## Содержание

## Введение

## 1. Психологические основы манипуляций личностью

## 2. Виды профессиональных манипуляций

## 3. Методы защиты от манипулятивных воздействий

## Заключение

## Список литературы

## Введение

Проблема информационно-психологической безопасности личности, ее психологической защищенности и способов формирования психологической защиты в условиях кардинальных изменений российского общества становится особенно актуальной как в теоретическом, так и в прикладном плане.

В последнее время в научных работах по социальной, рыночной экономике (науке, стоящей на стыке экономики, социологии, криминологии и психологии) была высказана идея о том, что все психологические межличностные обмены-трансакции (Э. Берн) происходят подобно, например, товарно-денежным обменам. Из этого следует, что психологический капитал, выраженный у личности в чувстве собственного достоинства и "авторитетности" среди людей, имеет свой материальный (денежный) эквивалент, то есть тот, кто "больше весит" в социуме, тот имеет больше денег и меньше возможности с ними расстаться.

Опираясь на эту точку зрения, в данной работе предлагается рассмотреть профессиональные манипуляции с точки зрения влияния на личность и собственность человека.

Итак, целью данной работы является рассмотрение профессиональных манипуляций и мошенничества в социально-бытовой сфере.

В работе поставлены следующие задачи:

* Рассмотреть психологические основы манипуляций личностью
* Рассмотреть виды профессиональных манипуляций
* Рассмотреть методы защиты от манипулятивных воздействий

## 1. Психологические основы манипуляций личностью

Прежде всего, остановимся на том, зачем людям нужно манипулировать, ведь необходимых результатов можно добиться другими средствами, например, при помощи открытого давления или просто договорившись. Здесь секрет заключается в том, что человек стремится убить двух зайцев, то есть:

1) получить то, что хочется, но при этом выглядеть хорошо с точки зрения социальных норм;

2) получить то, что хочется, и одновременно по возможности избежать гнева (недовольства, обиды, мести и пр.) со стороны своего партнера.

Аферы, махинации, мошенничество, блеф, стратагемы, манипуляции, психологические и рефлексивные игры, политические интриги и мистификации, манипулятивное воздействие, провокации, психологические и тайные операции, пропаганда и психологическая война, управление противником, политические игры и рекламные кампании, политическая и коммерческая реклама, дезинформация и оперативные игры - далеко не полный перечень понятий, используемых для обозначения способов и проявлений феномена тайного принуждения человека[3].

Анализ психологических манипуляций в современной психологической науке привел к разработке соответствующего понятийного аппарата как рабочего инструментария их изучения и систематизации. Так, Э.Берном введены понятия скрытых трансакций и игр[4].

Э.Шостром выделяет определенные типы манипуляторов, основываясь на использовании людьми в межличностном взаимодействии устойчивых сочетаний манипуляций партнером или игр по терминологии Э.Берна. Таким образом, манипуляторы переходят к разыгрыванию и реализации в повседневной жизни целых типовых сценариев манипулирования в межличностном взаимодействии, что становится основой формирования типичного стиля поведения и общения с окружающими людьми. Э.Шостром показывает, что современные манипуляторы в общении используют целые системы манипуляций, которые он так и обозначает - манипулятивные системы[5].

В отечественной науке в рамках попыток разработки формализованных описаний процесса рефлексивного управления в конфликтном взаимодействии также сформулирован определенный инструментарий описания данного процесса и используемых приемов[6].

Проанализировано содержание понятий манипуляции и манипулятивного воздействия и выделены структурные элементы межличностной манипуляции, а также ряд механизмов ее реализации в процессе общения, рассмотрен феномен социально-политических манипуляций личностью[7].

Многоликость проявлений способов тайного принуждения человека в зависимости от культурно-исторических, социальных и коммуникативных условий трансформировалась в многообразие понятий, отражающих практику их использования в социальном взаимодействии и общении людей, основные из которых были перечислены выше. Чтобы определить сферу их преимущественного применения и выделить те из них, которые возможно использовать в качестве основных при описании и анализе процесса скрытого психологического принуждения личности в нашем исследовании и дальнейших рассуждениях целесообразно рассмотреть понятия, отражающие содержание и различные способы манипулирования человеком, несколько подробнее.

Одним из основных условий развертывания манипуляционной программы является отсутствие альтернативной информации, информационый вакуум по определенной проблеме, когда целевой аудитории всеми возможными способами навязывается только одна модель решения, внушается ее безальтернативность и неизбежность. В этом отношении, отсутствие публичного анализа альтернатив есть один из основных признаков манипуляции.

Другим признаком манипуляции является создание ситуации искусственного дефицита времени, когда навязываемое решение должно быть принято без должного анализа альтернатив в чрезвычайно ограниченный период времени в силу тех или иных мифических причин (формирование в массовом сознании ощущения надвигающейся катастрофы, чудовищного кризиса, от которого только и можно спастись единственно верным решением и т.д.)

Примером здесь может служить обоснование в СМИ модели «шоковой терапии», которая рассматривалась как единственно верный, безальтернативный способ выхода из ситуации надвигающейся катастрофы. Почему единственно верный? В тот момент уже существовали далеко не радужные результаты применения «шоковой терапии» в Польше.

Демократическое общество, с одной стороны, открывает возможность для рядового гражданина влиять на принятие ключевых для общества решений, с другой стороны, свобода СМИ делает возможным широкое применение технологий формирования общественного мнения, навязывания гражданину тех или иных мифологических представлений. В современном обществе СМИ формируют образ реальности на основе которого свободный гражданин делает свой выбор.

Манипуляция ориентирована на элиминацию логики, критического анализа и примитивизацию мышления целевой группы, подмену логической связи устойчивой ассоциациативной связью, когда то или иное явление ассоциируется с навязываемым деструктивным образом. В этом аспекте самостоятельный взгляд на мир, попытки независимого мышления на основе здравого смысла, а не в рамках навязываемой мифологической парадигмы, мифологического образа мира и укорененных в нем стереотипов поведения и ценностей – представляет основную опасность для любой манипуляционной программы.

