,037	7,048	,000
Либеральный	,138	,047	,283	2,933	,004
Демократический	1,350	,278	-,376	-3,995	,000

а. Зависимая переменная: Искренность

Программа развития демократических аспектов руководства

Введение

Роль руководителя в образовании и распространении ложной информации в организации хоть и косвенная, но очень существенная, как показало наше исследование. Чтобы минимизировать этот деструктивный фактор, стиль управления должен выполнять следующие важные функции:

1. Создание комфортного психологического климата;
2. Позитивное мотивирование подчиненных (как материальное, так и психологическое);
3. Создание поддерживающей организационной культуры: поощрение инициативы работников, делегирование полномочий, развитие внутриорганизационной клиентской лояльности, постановка творческих задач для профессиональной самореализации сотрудников.

Данные функции можно улучшить путём социально-психологического тренинга, и для этого мы разработали данную программу.

Цель: повышение уровня демократичности стиля управления руководителем.

Задачи:

1. Развитие умения делегировать обязанности.
2. Развитие умения позитивно мотивировать сотрудников, исходя из их индивидуальных особенностей.
3. Развитие коммуникационных навыков.
4. Повышение уровня сплочённости коллектива.

В основе работы с сотрудниками лежит групповой психологический тренинг. Программа тренинга предполагает прохождение сотрудниками цикла из 5 занятий. Каждое занятие ориентировано в среднем на 100-150 минут, рекомендуемая интенсивность занятий не реже 1 раза в неделю.

При планировании занятий мы придерживались структуры классиче-

ского тренингового занятия и ориентировали сотрудников на прохождение трех основных этапов работы. Первая вводная составляющая – разогрев, разминка, приветствие, создание мотивации, обмен ожиданиями, установками. Основная часть занятия — традиционно выполнение заданий и упражнений, несущих основную смысловую нагрузку занятия, решение одной из задач, обозначенных выше. И завершение работы, «выход» — обмен мнениями, впечатлениями, рефлексия произошедшего.

Ожидаемые результаты:

- овладение навыками психологической саморегуляции руководителя;
- повышение уровня эмпатии, развитие навыков социального интеллекта руководителя;
- снижение уровня авторитарности или либеральности и повышение демократичности управления.

Способы и средства проверки ожидаемых результатов:

- диагностика стиля управления трудовым коллективом Захарова В.П. и Журавлева А.Л.;
- диагностика уровня эмоционального напряжения (модифицированная методика САН в форме протокола «Успешность занятия» до и после каждого тренинга);
- анкеты-отзывы;
- групповые интервью, рефлексии.

Структура тренинга.

Тренинг включает в себя следующие блоки:

1. Диагностический:

- знакомство;
- лекция;
- групповая диагностика.

2. Основной (тренинговый):

- тренинги саморегуляции с элементами социально-психологического тренинга.

3. Итоговый:

- завершающий тренинг;
- групповая диагностика;
- рефлексия.

Тематический план:

№	Форма занятия	Время проведения	Количество участников	Список заданий и упражнений
1	Лекция	1,5 часа	10-25	«Давайте познакомимся»; принятие групповых правил (с возможностью перехода в мозговой штурм); первичное тестирование.
2	Тренинг	2 часа	10-15	Разогрев, энерджи, упражнение «Расскажи о своём состоянии», «Ловец блага», рефлексия.
3	Тренинг	2 часа	10-15	Разогрев, настройка на коллективную работу, энерджи, «Мой стиль управления», кейс, выведение из конфликтных ситуаций, рефлексия, прощание.
4	Тренинг	3 часа	10-25	Индивидуальная разработка верёвочного курса на командообразование, проводимого на природе.
5	Тренинг	2 часа	10-15	Разогрев, настройка на коллективную работу, энерджи, «Стили управления», закрытие вопросов и подвешенных ситуаций, тестирование, прощание.

Схема проведения лекции

1. Знакомство.
2. Разминка (упражнение на разогрев участников, снятие напряжения, настрой на работу).
3. Лекция (информирование участников о понятии, признаках, факторах стилей управления, их функций, достоинств и недостатков).
4. «Мозговой штурм» по созданию новых внутриколлективных правил, принятых совместным решением.

5. Диагностика стиля управления руководителя.
6. Обратная связь.
7. Подведение итогов.

Схема проведения тренинговых занятий.

1. Приветствие.
2. Оценка группового состояния.
3. Разминка.
4. Основные упражнения тренинга.
6. Рефлексия.
7. Оценка физического и психологического состояния группы.
8. Подведение итогов.
9. Прощания.

В конце последнего занятия проводится диагностика по опроснику оценки стиля управления руководителя и делается вывод об успешности тренинговой работы.

