

ПСИХОЛОГИЯ ДЛ Я ВСЕХ

ВАДИМ МАКИШВИЛИ

БОЛЬШАЯ КНИГА МАНИПУЛЯЦИЙ

**Изучаем секреты
управления сознанием**



Издательство
АСТ
Москва

УДК 159.9

ББК 88.53

М15

*Все права защищены. Никакая часть
данной книги не может быть воспроизведена
в какой бы то ни было форме без письменного
разрешения владельцев авторских прав.*

Макишвили, Вадим.

М15 Большая книга манипуляций. Изучаем секреты управления сознанием / Макишвили Вадим. — Москва : Издательство АСТ, 2017. — 284, [1] с. — (Психология для всех).

ISBN 978-5-17-100215-2

Знайте — вами постоянно манипулируют, вы вольно или невольно попадаетесь на удочку людей, с которыми, возможно, вы даже не знакомы! Сотни кукловодов манипулируют сотнями тысяч людей, а иногда даже целыми государствами! Манипуляции наступают вас повсюду — в семье и на работе, на избирательном участке и в магазине возле дома, на любимом новостном сайте и в популярной телевизионной передаче — в каждой стране, во всем мире. Жизнь перенасыщена манипуляциями. Кто же нами манипулирует? Как? Когда? Зачем? Можно ли это остановить? Можно!

Вы не найдете в этой книге научнообразных терминов и стандартных примеров: все главные приемы манипуляций сознанием разбираются на основе жизненных ситуаций!

Макет подготовлен редакцией ПРАЙМ 

ISBN 978-5-17-100215-2

© Макишвили В., 2016

© ООО «Издательство АСТ», 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
---------------------------	---

Глава 1

Манипуляции — это просто!	13
<i>Кто здесь кукловод?</i>	15

Глава 2

Как это работает?	35
Принцип социального подтверждения	35
Чтобы продать ведро воды, нужно устроить пожар	54
<i>Разделяем, упрощаем и властвуем</i>	58
<i>Развешиваем ярлыки</i>	65
<i>Лакируем действительность</i>	75
<i>Повторяем. Карфаген должен быть разрушен!</i>	80
<i>Молчим или недоговариваем?</i>	87
<i>Смещаем акценты и подменяем понятия</i>	92
<i>Не пререкаемся с авторитетами</i>	98
<i>Показываем на контрасте</i>	107
<i>Выбираем свой угол зрения</i>	113
<i>Обобщаем, чтобы согласились</i>	118
<i>Читаем мысли</i>	127
<i>Антиценности в действии</i>	134
<i>А был ли мальчик? Или концепции «врага»</i>	139
Пропаганда	146
<i>У кого учились нацисты?</i>	148
<i>Британская империя</i>	156
<i>Белая, серая, черная пропаганда</i>	166
<i>Гриф «Секретно»</i>	172

<i>Пробные шары и навязанная угроза</i>	<i>179</i>
<i>Исключение, восхваление, осуждение и псевдо- объективность</i>	<i>187</i>
<i>Полная фальсификация</i>	<i>198</i>
<i>Фейки и виртуалы.</i>	<i>218</i>
<i>Тролли.</i>	<i>224</i>
Глава 3	
Точки кипения общества	234
Расизм, нацизм и всемирный заговор	234
Эра манипуляции. Общество потребления	248
<i>Успех и потребительство</i>	<i>248</i>
<i>Нейромаркетинг</i>	<i>256</i>
<i>Ожидание счастья</i>	<i>268</i>
Глава 4	
Статус-кво	275
Кто, как и когда?.	275
Защитить себя от манипуляций	282

ВВЕДЕНИЕ

Иллюзионист появляется на сцене в черных лакированных туфлях с острыми носами, неспешно подходит к краю сцены и несколько секунд молчит, оглядывая зал. Вы сидите в первом ряду и вам хорошо видно: у фокусника развязаны шнурки! Вас посещает мысль, от которой становится неудобно, мол, надо бы фокуснику сказать, он же не знает! Несколько секунд боретесь с этой мыслью, вам неловко за человека, и в то же время страшно обратиться к артисту на виду у всего зрительного зала при полной тишине. Но к большому облегчению, артист сам замечает, ничуть не тушуетя и спокойно, словно так задумано (вот же, настоящий артист!), наклоняется и завязывает один шнурок узелком на бантик. Собирается проделать это и со вторым, но вдруг какая-то мысль его останавливает. Он выпрямляется, засовывает руки в карманы брюк и с хитрым прищуром, словно сейчас произойдет шалость, снова оглядывает зал. В углах его рта появляется едва заметная улыбка.