Элементами манипуляционной программы являются мифы, в том числе мифы о всемирном заговоре, предрешенности судьбы и т.д., что внушает мысль о покорности и бессмысленности критического анализа существующего порядка вещей.

Манипуляция как один из видов информационной атаки заключается в плавной и почти незаметной подмене, переходе (всегда с отвлекающими эффектами) – от действительно справедливого разоблачения нелицеприятных фактов, преступлений, злоупотреблений, устаревших традиций и т.д. – к критике всей модели мира и укорененной в ней системы ценностей.

Демонтаж системы ценностей начинается с выявления уязвимых мест в смысловом пространстве противника, определения диссонирующих фактов, стереотипов и представлений, которым затем с помощью пропагандистской компании в СМИ придается фундаментальное значение. При этом в качестве альтернативы обществу предлагается новая модель мира, основанная на иллюзиях и стереотипах данного общества, но не укорененная в его исторической памяти, национальных традициях, глубинных психологических установках и прямо противоречащая социально-историческим условиям его существования.

Для того, чтобы результат был более эффективен, любая манипуляция имеет строго определенного адресата, социально-психологический «портрет» которого исследуется с помощью фокус-групп и глубинных интервью. Все разведки мира работают над составлением психологического портрета своего вероятного противника, выявляя его наиболее уязвимые места. В том числе и ЦРУ во время «холодной войны» вело среди эмигрантов из бывшего СССР исследовательскую работу по выявлению их наиболее глубинных психологических установок, стереотипов, мифов и ценностей.

Условием эффективности манипуляции служит выведение массового сознания за привычные рамки норм, ценностей и стереотипов, дестаблизация массового сознания с помощью пропагандистских и отвлекающих мероприятий. Степень эффективности манипулирования зависит от глубины и точности сканирования ментальных структур группы: ее норм, ценностей, стереотипов, глубинных психологических установок и архетипов.

Исследователи выделили характерную особенность человеческого восприятия, заключающуюся в том, что человек лучше усваивает ту информацию, которая похожа на уже существующие у него представления.

Основные средства информационной войны ориентированы на этот феномен. Любые манипуляции и пропагандистские компании основаны на “эффекте резонанса”, когда «имплантируемая» информация, направленная на изменение поведения общности, маскируется под знания и стереотипы, уже существующие в конкретной социальной общности на которую направлена пропагандистская компания.

Целью манипуляции является асинхронизации представлений группы-адресата с помощью «эффекта резонанса» и перевод ее на другие модели поведения, ориентированные на совершенно иную систему ценностей.

Примером здесь может служить «перестройка», декларированной целью которой было улучшение уже существующего строя, а не его отмена. Постепенно, пройдя через несколько последовательных этапов, результат был достигнут: разрушение СССР.

«Эффект резонанса» достигается, когда тому или иному факту, проблеме или психологической установке придается искусственно преувеличенное значение, которое по мере продвижения в культурное ядро, диссонирует и разрушает существующую в обществе систему ценностей. Диссонанс достигается при раздувании одной из уже существующих моральных норм, которые в определённых рамках сами по себе помогают обществу.

Рассматривая понятия, отражающие способы и проявления тайного принуждения человека как социально-психологического явления, присущего социальному взаимодействию людей, следует отметить, что в научных исследованиях затрагиваются теоретические и прикладные вопросы изучения различных форм скрытого принуждения личности. Зачастую они описываются в понятиях, рассмотренных в первых двух группах, условно выделенных нами как применяемые в повседневном языке и используемые в сфере социального управления, либо в общенаучных понятиях таких дисциплин, как социология, теория управления, политология, военное искусство, основы деятельности разведки и других спецслужб.

Специфических общенаучных понятий, отражающих обобщенную схему, модель или механизм такого явления, как скрытое психологическое принуждение личности и имеющих достаточную научную проработку, немного. К их числу в первую очередь можно отнести манипулятивное воздействие (манипуляции, манипулирование), психологические игры и рефлексивное управление.

Суть понятия “рефлексивное управление” специалисты определяют следующим образом. “Управление решением противника, в конечном итоге навязывание ему определенной стратегии поведения при рефлексивном взаимодействии осуществляется не прямо, не грубым принуждением, а путем передачи ему оснований, из которых тот мог бы логически вывести свое, но предопределенное другой стороной решение. Передача оснований означает подключение Х к процессу отображения ситуации У, тем самым Х начинает управлять процессом принятия решения. Процесс передачи оснований для принятия решений одним из противников другому мы называем рефлексиным управлением. Любые “обманные движения” (провокации и интриги, маскировки и розыгрыши, создание ложных объектов и вообще ложь в любом контексте) представляет собой реализацию рефлексивного управления”[6].

Таким образом, любые манипуляции и акты манипулятивного воздействия выступают как составные элементы данного процесса, т.е. в понятии рефлексивного управления отражается общий подход к управлению противником в конфликте с использованием разнообразных приемов тайного принуждения людей и применением механизма рефлексии для этих целей.

В самом общем виде в социальной психологии рефлексия выступает в форме осознания действующим субъектом (лицом или общностью) того, как они в действительности воспринимаются и оцениваются другими индивидами или общностями.

Рефлексия (от лат. reflexio - обращение назад) - “это не просто знание или понимание субъектом самого себя, но и выяснение того, как другие знают и понимают “рефлектирующего”, его личностные особенности, эмоциональные реакции и когнитивные (связанные с познанием) представления. Когда содержанием этих представлений выступает предмет совместной деятельности, развивается особая форма рефлексии - предметно-рефлексивные отношения”[7].

Понятие, конкретные формы, классификация и механизмы психологических игр наиболее подробно рассмотрены Э.Берном в рамках его концептуального подхода к межличностному взаимодействию. В этих целях им разработан соответствующий понятийный аппарат и методический инструментарий, позволяющий анализировать межличностные манипуляции, осуществляемые, в том числе, и бессознательно.

