

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Л.Н.ГУМИЛЕВА**

L.N.GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY

Журналистика және саясаттану факультеті

Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы

**«ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ: КЕШЕ, БҮГІН,
ЕРТЕҢ»**

халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

2018 жылғы 14 желтоқсан

МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической конференции

**«КАЗАХСКАЯ СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ВЧЕРА,
СЕГОДНЯ, ЗАВТРА»**

14 декабря 2018 года

MATERIALS

of International scientific and practical conference

**KAZAKH SPORT JOURNALISM: YESTERDAY, TODAY AND
TOMORROW**

Астана 2019

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

Қ 17

Жауапты редактор: PhD доцент И.С.Рыстина

Құрастырушылар: Аға оқытушы Д.Дүйсебай, , оқытушы

А.Қалдыбекова, оқытушы Ш.Шәкенова

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең. Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 2018 жылғы 14 желтоқсан /құраст.: Д.Дүйсебай, А.Қалдыбекова, Ш.Шәкенова – Астана: Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019. - 187 б.

Жинаққа «Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары - Қазақ спорт журналистикасының даму кезеңдері, интернеттегі спорт тақырыбы, спорттағы PR, қоғаммен байланыстың өзекті мәселелері туралы мақалалар енгізілді. Ғылыми жинақта жарық көрген материалдар БАҚ қызметкерлері мен ғалым-зерттеушілерге, PR-мамандарына, журналистерге, оқытушылар мен студенттерге, сондай-ақ көпшілік оқырманға арналған.

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

© Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019

ISBN978-601-337-114-6

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Мазмұны

ДҮЙСЕБАЙ Дүрәлі ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ТҮБІ ӘРІДЕ ЖАТЫР	4
РЫСБЕК Қыдырбек ҚАЗІРГІ ЖУРНАЛИСТЕРДІҢ СӨЗ САПТАУЫ ЖӘНЕ ІЗДЕНІСІ ТУРАЛЫ.....	9
АХМЕТОВ Марат СПОРТ САЛАСЫН НАСИХАТТАУҒА МЕМЛЕКЕТТІК КӨЗҚАРАС.....	12
САСАЕВ Нұрғазы ИНТЕРНЕТТЕГІ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	14
ҚАЙРАТҰЛЫ Б. ҰЛТТЫҚ СПОРТ ТҮРЛЕРІНІҢ ТАРИХИ-РУХАНИ МАҢЫЗЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ ҚҰНДЫЛЫҒЫ	16
ТАЙЖАН Бақтияр СПОРТТАҒЫ КӘСІПҚОЙЛЫҚ ЖУРНАЛИСТКЕ ДЕ КЕРЕК	27
ПЯТИБРАТОВ Анатолий В РАНГЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СТАТУСА.....	30
ЫСҚАҚ Динара ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНДАҒЫ PR.....	34
ҚАЛДЫБЕКОВА Айдана Жарқынбекқызы СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	39
ЗУРАШЕВ Мереке «SPORT» («ҚАЗАҚ СПОРТЫ») ГАЗЕТІНДЕГІ ЖАНРЛЫҚ БОЛМЫС	44
СҰЛТАНБЕК Назерке ҚАЗАҚСТАН БАРЫСЫ" ЖОБАСЫНЫҢ СПОРТ ТАҚЫРЫБЫН НАСИХАТТАУҒА ЖӘНЕ ЕЛ ИМИДЖІН ШЕТЕЛДЕ ТАНЫТУҒА ЫҚПАЛЫ	49
ИМАНҒАЛИЕВ Бауыржан Сәбитұлы, ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратқызы АДАМНЫҢ ТҰЛҒА БОЛЫП ҚАЛЫПТАСУЫНА ДЕНЕ ТӘРБИЕСІНІҢ ӘСЕРІ	53
МҰРАТ Айгерим СПОРТИВНЫЙ ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ	56
СЫБАНБАЙ Сәкен ҰСТАЗ БЕН ШӘКІРТ ӨНЕГЕСІ.....	59