Упражнения для тренингов:

Упражнение 1. «Давайте познакомимся»

(нужна подходящая музыка, но нужно ориентироваться на групповое настроение, поскольку оно может не совпасть с запланированным звуковым сопровождением)

Инструкция.

Встаньте в круг. Каждый по очереди называет своё имя и одновременно делает какое-либо движение (обыгрывает имя), выходя в центр круга. Затем все участники повторяют это имя и движение. Следующий по кругу участник называет своё имя и показывает движение, группа снова повторяет и т.д.

Упражнение 2. «Принятие правил групповой работы»

(звучит подходящая фоновая музыка, у ведущего флипчарт с ватманом и маркерами).

Участники садятся по кругу.

Инструкция.

После того как мы познакомились, приступим к обсуждению основных правил групповой работы. Это будут наши первые совместные шаги к повышение коллективности управления через принятие этих неформальных правил, которые призваны облегчить нам групповую работу и сделать её более комфортной. Я буду предлагать правила, вы можете их дополнить или изменить.

Правила групповой работы.

1. Обращаться друг к другу по имени.
2. Принимать себя и других такими, какие они есть.
3. Быть искренним.
4. Избегать оценок друг друга.
5. Все, что делается в группе, делается на добровольных началах.
6. Активное участие в происходящем.
7. Уважение говорящего.
8. Каждому члену группы — как минимум одно хорошее и доброе слово.
9. Конфиденциальность всего происходящего в группе.
10. Общение по принципу «здесь и сейчас».

Упражнение 4. «Расскажи о своём состоянии»

Проводится ненавязчиво, в начале и в конце занятия. Если участнику трудно объяснить своё состояние, ведущий помогает ему и задает наводящие вопросы. Иногда стоит напомнить участникам, какие бывают чувства и эмоции. Важно делать акцент именно на чувства участников.

Инструкция.

Расскажите о состоянии своего тела (ощущениях) и своих чувствах (эмоциях). Ответьте на вопросы:

- Что вы чувствуете здесь и сейчас? Что ощущает ваше тело? (в начале и в конце занятия).

- Что хотелось бы получить от занятия? (в начале занятия).

- Что важного и значимого для себя вы получили от предыдущего занятия? (в начале занятий 3, 4, 5).

- Что стало для вас важным, ценным, запоминающимся на занятии? (в конце занятия)

Упражнение 5. «Ловец блага»

(звучит фоновая музыка)

Упражнение направлено на умение сглаживать острые углы и не срываться на коллег по работе, что положительно сказывается на внутриколлективном климате. Участники пишут для каждой ситуации свои положительные моменты. Каждый по очереди проговаривает эти моменты. Участник, указавший более 5 положительных моментов в каждой предложенной ситуации, считается «ловцом блага».

Инструкция.

Чтобы с вами не случилось, во всем старайтесь находить положительные стороны. Давайте потренируемся. Найдите и запишите, пожалуйста, положительные моменты в следующих ситуациях:

1. Вы собираетесь на работу, погода встречает вас проливным дождем.
2. Вы опоздали на автобус.
3. У вас нет денег, чтобы уехать куда-нибудь в отпуск.

Упражнение 4. «Аплодисменты» (прощание).

Это упражнение поднимает настроение всей группе, помогает выйти на эмоциональном подъёме и хорошо завершает занятие в эмоциональном плане

Инструкция.

Ведущий начинает аплодировать, подходя к одному из участников

группы. Затем этот участник выбирает из группы следующего, кому они аплодируют вдвоём. Третий выбирает четвёртого и т.д. Последнему участнику аплодирует уже вся группа.

Упражнение 5. «Мой стиль управления».

Этот упражнение может помочь руководителю понять свои сильные и слабые стороны в выстраивании отношений со своими сотрудниками, стиль работы руководителя и ожидания от совместной работы подчиненных. Сравните потом, насколько Ваши ответы совпадают или расходятся с мнением ваших сотрудников и подумайте, что можно сделать для достижения большего взаимопонимания.

Инструкция:

просим ответить для себя на следующие вопросы. То же самое должна будет сделать ваша команда.

Стиль руководства:

- Как Вы описали бы стиль руководства?
- Как Вы измеряете производственные показатели своей команды, отдельных сотрудников?
- Каким показателям Вы уделяете наибольшее внимание?

Общение:

- Как вашим сотрудникам удастся с Вами встретиться (неформально, в ходе запланированных встреч, или за пределами офиса...)?
- Опишите, как бы хотели получать информацию от Ваших сотрудников о возникших проблемах?
- Как Вы предпочли бы получать информацию (по телефону, по электронной почте, лично)?

Принятие решений:

- Каков Ваш подход к принятию решений?
- Какие решения Ваши сотрудник должен прежде всего согласовать с вами?

- Какую степень свободы Вы в действительности даете своим сотрудникам?