“Игрой мы называем, пишет Берн,- серию следующих друг за другом скрытых дополнительных трансакций с четко определенным и предсказуемым исходом. Она представляет собой повторяющийся набор порой однообразных трансакций, внешне выглядящих вполне правдоподобно, но обладающих скрытой мотивацией; короче говоря это серия ходов, содержащих ловушку, какой-то подвох. Игры отличаются от процедур, ритуалов и времяпровождений, на наш взгляд, двумя основными характеристиками: 1) скрытыми мотивами; 2) наличием выигрыша. Процедуры бывают успешными, ритуалы - эффективными, а времяпровождение выгодным. Но все они по своей сути чистосердечны (не содержат “задней мысли”). Они могут содержать элемент соревнования, но не конфликта, а их исход может быть неожиданным, но никогда - драматическим. Игры, напротив, могут быть нечестными и нередко характеризуются драматичным, а не просто захватывающим исходом”[8].

В настоящее время наиболее универсальным из понятий, отражающих механизм скрытого психологического принуждения, выступает манипуляция. Данное понятие имеет два основных значения - прямое и переносное или метафорическое. Как ни парадоксально, но в последнее время именно переносное значение манипуляции становится основным и ведущим содержанием этого понятия, привлекающим все большее внимание исследователей. В своем переносном значении оно имеет достаточно высокую дифференциацию, т. е. можно говорить о системе понятий, для которых в качестве родового выступает манипуляция. В систему этих понятий входят: манипулятивное воздействие, психологические манипуляции, манипулирование (в том числе, манипулирование в политике; манипулирование общественным мнением, общественным сознанием и т.п.), межличностные манипуляции, социально-политические манипуляции личностью и т.д.

## 2. Виды профессиональных манипуляций

К наиболее распространенным профессиональным манипуляциям личностью в настоящее время можно отнести нищенство, финансовые пирамиды. Остановимся на них подробнее.

Нищенство и попрошайничество можно отнести к «древнейшим профессиям». Например, согласно историческим документам, в 1443 году в чешском городе Кутна Гора было основано некое товарищество попрошаек. Правда, по уставу его членами могли стать только пожилые шахтеры, которых из-за возраста выгнали с работы, а милостыню позволялось просить только перед городскими церквями. Документ этот любопытен тем, что из него становится ясно, что профессиональное нищенство было четко налаженным "производством" со своими законами, начальниками и подчиненными.

Одной из самых грандиозных организаций попрошаек в истории была "Ассоциация Нищих", центром действия которых был Париж. Образовалась она в средние века и просуществовала до конца царствования Людовика XIV. В столице Франции "нищие" обитали в отдаленных берлогах, называемых сначала башнями, потом дворами, которые впоследствии получили название Дворов чудес. Самым знаменитым двором был тот, что находился недалеко от Порт-Сент-Дени, между улицей Нев-Сент-Совер и переулком Филль-Дье. Со всех сторон это пространство было окружено низкими темными постройками из глины и грязи, в которых обитали нищие. Как пишут историки, здесь "никто не имел ни веры, ни нравов, не знал ни крещения, ни причащения, ни брака". У нищих был собственный король – великий Костер. Подданные Костера попрошайничали на улицах Парижа, представляясь хромыми, горбатыми, изувеченными солдатами и выставляя напоказ свои язвы и болячки. Возвратившись в свои Дворы, "убогие" снова чудесным образом обретали здоровье – именно поэтому эти дворы и получили название Дворов чудес. "Ассоциация Нищих" имела не только своего верховного главу, свои законы, но и свой собственный язык (арго), который переходил от одного поколения жуликов к другому. Главные приближенные великого Костра управляли кварталами, или провинциями. Они обучали новичков своему языку, преподавали искусство обкрадывать купцов, резать кошельки, которые тогда носили на поясах, приготовлять мазь для фальшивых ран и уметь обманывать народ жалобами. Инспектор французских тюрем Моро-Кристоф, знавший мир мошенников не понаслышке и описавший его в книге, делил рядовых попрошаек на несколько категорий. На низшей ступени стояли так называемые "сироты" – мальчики, "которые в числе трех или четырех бегали на улицах почти нагие, дрожа от холода". Значительно вольготнее себя чувствовали взрослые бездельники, которые "ходили по улицам в хороших фуфайках и плохой обуви, большею частью по два, крича о себе, что они купцы, разоренные войной, пожаром или другими случайностями". Были здесь и мошенники в сопровождении фальшивых жен и детей, просившие милостыню со свидетельством в руках о том, что огонь истребил их дома и имущество. Неплохой доход в казну короля нищих приносили "калеки", выставляющие напоказ жуткие болячки. Одни демонстрировали язвы на руках и ногах и, собирая милостыню в церквах, говорили, что отправляются за исцелением ко святым местам; другие ходили на костылях; третьи представляли больных, падающих в обморок, "и делали это так натурально посредством тугой перевязи на руке, что не только обманывали прохожих, но даже самих докторов"; четвертые притворялись, будто подвержены падучей болезни и в конвульсиях падали на землю, пуская изо рта пену (разумеется, мыльную). В общем, "артистов" было во Дворах чудес предостаточно.

Пытались ли власти бороться с профессиональными нищими? Разумеется, пытались. И не единожды. Но по большей части безрезультатно. Например, еще до создания "Ассоциации Нищих" был издан приказ полиции, в коем говорилось, что если спустя 3 дня после оглашения приказа "все нищие и бездельники не освободят Париж и другие города, они будут отведены в тюрьму, где останутся на одном хлебе в течение четырех дней. Если же по освобождении из тюрьмы по окончании срока они снова будут праздны, не найдут мест и занятий, их ожидает позорный столб; в третий же раз они будут изгнаны из этих мест и заклеймены". Хотя этот строгий приказ и разогнал нищих, принудив некоторых к работе, но ненадолго. И мошенники в конце концов сумели так хорошо утвердиться на той почве, которую эксплуатировали, что основали корпорацию, о которой говорилось выше.