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

СЫБАНБАЙ Сәкен МИКРОФОН АЛДЫНДАҒЫ ОЙЫНШЫ.....	65
ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратовна СПОРТТЫҢ ТҮЛҒАЛЫҚ ДАМУЫНА ӘСЕРІ.....	67
БОЛАТОВА Гүлжауһар Жамбылқызы, АМАНЖОЛОВ Бекарыстан Нұрланұлы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ЭТОНОСАЯСАТ ЖӘНЕ БАҚ ТАРИХЫ, ҚАЛЫПТАСУ КЕЗЕҢІ.....	70
ТҰРЖАН Оңайгүл, ЕГЕМБЕРДИЕВ Исках ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ АҚПАРАТТЫҢ ЖӘНЕ ЦИФРЛЫ МАРКЕТИНГТІҢ ТУРИЗМДІ ДАМУЫҒА ЫҚПАЛЫ.....	75
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, ТОКЕНОВА Диана ПСИХОЛОГИЯ БРЕНДИНГА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	82
МУХАМБЕТОВА В. К. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ДОКУМЕНТАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	86
ШӘКЕНОВА Шынар ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚҰЗЫРЛЫ МЕКЕМЕЛЕРДІҢ КРИЗИСТІК КОММУНИКАЦИЯСЫ.....	89
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ, АЛГАЛИЕВА Гүлназым Сакенқызы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ДАМУЫ МЕН ҚАЛЫПТАСУЫ.....	92
КУДАЙБЕРГЕНОВА А.С. ТИПОЛОГИЯ АНАЛИЗ PR-ТЕКСТОВ В КАЗАХСТАНСКИХ ОНЛАЙН-СМИ: НАТИВНАЯ РЕКЛАМА.....	97
ДИДИГОВА Мадина Магомедовна ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ЖУРНАЛИСТОВ И ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ).....	102
АЛЬКЕЕВА А.К РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	104
ДАНИЛОВ Александр Сергеевич ПРОЦЕСС ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.....	108
АЯГАНОВА Асель Агыбаевна РАЗВИТИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КАЗАХСТАНЕ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....	112
ИМАНГАЛИЕВА Маржан Әбдірәсілқызы КОМПАНИЯДАҒЫ ҚАРЖЫ МЕНЕДЖМЕНТІН ЖЕТІЛДІРУ АСПЕКТІЛЕРІ.....	116

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

МОЛДАБАЕВ Хасен Советханұлы МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕДЕГІ БАСПАСӨЗ ҚЫЗМЕТІ ЖӘНЕ ОНЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ	121
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ӘБУ НАСЫР ӘЛ-ФАРАБИ ПУБЛИЦИСТИКАСЫ	129
ҚАЖДАР Іңкәр Асқарқызы ОТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК МЕДИА-КОНТЕНТТЕРДІ САЛЫСТЫРУ	132
АЙТҚАЗЫ ҚЫЗЫ-ТУРЛЫХАНОВА М. БІЛІМ САЛАСЫНЫҢ ДАМУЫНДАҒЫ PR-ДЫҢ ОРНЫ	137
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы ҚАЗАҚ ҚОҒАМЫНДАҒЫ ЖАҢА МЕДИАЛАР	142
БАБАЖАНОВА Дина Маратовна «МЯГКАЯ СИЛА» КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СТРАНОВОГО ИМИДЖА КАЗАХСТАНА.....	145
КЕНЖЕБАЕВА Назым Қайратқызы АҚПАРАТ ТАРАТУДЫҢ МЕДИА ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ.....	149
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, МЕДЕТТЕГИ Асель PR В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ.....	154
ШАКАРМАН Дана Қазбекқызы ҚОҒАМДЫ ЦИФРЛЫҚ ТҮРЛЕНДІРУ — ЗАМАН ТАЛАБЫ.....	158
АҚЫНОВА Аружан Алибиқызы НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДА ДАМУЫ	162
МҰРАТ Самал КОМПАНИЯ СТРАТЕГИЯСЫН ТАҢДАУ ЖОЛДАРЫ	167
НУРТУГАН Сәтжол ҰЙЫМДАРДЫҢ КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМЫ	169
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы «СӨЗ ҚҰРАҒАН» ҚАЗАҚТЫҢ МАТЕМАТИГІ	172
МЕКЕБАЕВА Мадина Булатовна КАК DIGITAL-МАРКЕТИНГ И PR ВЛИЯЮТ НА РАЗВИТИЕ FASHION-БИЗНЕСА?	176
КАЙКЕНОВА Мархаба PR КОММУНИКАЦИЯ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	180
АДАЙХАНОВА Ұлмекен МАНИПУЛЯЦИЯҒА ҚАНШАЛЫҚТЫ ЖИІ ҰШЫРАЙСЫЗ?.....	182

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

және субъектінің өзі жоспарлаған әсер етуі мүмкін тақырыпты жоспарлайтын имиджді қалыптастыруды қамтиды [3].