Личные качества:

- Что у Вас вызывает прилив энтузиазма?
- Что у Вас вызывает апатию или раздражение?
- Как об этом становится известно вашим сотрудникам?

Проблемы:

- Как бы Вы предпочли решать проблемы?
- Предпочитаете ли Вы принимать участие в выработке решений?
- Предпочитаете ли Вы, чтобы было выработано несколько вариантов решений, а Вы затем помогли бы выбрать правильный курс?
- О каких проблемах Вам необходимо сообщать немедленно?

Упражнение-кейс 6. «Работа в команде».

Если видно, что в группе более актуальны другие проблемы, можно вмешать в «задачи проекта» эти живые темы, чтобы попробовать разрешить их в полуигровой форме кейса. После упражнения стоит проанализировать результаты. Попросите участников рассказать, что они чувствовали, когда их назначали или не назначали на определённые задачи, каким образом, кому и какие задачи делегировались. На основании чего распределялись обязанности? Учитывались ли вы при этом личностные особенности подчиненных?

Инструкция:

Вы — руководитель отдела в небольшой торговой компании. В вашем подчинении 6 менеджеров. Каждый из них претендует на лидерство в коллективе, в отделе часто возникают конфликты, в особенности когда подчиненным приходится работать над совместным проектом. Им трудно договариваться друг с другом и принимать общие решения. Буквально на днях вашему отделу поручили новый ответственный проект, который очень важен для компании. Вы в это время уходите в отпуск, поэтому важно грамотно распределить задачи, мотивировать подчиненных, чтобы проект был выпол-

нен успешно. Ваши задачи следующие.

1. Мотивирование сотрудников:

- поставить общую цель и настроить на групповую работу;
- мотивировать каждого сотрудника к работе, учитывая его индивидуальные особенности.

2. Распределение обязанностей между подчинёнными и объяснение, почему определенная задача была поручена конкретному сотруднику.

Менеджеры:

1. Иван обладает аналитическим складом ума, у него хорошо развиты организационные навыки. При оформлении документов может допускать ошибки. Жесткий, директивный в общении. Считает, что только он работает в отделе;

2. Мария — творческий человек, фонтанирует новыми идеями, но может допускать ошибки в расчетах и при работе с числами. Эмоциональна, любые претензии по работе воспринимает на личный счет. Считает себя самым эффективным сотрудником в отделе;

3. Олег обладает среднеразвитыми профессиональными навыками, но эффектно проводит презентации. Любит быть в центре внимания, периодически критикует коллег за их ошибки и является инициатором многих конфликтов. Считает, что без него провалились бы многие проекты отдела;

4. Ольга аккуратна при работе с документами, редко допускает ошибки при расчетах, обладает аналитическим складом ума, хорошо развиты организационные навыки. Обидчива, все замечания принимает в штыки. Уверена, что ее недооценивают как сотрудника;

5. Михаил — творческий человек, с легкостью придумывает новые идеи, но может не доводить их до конца. Ошибается при работе с числами и в расчетах. Вспыльчив, может затевать интриги в отделе. Считает, что успех большинства проектов — его личная заслуга;

6. Игорь может легко убедить собеседника, эффектно проводит презентации. Любит быть в центре внимания, ему явно «недостает сцены». Часто

выступает инициатором конфликтов. Считает, что он — самый эффективный сотрудник в отделе.

Задачи проекта:

1. Постановка задач, организация работы, координирование деятельности сотрудников (на время вашего отсутствия) (1 сотрудник);
2. Подготовка презентации к переговорам с клиентом (1 сотрудник);
3. Проведение переговоров с клиентом (1 сотрудник);
4. Анализ и статистика продаж (1 сотрудник);
5. Урегулирование возможных спорных моментов договорных обязательств (1 сотрудник);
6. Организация и проведение специальных акций (2 сотрудника);
7. Координация взаимодействия с подразделениями (1 сотрудник);
8. Регулирование претензий клиентов (2 сотрудника);
9. Принятие решений о закупке продукции (1 сотрудник);
10. Проведение переговоров с клиентом по новому ассортименту (2 сотрудника);
11. Анализ новинок компании (1 сотрудник);
12. Анализ остатков товара на складе, еженедельных, ежедневных отчетов (1 сотрудник);
13. Контроль отгрузок в магазины клиента (2 сотрудника);
14. Отслеживание платежей клиента (1 сотрудник).

Упражнение 7. «Стили лидерства».

Здесь преследуются цели развития активного партнёрского стиля общения, ещё более глубокого понимания и иллюстрации различий в стилях управления. Упражнение помогает привыкать в командной работе, почувствовать в этом контексте различия между тремя стилями руководства в достижении поставленных целей.

Инструкции.