То, что вывести профессиональных попрошаек очень сложно, хорошо видно и на примере России. Сперва с нищенством пытались справиться репрессивными методами (побирушек отдавали в крепостные, били кнутом, клеймили, рвали ноздри, публично казнили). Когда это не помогло, власти постарались справиться с этим явлением с помощью системы организованного призрения. Нищим стали оказывать профилактическую помощь, строить для них дома призрения. В 1894 году в Москве было открыто 40 общегородских попечительств с ежегодной государственной субсидией в тысячу рублей; через два года та же система была введена еще в 40 российских городах. В Петербурге задержанные полицией нищие распределялись по разрядам, в соответствии с которыми потом занимались их судьбой. Тех, кто стал нищим в результате несчастных обстоятельств, сиротства, старости, болезни, помещали в богадельни или дома призрения, либо давали им давали работу и помещали в дома трудолюбия, на фабрики и заводы; от комитета по призрению они получали одежду и денежное пособие. Профессиональных нищих передавали суду; по отбытии наказания иногородние высылались на два года без паспорта, а столичные передавались в распоряжение градоначальника. Тем, кто потерял паспорт и остался без денег, комитет выписывал новые паспорта, давал работу, помогал вернуться домой, снабжая или деньгами или бесплатным билетом на проезд по железной дороге.

Но многие (если не большинство) попрошаек все равно возвращались к своему ремеслу. Наши нищие, как и их зарубежные "коллеги", тоже были неплохо организованы. Нищая братия делилась на два класса: попрошайки (христарадники) и охотники (нищие высшего класса). У попрошаек были такие "профессии": богомолы, могильщики, барабанщики (побирающиеся под окнами), горбачи (побирающиеся с сумками), мнимые странники, железнодорожники, просящие милостыню на вокзалах железных дорог, севастопольцы, изображающие отставных солдат, безродные, бродяги, погорельцы, переселенцы и т.п. "Охотники" занимались тем, что подавали благотворителям просительные, более или менее трогательные, письма либо являлись в богатые дома "за воспомоществованием" якобы по чьей-то рекомендации.

В сегодняшней России, пожалуй, не сохранились только "барабанщики", потому что дома стали многоэтажными. А так – всё те же калеки и слепые, попрошайки на погребение, выписавшиеся из больницы, фальшивые "афганцы" и "чеченцы"...

Понятие «информационная война» становится все более актуальным в наше время. Эволюция информационных технологий способствует тому, что методы информационного воздействия становятся более точечными, ориентированными на ключевых информаторов и лиц, принимающих решения. Если раньше пропаганда была ориентирована на захват и манипулирование всем сознанием человека, вовлеченным в драматургию массового психоза (вспомним реакции, которые вызывали выступления Гитлера, который хорошо владел технологиями воздействия на массовое сознание), то в настоящее время происходит захват и манипулирование одной из сторон личности, когда в целом человек остается абсолютно нормальным, трезво оценивающим окружающую реальность.

Примером хорошо организованного массового психоза может служить деятельность финансовых пирамид, когда образованные люди (по данным статистики среди вкладчиков «МММ», Хопер-инвест» и т.д. преобладали люди с высшим образованием), стояли в очередях, чтобы отдать свои деньги абсолютно неизвестным структурам с сомнительной репутацией.

Манипуляция есть преднамеренная подмена в массовом сознании содержания или смысла явления его квазиформой, когда при сохранении идентичных внешних признаков, явление приобретает деструктивный смысл или ассоциируется с ним. Примитивизация и иррационализация ситуации, смысла понятия или символа, редукция его к архетипическим и иррациональным структурам. Разрыв между формой и содержанием, символом и его смыслом. Примером здесь может служить понятие «авторитет», которое в настоящее время в массовом сознании российского общества ассоциируется с лицом, принадлежащим к высшей иерархии криминального мира.

Сложность идентификации манипуляционных технологий заключается в возможности неоднозначных интерпретаций результатов их применения, трудности выявления всех элементов манипуляционной программы, сложности доказательства преднамеренности той или иной манипуляции.

Методы манипуляции деловым партнером включают различные приемы и способы побуждения человека действовать не в собственных интересах, что становится явным для него лишь после проведения соответствующей операции. Прежде всего манипулятивное воздействие на человека или группу лиц, полагающих, что действительно выступают в качестве коммерческих партнеров, направлено на умышленное создание у них искаженных представлений о характере предстоящей совместной деятельности. Оно осуществляется с помощью оказания влияния на восприятие и оценку получаемой информации, отработанной техникой аргументации, игрой на жадности, доверии, внушаемости, простодушии и других психологических особенностях личности объектов воздействия. Средствами обмана становятся не только вербальные компоненты общения, а также действия, мимика, жесты, позы, определенные символы, несущие смысловую нагрузку, ограничение информации, с целью сокрытия намерений ввести в заблуждение другого человека, создание обстановки и условий, способствующих реализации нечистоплотных замыслов. К достаточно распространенным формам обмана и манипуляций недобросовестного предпринимательства можно отнести следующие:

Преувеличение или преуменьшение возможностей, то есть создание “ложного имиджа”, относительно собственной персоны, деловых связей, финансового положения фирмы, характера предоставляемых товаров и услуг. Преувеличение возможностей прежде всего характерно для начального этапа взаимодействия, когда стоит задача вовлечь в сотрудничество. Так, в начале 90-х годов два представителя итальянской фирмы, прибыв в Москву, предложили поставить в Россию большую партию компьютеров. Молодые люди выглядели очень презентабельно, их бумажники, кейсы и чемоданы блистали фирменной символикой, телефонные переговоры из Москвы они вели исключительно с членами итальянского правительства. На согласование условий проекта ушел целый месяц, в течение которого итальянцев возили к морю, организовывали развлечения и массу протокольных мероприятий. Сведения о самой фирме, которую они представляли, были получены лишь тогда когда иностранцы пропали. Оказалось, что их “фирма” была зарегистрирована накануне поездки молодых людей в Россию (вероятно, они решили таким образом организовать себе отдых) и на ее счету находилось несколько долларов.