Егер PR-да, сурет субъектінің айрықша қасиеттеріне негізделсе және ол оған жағымды қарым-қатынаста болса, онда пиарда бұл түрдің тақырыбына қандай нақты ерекшеліктер болуы керектігі туралы компания басшылығының идеясы негізінде жасанды түрде жасалады.

Жиі, жаппай сана функционалдық өзгерістерге үлгере алмайды және өткен уақыттың стереотиптеріне сілтеме жасай отырып, коммуникацияларды бағалауға қолайлы. Бүгінгі күні қазақстандық қоғам үшін уақыт пен кеңістік талаптарына сәйкес келетін әлеуметтік және қоғамдық байланыстар мен жаңа үлгідегі қатынастардың қалыптасуы мен жаңғыртылуын қамтамасыз ететін негізгі тетік ретінде PR-коммуникация мүмкіндіктерін дамыту мен өсіру өзекті болып табылады [4].

PR-қызметтің дамуымен бір мезгілде PR-коммуникацияның әртүрлі әдістерін қолдану арқылы адамға әсер ету мүмкіндігін бағалау туралы мәселе пайда болады. Оның рухани ішкі әлемін өзгертуге және жалпы адамның жаңа жағдайлар мен жағдайларға бейімделуіне, сондай-ақ жаңа құндылықтарды қабылдауға ықпал етуге мүмкін бе екенін анықтау.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Анисимова Т. В. Пиар, PR и связи с общественностью // Вестник Волгоградского Государственного Университета. – 2014. – №3. – С. 221-228. ISSN 1998-9911.
2. Ачкасов В.А. Связи с общественностью как социальная инженерия. Санкт-Петербург: Речь. - 2014. – С. 74-81.
3. Катлип, С., Сентер Г., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика. – М.: Вильямс, 2014. – С. 614-618.
4. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика. - М.: ЮНИТИ-ДАНА. -2012. – С. 69-74.

МАНИПУЛЯЦИЯҒА ҚАНШАЛЫҚТЫ ЖИІ ҰШЫРАЙСЫЗ?

АДАЙХАНОВА Ұлмекен

*Л.Н.Гумилев атындағы Евразиялық ұлттық университетінің студенті,
Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы*

Кейде біз бір нәрсе туралы түсінбей тұрсақ та ерік- жігерімізден тыс шешім қабылдай саламыз. Кейін ойланып қарасаңыз, сіздің шешіміңіз наразылық пен тітіркену сезімін тудыруы мүмкін. Асықпай ойланып

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

қарасаңыз, бұл, сіз психологиялық манипуляцияның нысаны болдыңыз дегенді білдіреді.

Сіз-жалғыз емессіз, бұл-түзетілетін мәселе. Мұндай жағдайлар ішкі өзгерістерге серпін береді және психологиялық біліктілікті арттырады.

Қазір манипуляция тақырыбына қоғамның қызығушылығы артып келеді. Бұл, бір жағынан, манипуляциядан қорғану қажет, екінші жағынан - өзгелерді манипуляциялауды үйренудің уақыты жетті деген сөз.

Манипуляция дегеніміз не? Олар қалай әрекет етеді?

Манипуляцияның мақсаты-адамның эмоционалдық теңгерім күйінен шығуы, оның әлсіз жақтарын немесе қолдануға болатын еңбегін анықтау және осы арқылы ой-пікірін өзгертуге жағдай жасау. Манипулятор серіктесінің мінез-құлқын бақылайды және болжайды, оны таңдаудан айырады және өзіне сол арқылы пайда алады.