Первый этап. Просим участников тренинга сесть поудобнее, сосредото-

точиться и представить себе, как бы они продолжили предложение «Когда я думаю о лидере, то я представляю себе...». Кого рисует память? Чья личность приходит на ум? Давайте обменяемся результатами: расскажем товарищам о лидерах, образы которых мы представили себе. Каковы наиболее яркие черты этих личностей?

Кто такой лидер? Считаете ли вы правильным следующее определение: «Лидер — тот, кто стоит во главе группы, кто определяет основные направления ее деятельности и влияет на поведение ее членов»? Что бы вы могли добавить/изменить в предложенной формулировке?

Различают лидеров формальных и неформальных. Кто он, ваш лидер?

Лидеры могут быть двух типов: деловой лидер (побуждает группу работать ради достижения целей) и социозэмоциональный (в совместной деятельности озабочен тем, как при решении групповой задачи учитываются личные и общественные потребности членов команды). К какому из двух (или – к смешанному) типов относится личность, загаданная вами?

Каков стиль лидерства у личностей, о которых вы рассказали? демократический, авторитарный, попустительский?

Второй этап. Делим группу на три подгруппы, в каждой просим выбрать одного представителя на роль руководителя группы. После того как выборы завершены, соглашаемся с кандидатом первой подгруппы и определяем для него роль лидера, работающего в демократическом стиле. Соглашаемся также с кандидатурой лидера второй группы. У него стиль лидерства определяем как попустительский. А решение третьей подгруппы не утверждаем. Тренер сам назначает подгруппе лидера-автократа, склонного к авторитарному, диктаторскому стилю руководства.

Затем объявляем групповое задание (одинаковое для всех групп-участниц): связать как можно более длинную цепочку из шнурков от обуви участников подгруппы или любое другое, которое будет актуальнее для групповой динамики и настроения. На эту работу группам дается пять-десять

минут.

И в завершение, прежде всего, проверяем, какая группа лучше других справилась с задачей, какая — на втором, а какая — на третьем месте?

Обсуждаем ход игры. Как группа реагировала на демократическо-го/попустительствующего/авторитарного лидера? Как и в чём проявлялась роль лидера подгруппы? Какой тип и стиль лидерства предпочтительнее, на ваш взгляд? Смоделируйте несколько ситуаций, в которых будет лучшим решением выбрать каждый из трёх стилей руководства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авидон И. Сто разминок, которые украсят ваш тренинг [Текст] / И. Авидон, О. Гончукова. – СПб.: Речь, 2007. – 256 с.
2. Ананьев В.А. Практикум по психологии здоровья [Текст]: методическое пособие по первичной специфической и неспецифической профилактике / В.А. Ананьев. – СПб.: Речь, 2007. – 320 с.
3. Аралова М.А. Формирование коллектива ДОУ [Текст]: психологическое сопровождение. – М.: ТЦ Сфера, 2006. - 64 с.
4. Богданович В.Н. Истории и метафоры в помощь ведущему тренинга [Текст] / В.Н. Богданович. - СПб.: Речь, 2006. - 223 с.
5. Головин С.Ю. Словарь практического психолога [Текст] / С.Ю. Головин. – Минск: Харвест; М.: ООО АСТ, 2003. – 800 с.
6. Грачева В.Н. Телесно-ориентированный тренинг [Текст] / В.Н. Грачева. - СПб.: Речь, 2006. - 144 с.
7. Евтихов О.В. Грааль мудрости [Текст]: кн. 2 истории и метафоры / О.В. Евтихов, Т.В. Трепашко. СПб.: Речь, 2005. – 306.
8. Иванов А.Н. Притчи и истории для тренера и консультанта [Текст] / А.Н. Иванов. – СПб.: Речь, 2007. – 192 с.
9. Киселева М.В. Арт-терапия в практической психологии и социальной работе [Текст] / М. В. Киселева. - СПб.: Речь, 2007. – 331 с.
10. Колесникова Г.И. Психологическое консультирование [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / Г.И. Колесникова. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 284 с.
11. Копытин А.И. Руководство по групповой арт-терапии [Текст] / А.И. Копытин. – СПб.: Речь, 2003. – 320 с.
12. Краснощеков М.Ю. 1001 способ поднять настроение [Текст]: книга сюрпризов / М.Ю. Краснощеков. – Ростов-на-Дону: - Феникс, 2006. – 256 с.
13. Лебедева Л.Д. Энциклопедия признаков и интерпретаций в проективном рисовании и арт-терапии [Текст] / Л.Д. Лебедева, Ю.В. Никонорова, Н.А. Тараканова. – СПб.: - Речь, 2006. – 335 с.
14. Мерзлякова Е.Л. Чему и как учить учителей [Текст]: тренинг эффективного педагогического общения / Е.Л. Мерзлякова. – СПб.: Речь, 2007. – 290 с.