Ложный имидж преуменьшения возможностей создают в случаях, когда стремятся уйти от налогов, скрыть имеющиеся финансовые и материальные ресурсы, избежать расчетов со вкладчиками и кредиторами.

Предложение заманчивых условий сотрудничества. Риск и азарт заложен в природе человека, а если к этому добавить авантюризм и то, что в России называется положиться на “авось”, то понятно почему так много людей сами идут навстречу проблемам, создаваемыми “заманчивыми предложениями”. В результате люди теряют последнее состояние, закладывают собственные квартиры, продают свои документы. Впрочем, что касается последнего, то бабушки и дедушки, отдавшие паспорта за деньги мошенникам для создания подставных фирм, не всегда хорошо представляют зачем “хлопцам” из города понадобились их документы, за которые еще и деньги можно получить в период когда задерживают и без того маленькие пенсии.

В предпринимательстве заманчивое предложение обычно включает возможность заработать не прилагая особых усилий, более низкую стоимость товара или услуги, выгодные условия поставок, гарантию качества и надежности, особые эффективность и свойства товара (отсюда масса “чудодейственных” лекарств) и т.д. В конечном счете оказывается, что у дешевых продуктов питания просрочен срок реализации, лекарство не прошло необходимую сертификацию, на дешевой водке фальшивые акцизные марки. На переговорах, предваряющих подобные сделки, в ход идут разные манипулятивные приемы. В одном случае продавая большую партию видеокассет, посредники показали покупателю собственный договор с японской фирмой аппелируя к тому, что их собственный выигрыш от этой сделки незначителен и контракт с ними выгоден. Подобная открытость не принята в бизнесе - ведь зная откуда поступит товар покупатель видеокассет может выйти на прямые контакты с фирмой производителем. “Подкуп доверием” удался и только после получения товара бизнесмен понял на чем его провели, - видеокассеты были изготовлены по лицензии фирмы на одном из ее многочисленных филиалов, но вовсе не в Японии. Отсюда и относительно выгодные условия контракта, после заключения которого фирма покупатель “прогорела”.

“Игра на конъюнктуре” . Этот весьма распространенный в бизнесе прием построен на следующей закономерности переговорного процесса: “переговорная сила больше у той стороны, которая меньше заинтересована в заключении сделки”. Проще это звучит следующим образом, “ну если не получается с вами, значит будем договариваться с другими”. Манипулирование партнером с помощью этого приема создается путем создания у него ложного представления о наличии других возможностей у стороны демонстрирующей большую “переговорную силу”. В данном случае риск для манипулятора заключается в том, чтобы не переиграть со своим блефом и не оттолкнуть потенциального клиента.

В качестве частного приема использования игры на конъюнктуре может служить демонстрация заключенных договоров с другими коммерческими партнерами на условиях более выгодных, чем те которые обсуждаются на данный момент. Так, при подготовке контракта с одной из арабских стран, представителя отечественного внешнеторгового объединения убеждали в том, что такую же зубную пасту, немцы предлагают дешевле. При этом был показан договор, в котором совпадали характеристики товара, количество упаковок и другие условия. Только после внимательного изучения текста договора наш представитель обратил внимание, что объем самого тюбика с пастой (напечатанный мелко в самом конце договора) был меньшим чем отечественный.

Подтасовка информации для убеждения в эффективности коммерческого предложения, осуществляемая в самых разных формах, является одним из самых распространенных приемов манипулятивного воздействия в бизнесе. В ходе реализации этого приема в коммерческие проекты недобросовестными предпринимателями изначально закладываются, с предварительной маскировкой, невыгодные или невыполнимые условия. Это касается заключения договоров, получения кредитов под сомнительные операции, убеждения вкладчиков пользоваться услугами определенных банков. Во всех случаях основа одна - побудить к вложению ресурсов в конкретный проект или другими путями создать условия, когда средства физических лиц (организаций) окажутся под контролем мошенников.

Одна отечественная кампания в середине девяностых годов заявила о владении мощностями Новороссийского порта и широко разрекламировала свои возможности по транспортировке грузов, хранению, таможенным услугам и т.д. Переговоры с потенциальными партнерами были организованы в Москве в Центре международной торговли и окружены атрибутами успеха: дорогие машины, охрана, рассматривались коммерческие проекты только на большие объемы поставок разнообразных товаров. Желающие пообщаться с президентом кампании буквально выстроились в живую очередь. Толчком к наведению справок о кампании в вышеприведенном примере, послужило хамское поведение инициатора переговоров, - на любой вопрос контрольного или уточняющего характера он реагировал откладыванием коммерческого проекта и приглашением более сговорчивого клиента. В результате представитель фирмы, усомнившийся в реальности происходящего, позвонил знакомому, работавшему в администрации Новороссийска и выяснил, что вся коммерческая деятельность данной кампании сводится к осуществлению разовой сделки по продаже партии мужских рубашек, а транспортными и иными возможностями эта кампания не располагает.

Вовлечение в сделку путем завоевания доверия на первом этапе. Для преодоления чувства осторожности, которое, как правило, присутствует на начальном этапе делового сотрудничества, и завоевания доверия у своей жертвы, нечистоплотный партнер может достаточно точно выполнять свои обязательства, например брать займы под большие проценты, которые благополучно возвращает несколько раз, а затем, когда сумма достаточно велика, заемщик неожиданно пропадает. В связи с этим следует помнить, что подчеркнутая деловитость и обязательность на начальном этапе сотрудничества не является полной гарантией и может пропасть после достижения недобросовестным партнером желаемой цели. Поэтому, завершив переговоры и перейдя к практическим действиям, нельзя забывать о промежуточном контроле за выполнением договоренностей. Для снижения возможных рисков можно предусмотреть в договоре поэтапные расчеты с клиентом по мере выполнения отдельных видов работ. В финансовой деятельности подобная процедура называется “револьверным акредитивом”, когда каждая новая сумма выплачивается после полного выполнения предыдущего этапа договора.