— Самозавязывающиеся шнурки! — Его голос разрезает полную тишину, и зрители от нетерпения ерзают в креслах — шоу начинается?

«Не может быть!» — проносится у вас в голове. — Таких шнурков не бывает! Врет!»

Иллюзионист приподнимает ногу невысоко над полом, выставляет ее вперед, как футболист, когда собирается подбрасывать мяч. Вы хорошо видите его

лакированную туфлю, шнурки по обе стороны безвольно свисают, кончики болтаются у самого пола. И вдруг фокусник начинает трясти ногой, как кошка, когда та вылезает из холодной лужи. Вы неотрывно следите за шнурками — они летают вокруг ноги иллюзиониста, бьются о туфли в истеричном танце. Затаив дыхание, вы отчетливо слышите царапающие звуки, когда эглеты шнурков соприкасаются с лакировкой на туфле. Ничего не происходит. Он трясет, вы смотрите, шнурки летают. И вдруг вы перестаете верить своим глазам. Шнурки завязаны на бантик! Иллюзионист опускает ногу на пол, демонстрируя аккуратный, почти идеальный, бантик. Зал взрывается аплодисментами!

«Как? Не может быть! Я тоже хочу такие!» — Мысли одна за другой врываются в ваше сознание, вытесняя предыдущий скепсис. Вы поверили. Даже не так — вы уверовали!

Прожитые годы вас научили, что чудес не бывает, шнурки не могут завязываться сами. Но вы это только что увидели! Сами! Вы сидите в первом ряду, вы все видели своими глазами. Это случилось! Вы уверовали. Вас теперь мучает только один вопрос: «Где взять такие шнурки?» С этой секунды вы жаждете их купить или научиться завязывать их таким же образом. Вы даже представляете, что ваш ребенок больше не будет задерживать вас по утрам, когда долго и неумело завязывает шнурки на кроссовках, а вы спешите на работу и нервно поглядываете на часы.

Все эти мысли пронесли в вашей голове меньше чем за секунду. Вы аплодируете вместе со зрительным залом, иллюзионист поднимает руки, призывая к тишине.

— Кто хочет такие шнурки?

Вы вскидываете руку вверх, не успев испугаться внутреннего порыва. К вашему удивлению, сосед справа

и соседка слева тоже выбрасывают руки, и с вами еще треть зала. Многие хотят, успеваеете подумать вы, и вдруг видите, что иллюзионист тоже поднимает руку.

— Я тоже хотел бы такие шнурки. — Он улыбается открытой и честной улыбкой. — Но у меня их нет и быть не может — мы же взрослые люди, мы все это понимаем, не так ли? Я вас обманул. Обхитрил. Я манипулировал вашим желанием увидеть чудо. Я манипулировал вашим вниманием. Я проделаю сегодня это с вами еще много раз. Я буду манипулировать вашей верой в чудо трюк за трюком в течение всего шоу, а на мои манипуляции вы будете вестись и получать от этого удовольствие. Но именно за этим вы сюда и пришли, верно?

Иллюзионист обаятельно улыбнулся:

— Я буду виртуозно манипулировать вашим сознанием.

Каждый из нас умеет манипулировать сознанием, своим и чужим. Так утверждают и психологи и социологи. Секрет того фокуса, как и секрет любой другой манипуляции, оказался неприлично простым — шнурки на одной туфле уже были завязаны аккуратным бантиком, бантик спрятан под край брюк, а наружу фокусник высунул другие шнурки, привязанные к длинной нитке и спущенные через штанину вниз, чтобы создавалась иллюзия развязанных. Нитка поднималась по ноге фокусника внутри брючины и заходила в карман через специальное отверстие. Иллюзионист шел к краю сцены медленно, осторожно переставляя ноги, чтобы спрятанный бантик не показался из-под брючины, а зрители видели в такой медлительности какую-то торжественность. Когда фокусник сунул руки в карманы, мы увидели человека, который что-то хитрое задумал, а на деле ему необходимо было

ухватиться за нитку в кармане. Потом артист тряс ногой, зрители следили только за прыгающими шнурками, не замечая, как тем временем фокусник накручивает нитку на палец в кармане брюк, постепенно втягивая дополнительные шнурки внутрь штанины. Когда шнурки исчезли, фокусник лишь поддернул брючину вверх и освободил настоящие шнурки. Он проделал нехитрые манипуляции, а вы поверили в чудо, которое он пообещал. Пообещал он, а поверили вы.