Манипулятордың негізгі мақсаты және ойыны. Манипуляциялауға арналған құралдар өте көп. Мысалы, сіз кей ақпаратты жоққа шығара аласыз не оны түсіндіруден бас тартасыз. Не ақпаратты басқа бағытта түсіндіресіз. Манипуляцияның күші- серіктесті шатастыруға әкелетін күлімсіреу, әзіл аралас әңгіме және арандатушы сұрақтар. Манипуляцияның мақсаты - манипулятордың пайдасына шешілген бір жақты жеңіс. Манипуляция құрбаны бұл жайтты сол мезетте түсінбейді. Сол себепті, манипуляторлар кейін ол адаммен араласпауға тырысады. Тек қажет уақытында ғана көрінгенді жөн санайды. Бірақ, іскерлік қарым-қатынастарда, бір жақты табысты іздестіру ешқашан ұзақ мерзімді өзара әрекеттесуге әкелмейді. Манипуляция объектісі- шешімдер мен әрекеттердің тәуелсіздігі.

Манипулятор, әдетте, адам психологиясын жақсы меңгерген, адамдардың жүріс-тұрысын болжауды біледі, олардың мінез-құлқын қатаң бақылап қана қоймайды, сонымен қатар олардың сезімін, жеке басының көріністерін бақылайды..

Тікелей сату саласында клиент үшін ең негізгі фактор- әрекеттердің манипуляциялық сипаты. Әлбетте, бір жақты пайда немесе алдау негізінде қарым-қатынас орнатсаңыз, ерте ме, кеш пе, олар аяқталады.

Біріншіден, өзіңіздің сезіміңіз бен қажеттіліктеріңіз туралы білу маңызды.

Мысалы, бала достарының өзінен гөрі жақсы өмір сүру мүмкіндігіне ие екенін айтады. Сонымен қатар, ол айтарлықтай тоқтап, сізді күтеді. Ол сізді кінәлі сезінуге және эмоциялық теңгерімсіздікке талпындырады. Ең алдымен, жақсы жағынан бастауға тырысыңыз. Шұғыл әрекет етуге тырыспаңыз.

Екіншіден, манипуляцияның құрбаны рөлін сезінгеннен кейін, өзіңіздің қорғанышыңызға қайта оралыңыз. Өзіңізді уәделермен байланыстырмаңыз, жауап беруге шұғылданбаңыз, түсіндірмелі сұрақтарды сұраңыз. («Сіз бұл туралы нені айтасыз?»);

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Шешімді кейінге қалдыру. Сезімтал болыңыз немесе сөйлесудің соңында, сіз басқа нәрсе туралы ойланып жатқан кезде сөзге мән беруіңіз төмендейді. «Қызметті манипуляциялау» немесе қызмет уәдесі өте кең таралған. Сізге «қарыз» түрінде болғандықтан, ол ауыртпалық немесе айтарлықтай пайдасыз деп есептеледі.

Үшіншіден, сізді манипуляциялауға тырысатын адамдарды түсінсеңіз бұл туралы сөз қозғамаңыз, оны әзілмен тыңдаңыз. Оны ұқыпты орындауға тырысыңыз. Әдетте, манипуляторлар осы тақырыпты талқылауды ұнатпайды. Егер сіз жеткілікті түрде ол адаммен жақын болсаңыз және адамды ренжітуден қорықпайтын болсаңыз, оны қалай сезініп, ойыңыз жайлы тікелей айтып беріңіз. Бұл ауыр болуы мүмкін, бірақ сіз үшін өте тиімді.

Төртіншіден, манипуляцияларды ескермеуге үйреніңіз. Бұл ең ауыртпалықсыз және тиімді нұсқасы. Адамдар өздерінің әлсіз жақтарын түсініп, өз-өзін басқаруға талпынуы тиіс. Сәл ғана жымысып және қысқаша әңгімемен басқа тақырыпқа ауысыңыз. Манипуляцияларды түсініп, жауап беруді тоқтатқаннан кейін, сіз енді манипуляцияға ұшырамайтын боласыз.