В качестве рекомендаций по изучению делового партнера на предварительном этапе и в ходе непосредственного взаимодействия можно выделить следующие: выяснить то какие сделки уже совершались, с кем, финансовое положение фирмы, сведения о других участниках сделки; обратиться к справочным изданиям, в которые вносится информация о существующих фирмах и предприятиях, а также обратиться к организациям, специализирующимся на добывании и накоплении информации о положении дел в коммерческих структурах; выяснить в ходе предварительного знакомства характер совершенных сделок и обратиться затем с просьбой дать оценку эффективности сотрудничества к партнерам, состоявших ранее в деловых отношениях с данной фирмой.

В процессе непосредственных контактов с деловыми партнерами оценке подлежат многие параметры, начиная от характеристик и манер поведения, кончая впечатлениями об обстановке, сотрудниках, дизайне помещения. Так, темп речи и сила звука в деловом общении воспринимаются следующим образом: слишком громкая речь, как давление; слишком тихая, как неуверенность; слишком быстрая, как несконценрированность; слишком медленная, как незаинтересованность. Возникновение пауз при ответах на простые вопросы, например, характере поставляемой продукции, свидетельствует о недостаточно полном владении информацией; слишком быстрые ответы на сложные вопросы свидетельствуют о заранее подготовленном варианта ответа, который желательно перепроверить.

Анализ мимики, движений глаз, жестов и поз, то есть того, что психологи называют невербальными компонентами общения помогает судить об отношении говорящего к содержанию высказывания. Так, фраза “мне это очень интересно” в сочетании с несфокусированном на партнере взглядом, скрещенными руками и ногами, откинувшейся на спинку кресла фигурой или иронической интонацией позволяет сделать вывод о возможности отсутствия подлинного интереса. Однако, следует помнить о национально-психологических особенностях деловых партнеров: представители скандинавских стран могут быть сдержаны в общении, но это не обязательно свидетельствует об отсутствии заинтересованности в деловых контактах; при общении с представителями азиатских стран не всегда удается контролировать “сигналы глазного доступа”, то есть определенные движения глаз, свидетельствующие о том, что в момент высказывания человек имеет мысли, которые хочет скрыть.

Следует осторожно относиться к заверениям в том, что “только мы можем удовлетворить ваши запросы”. Многократные ссылки на добропорядочность и честность также могут быть следствием того, что партнер “переиграл” в стремлении выглядеть лучше чем есть на самом деле.

В случаях, когда на переговорах присутствует несколько представителей, полезную информацию дают наблюдения за признаками иерархии: каким образом разместились участники, кто может задавать вопросы, кто может перебить руководителя, у кого концентрируются материалы, кто оперирует конкретными цифрами, кто может изменить позицию, и, даже мелочи, подобные таким, как кто инициатор перерыва. Эти наблюдения помогают сделать выводы о реальных “центрах власти”, то есть людях, влияющих на принятие решения.

## 3. Методы защиты от манипулятивных воздействий

Информационно-психологическую безопасность личности можно рассматривать как состояние защищенности ее психики от действия многообразных информационных факторов, препятствующих или затрудняющих формирование и функционирование адекватной информационно-ориентировочной основы социального поведения человека (и в целом, жизнедеятельности в обществе), а также адекватной системы его субъективных (личностных, субъективно-личностных) отношений к окружающему миру и самому себе.

В более общем виде информационно-психологическая безопасность личности - это состояние защищенности личности, обеспечивающее ее целостность как активного социального субъекта и возможностей развития в условиях информационного взаимодействия с окружающей средой.

Выделение информационно-психологической безопасности личности (в данном случае понятие личность употребляется в общем виде в качестве синонимичного понятия человека как самостоятельного активного социального субъекта) из общей проблематики информационной и психологической безопасности в качестве самостоятельного направления определяется следующими основными причинами:

Во-первых, в связи с переходом к информационному обществу (информационной цивилизации), увеличением масштабов и усложнением содержания и структуры информационных потоков и всей информационной среды многократно усиливается ее влияние на психику человека, а темпы этого влияния стремительно возрастают. Это определяет необходимость формирования новых механизмов и средств выживания человека как личности и активного социального субъекта в современном обществе;

Во-вторых, взаимодействие психики человека с информационной средой отличается качественной спецификой и не имеет адекватных аналогов в информационном взаимодействии других биологических структур, технических, социальных и социотехнических систем;

В-третьих, основной и центральной "мишенью" информационного воздействия является человек, его психика. Именно от отдельных личностей, их взаимосвязей и отношений зависит нормальное функционирование социальных субъектов различного уровня сложности, любых общностей и социальных организаций - от малой группы до населения страны в целом.

Общим источником внешних угроз информационно-психологической безопасности личности является та часть информационной среды общества, которая в силу различных причин не адекватно отражает окружающий человека мир. Т.е. информация, которая вводит людей в заблуждение, в мир иллюзий, не позволяет адекватно воспринимать окружающее и самого себя.

Как уже отмечалось, информационная среда приобретает для человека характер второй, субъективной реальности. Ту ее часть, которая содержит информацию, неадекватно отражающую окружающий мир, и те ее характеристики и процессы, которые затрудняют или препятствуют адеватности восприятия и понимания человеком окружающего и самого себя, можно условно обозначить как "иллюзорная реальность". Несмотря на свою иллюзорность, и даже в силу своей иллюзорности, но в форме кажущейся реальности, она является основным внешним источником угроз информационно-психологической безопасности личности.

Таким образом, в информационной среде в причудливых сочетаниях и многообразных формах переплетены адекватная и иллюзорная субъективные реальности. Взаимодействуя и проникая друг в друга, изменяясь и развиваясь по собственным законам, они расставляют многочисленные загадки и ловушки, расшифровывать которые человеку приходится ежедневно и ежечасно, и чем дальше, тем чаще и больше, если он хочет остаться действительно полноценной и свободной личностью, а не быть послушной марионеткой в паутине психологических манипуляций.

Рассмотрим, какие могут быть источники, повышающие степень неадекватности, иллюзорности информационной среды общества.

Как уже отмечалось, одним из них является объективная сложность самого мира и процесса его познания, ошибки и заблуждения людей, познающих его. На этом мы не будем акцентировать внимание, так как эта проблема является предметом анализа во многих исследованиях гуманитарных и естественных наук.

В другую группу источников угроз можно объединить действия тех людей, которые, преследуя собственные цели, добиваются этого, используя различные способы информационно-психологического воздействия на других без учета их интересов, а зачастую, просто вводя в заблуждение, действуя вразрез с их интересами и нанося им ущерб. Это деятельность различных лиц - от политических лидеров, государственных и общественных деятелей, представителей средств массовой коммуникации, литературы и искусства, до повседневных наших партнеров по межличностному взаимодействию. К этим лицам относятся те из них, кто, оказывая на окружающих информационно-психологическое воздействие, искусно смешивая ложь с правдой, увеличивают степень неадеватности информационной среды общества и тем самым расширяют иллюзорную субъективную реальность. При этом они зачастую сами становятся ее невольными пленниками и превращаются из ее творцов в ее рабов. Как отмечает американский психолог Эверетт Шостром, манипулируя другими людьми, манипулятор неизбежно становится объектом собственных манипуляций. Правда, от этого не становится легче тем, кто уже попал в паутину его манипуляций, кто на себе испытывает их разрушающее и уничижительное влияние.

Сама социально-политическая и экономическая ситуация кардинальных общественных изменений и перехода к рыночным отношениям, способствует этому и усиливает данную тенденцию. Продавец стремится продать товар покупателю, и их интересы далеко не всегда совпадают, если не сказать, что расходятся и имеют лишь одну общую точку соприкосновения - факт продажи конкретного товара. При этом продавец активно прибегает к различным приемам, чтобы скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства, действительные, а чаще всего мнимые у рекламируемого товара. Зачастую он скрывает необходимую клиенту информацию, а часть ее изменяет и тем самым затрудняет получение адекватных сведений о товаре. Работодатель прибегает также к психологическим манипуляциям, чтобы, например, дешевле оплатить труд работника и т.п.

Участники переговоров, используя различные способы манипулирования информацией, реализуют технологию рефлексивного управления, чтобы достичь своих целей и добиться более выгодных условий для своей стороны, как правило, за счет ущемления интересов другой стороны. Причем это происходит как в ситуациях, затрагивающих интересы отдельного человека или нескольких лиц, так и межгосударственные отношения, в которых ценой манипуляций выступают интересы целых народов и даже, как свидетельствует история, само их существование.

Доступ к широкомасштабному использованию новых информационных технологий и контролю за средствами массовой коммуникации многократно усиливает возможности информационно-психологического воздействия на людей посредством изменения информационной среды общества. В наибольшей степени это возможно для разнообразных социальных организаций - различных объединений людей, социальных групп, общественных, политических и государственных структур, некоторых социальных институтов общества.

В связи с этим возможно выделить еще три относительно самостоятельных группы источников угроз информационно-психологической безопасности личности. Так, для личности может представлять инфомационно-психологическую опасность деятельность различных группировок и объединений людей, в частности, некоторых политических партий, общественно-политических движений, националистических и религиозных организаций, финансово-экономических и коммерческих структур, лоббистских и мафиозных групп и т.п.

Их деятельность становится опасной, когда для достижения своих целей они начинают применять различного рода средства информационно-психологического воздействия, изменяя посредством этого поведение людей таким образом, что наносится ущерб их же интересам. Широко известны примеры деятельности такого рода некоторых религиозных сект, провоцирования национально-этнических конфликтов, недобросовестной рекламы, в частности, нашумевшая история с АО "МММ"(у которого не было проблем, но эти проблемы возникли у большинства его клиентов).

В качестве еще одного источника угроз информационно-психологической безопасности личности при определенных условиях можно выделить само государство, органы государственной власти и управления. Это связано с действиями государственных лидеров, правящей элиты. Опасность возникает, когда они, реализуя собственные интересы, а иногда и просто амбиции, используют мощь государственного аппарата для оказания информационно-психологического воздействия на людей, маскируя свои действия и истинные цели, которые не соответствуют интересам государства, общества и населения страны. Опасность усугубляется также тем, как подчеркивает профессор П.И. Фисенко, что государство нередко начинает экспериментировать с массами ради "благих великих целей" и манипулировать их сознанием.

Кроме этого, источником опасности могут быть индивидуально-психологические особенности государственных лидеров, влияющие на адекватность принятия ими важнейших государственных решений, определяющих политику государства и, соответственно, организацию и практику информационно-психологического воздействия, оказываемого на людей с использованием возможностей государственного аппарата. Так, например, в американских исследованиях выделяются семь основных специфических реакций президентов США на стресс, которые вызывают отрицательное влияние на принятие решений: 1) фиксация внимания только на одной альтернативе, в то время как обычно президент рассматривает множество альтернатив; 2) упрощение позиции противника; 3) усталость в течении длительного периода времени, которая приводит к повышению подозрительности, враждебности, к параноидальным реакциям; 4) ограниченное время для принятия решения, способное привести к ослаблению (или потере) внимания к угрожающей ситуации, к отрицанию и недооценке будущих последствий; 5) усиление тенденции воспринимать настоящую ситуацию и исторические аналогии как подобные; 6) по мере возрастания стресса лидер с целью сохранения самооценки пытается либо выйти из ситуации, либо уменьшить для себя ответственность за нее, чтобы избежать провала; 7) стремление консультироваться только с теми, кто поддерживает его личную позицию, что ограничивает информацию, необходимую для принятия оптимального решения[18].