Ал, адамдардың әлі де қаржылық пирамидаларға кіре беруін қалай түсіндіре аламыз? Ол әдетте адамның жалқаулығына, жауапкершілікті өз мойнына алудан қашуына байланысты деп көп айтылады. Айқын дәлелдердің бірі, әдетте, мынаны білдіреді: «Сіз тек қана ақша жинайсыз, қалғаны сіз үшін жасалады, қауіпсіз пайданы қаламайсыз ба?», немесе: «Сіз 100-200 долларға қарыз алатын екі-үш дос таба алмайсыз ба?». Ал өздерін және достарының бар екенін дәлелдейтін адамдар ақша алып, достарымен және ақшамен қоштасады.

Басқаларды манипуляциялаушы адам оны түсінбеуі мүмкін, бірақ еті оған үйренген, сондықтан айтқан әңгімесін әдеттегідей деп те ойлауы мүмкін. Манипуляторшыға оны түсіндіруге тырысуға болады, бірақ ол агрессивті сипаттама ретінде қабылданады.

Адамдарды әрекетке ынталандыру, және кез-келген әрекетті манипуляция деп санауға бола ма? Әрине жоқ. Егер ол белгілі бір мақсатты көздесе немесе өзара мүдделер болса, ол мотивация болып саналады. Ал, егер әсер ету мақсаты тек белсенді тарап үшін жасалған жасырын мүдделері болса, онда бұл- манипуляция. Кейде сатушы манипуляция нысанына айналып, клиент субъект болып табылады. Кейбір клиенттер қосымша жеңілдіктер алуды қаласа, тегін қызмет көрсетіп, сатушыны кінәсіз сезінуге, кәсіби біліктілікке жол бермеуге тырысады.

Осылайша, манипуляцияға негізделген қарым-қатынастар психологиялық мағынада ұзақ мерзімді және экологиялық болып саналмайды. Манипуляциялар адамгершілік және экономикалық тұрғыдан негізсіз. Бұған қоса, бәрін басқаруға және барлығын басқаруға әрекеттену барлық кезде сәтті аяқталмайды. Себебі, әр адам сіз айтқан ақпаратты әр түрлі бағытта, әр түрлі көзқараспен түсінеді. Сондықтан, сіз немесе ол

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

жасаған манипуляциялық әрекетті барлығы дерлік манипуляциялық бағытта қабылдай бермейді.

Пассивтік-агрессивті мінез-құлықты манипуляциялау үшін де қолдануға болады және қолданады. Егер жоқ деп айту қиын болса, сіз келіскіңіз келмейтін нәрселермен келісе аласыз.

Манипуляторлармен қалай жұмыс істеуге болады.

Алғашқы қадам - сіз кіммен байланысып жатқаныңызды білу. Манипуляторлар сіздердің триггерлеріңізді біледі! Олардың тактикасын үйреніп, сүйікті қару-жарақтарымен танысыңыз. Өзіңізді құрметтеуді және өзін-өзі бағалаудың тиімді шарттарын құрыңыз. Бұл сіздің ең жақсы қорғанысыңыз! Сондай-ақ, талпынып, өзіңізге арналған шекараны орнатуға тырысыңыз. Өз көзқарасыңызды қалай, қандай бағытта білдіру керектігі жөнінде оқып шығыңыз: өзіңізге сенімді болыңыз, сенімсіздікке шектеу қойыңыз немесе қаншалықты сенімді болу керектігін қадағалаңыз. Күрделі адамдармен жұмыс істеу әдістері мен тәсілдерін жақсы білгіңіз келсе «Нарцисстермен жұмыс істеу: өзін-өзі бағалауды арттыру және күрделі адамдармен шекараларды белгілеу үшін 8 қадам» деп аталатын кітапты оқып көріңіз.

Манипуляцияға жиі ұшырасаңыз да, ең бастысы айтылған әңгіме не әрекеттің қай бағытта жасалып жатқанын аңғарсаңыз болғаны. Сіз ажырата білгенде ғана манипуляцияға ұшырау деңгейі төмендейді және манипуляторшы сіздің манипуляциялық әрекеттерді ажырата алатыныңызды білгеннен кейін қайта манипуляция жасауға әрекеттенбейді. Сол себепті, сіздің өз-өзіңізге деген, өз пікіріңізге деген сенімділік бар кезде ешқашан орынсыз әрекеттер жасалмайды.

Өзіңізге сенімді болыңыз! Сенімді әрекеттер жасаңыз! Сіздің сеніміңіз- ол сізді алға жетелеуші !