В качестве важнейшего источника опасностей такого рода, действующего постоянно и все более активно и мощно, П.И.Фисенко рассматривает также другие государства, ведущие массированные психологические операции против населения или отдельных социальных групп страны, избранной в качестве их "мишени" (объекта воздействия). Основываясь на анализе работ американских специалистов в этой области (Г.Киссенджер "Проблемы национальной стратегии", У.Тейлор "Психологичес-кие операции как компонент спектра конфликтов"), он делает вывод об усилении внимания к использованию психологических факторов и психологических операций в обеспечении внешнеполитической деятельности США и о направленности психологических исследований на выработку рекомендаций для правящей элиты и руководства вооруженных сил в мирное время, в кризисных ситуациях и в конфликте.

Данные рекомендации, в частности, включают следующие положения:

а) стратегическое мышление обязательно должно учитывать психологический фактор, стратег должен знать, как ведут себя люди в ситуациях угрозы и провоцирования;

б) психологические операции в любом виде войны или конфликта занимают важное место;

в) они должны проводиться не только против враждебных, но и нейтральных и дружественных стран ("мишени" или объекты психологических операций) в интересах США;

г) широко должны использоваться все современные средства массовой информации;

д) необходимо постоянно отыскивать целевые аудитории в странах - "мишенях" и воздействовать на них; и др.

Внутренние источники угроз информационно-психологической безопасности личности заложены в самой биосоциальной природе психики человека, в особенностях ее формирования и функционирования, в индивидуально-личностных характеристиках индивида.

В силу этих особенностей люди отличаются степенью восприимчивости к различным информационным воздействиям, возможностями анализа и оценки поступающей информации и т.д. Кроме индивидуальных особенностей есть и определенные общие характеристики и закономерности функционирования психики, которые влияют на степень подверженности информационно-психологическому воздействию и присущи большинству людей.

Так, например, в кризисных изменениях общества повышается внушаемость людей, и, соответственно, возрастает подверженность информационно-психологическим воздействиям. Она также возрастает в условиях нахождения человека в массовых скоплениях людей, в толпе, на митинге, демонстрации. С человеком происходит своеобразное психическое заражение определенным психоэмоциональным состоянием, что, например, достаточно ярко проявляется на различных зрелищных мероприятиях. Существуют определенные закономерности восприятия и реагирования на малоосознаваемые и неосознаваемые воздействия, например, на подпороговые стимулы и т.п.

Знание своих инидвидуально-психологических особенностей и общих характеристик и закономерностей функционирования психики становится для человека в настоящее время не просто обязательным элементом его общей культуры, но и необходимым условием безопасности в социальном взаимодействии, в различных межличностных коммуникативных ситуациях.

Как это ни парадоксально, но множество людей куда больше стремятся узнать об устройстве автомобиля и способах обращения с ним, чем о собственных психологических характеристиках и способах использования своих психологических возможностей.

## Заключение

Таким образом, в работе решены следующие задачи:

* Рассмотрены психологические основы манипуляций личностью
* Рассмотрены виды профессиональных манипуляций
* Рассмотрены методы защиты от манипулятивных воздействий

Актуальность манипуляций в современном российском обществе возросла в связи со сменой политического и экономического строя, ведь во времена СССР все в стране решалось директивами сверху. "До пробуждения нет манипуляции (строго говоря), а есть тотальное подавление; пока угнетенные полностью задавлены действительностью, нет необходимости манипулировать ими".

Сейчас же, чтобы добиться своих политических, экономических и других целей, необходимо уже манипулировать.

Теория манипулирования разрабатывалась долгое время, как в среде фундаментальных психологических школ, так и среди практиков, более настроенных на применение теории в жизни.

Широкое использование способов скрытого психологического принуждения людей в различных культурах и социальных сферах, в разнообразных ситуациях взаимодействия людей, несмотря на то, что применение этих способов никогда широко не афишировалось, тем не менее нашло отражение в представлениях и понятиях повседневного и научного языка. Это обусловлено распространенностью и функционированием тайного принуждения личности как межкультурного социально-психологического феномена социального взаимодействия, что зафиксировалось в ряде терминов и понятий повседневного языка, в описаниях приемов и определенных схем использования методов воздействия на человека, в научных представлениях о механизмах и обобщенных моделях процессов психологического и информационного воздействия.

## Список литературы

1. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М., 1994, с.294.
2. Ионин Л.Г. Технология социальная/Современная западная социология: Словарь.- М.: Политиздат, 1990. Социальные технологии: Толковый словарь/Отв.ред. В.Н.Иванов.- Москва-Белгород: Луч-Центр социальных технологий, 1995.
3. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. - М.: МГУ. 1991; Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия.-Екатеринбург. 1995; Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М.: Мысль. 1973; и др.
4. Коллектив. Личность, общение: Словарь социально-психологических понятий. Л., 1987. С.33-34; Краткий психологический словарь. - М., 1985. С.147-148; Современная западная социология: Словарь. - М., 1990. С.131-132; и др.
5. Социальные технологии: Толковый словарь. М., 1995, с.58.
6. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия.- Екатеринбург. 1995, с.136.
7. Буева Л.П. Человек: деятельность и общение. - М., 1978. С.81, 104-105.
8. Фисенко П.И. Личностно-психологические источники опасностей в обществе и психологические аспекты национально-государственной безопасности/Общая теория безопасности (актуальные методологичес-кие и социально-политические проблемы). - М., 1994. С.133.
9. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. - Минск, 1992.
10. Психологические операции и противодействие им. - М., 1993; Общая теория безопасности (актуальные методологические и социально-политические проблемы). - М., 1994; и др.
11. Доценко Е.Л. Механизмаы межличностной манипуляции//Вест. Моск. ун-та. Сер.14, Психология. 1993. N 4. С.6.; Доценко Е.Л. Психология манипуляции. М., 1996, с.138.