Иллюзионист манипулировал нашим вниманием, как жонглер мячиками. Он долго учился этому, и теперь развлекает нас своим мастерством, а мы за такой обман платим деньги, нам весело. В повседневной жизни манипуляции бывают не такими приятными. Сколько раз мы чувствовали себя неуютно только от того, что согласились выполнить просьбу, которую даже не хочется выполнять, — просто отказать приятелю было неудобно? Коряво на душе и даже обидно. А главное, приятелю предъявить-то нечего — сам же согласился на его просьбу, за язык никто не тянул. Кажется, чем дольше человек живет, тем больше таких историй в жизни собирает. А сколько сюжетов, когда манипуляции приводили к откровенно печальным и даже трагическим последствиям? В мировой истории их предостаточно.

С XV до XVII века длился великий период «географических открытий». Европейцы открывали новые земли и маршруты в Африку, Америку, Азию и Океанию. «Открывали»? Коренные жители тех мест вряд ли догадывались, что их «открывают», жили себе, детей рожали, радовались солнцу, встречали заморских белокожих гостей фруктами и цветами. А гости, словно разглядыв возможность нажиться, стали новые земли... колонизировать. А если называть правильными словами, земли стали захватывать, а аборигенов насиловать

и убивать. Приняли участие в этом разбое и христианские проповедники-миссионеры, использовав для оправдания убийств и грабежей одну библейскую историю и мнение одного историка, жившего в первом веке нашей эры. Иосиф Флавий, историк, полагал, что все темнокожие люди произошли от Ханаана, внука того самого Ноя, что построил ковчег. В Библии говорится, будто Ной проклял своего внука, пророча ему рабскую жизнь: «Проклят Ханаан. Раб рабов будет он у братьев своих». Картинка удачно сложилась, и миссионеры подхватили: «Так пусть же пророчество Ноя сбудется! Будут негры нашими рабами».

В XVIII веке появляется уже целая теория полигенеза, научно обосновывающая расизм: «Происхождение человечества от разных прародителей» — и эта теория распространяется среди белокожих людей разными способами, в том числе и через «невинную» рекламу. Примерно между трагическим днем, когда в России умер А. С. Пушкин, и светлым днем, когда на свет появился С. А. Есенин, в Соединенных Штатах Америки на страницах газет и журналов появляется реклама мыла от N. K Fairank & Company. Белокожая девочка в платье из ситца и лакированных башмаках протягивает кусок мыла темнокожей девочке и спрашивает: «Почему твоя мама не моет тебя с мылом Fairu?» Возможно, автор не вкладывал в изображение «ничего такого». Но мы смотрим на картинку из двадцать первого века (спасибо Интернету) и нам очевидно, что расизм еще два-три поколения назад не казался чем-то ужасным.

Сторонников расизма достаточно и в наше время. В любой стране. Мы, славяне, зачастую обходим стороной темнокожих студентов российских вузов, на подсознательном уровне не желая иметь с ними ничего общего. Неужели и внутри нас есть отголоски

той манипуляции сознанием, что произошла в пятнадцатом веке?

Реклама оказалась чуть ли не самым опасным оружием манипуляторов. Прямо сейчас наше общество меняется при помощи рекламных технологий, манипулирующих нашим стремлением к успеху, а мы едва это осознаем. Мы живем в обществе потребления, где главенствует идея успеха. И даже не сам успех стал ценностью, мериллом успешности стали деньги, а где деньги, там и желание их тратить. На этом поле развернулся масштабный театр боевых действий специалистов рекламы, PR и психологов, которые ежедневно оттачивают свои способности манипулирования нашим выбором.

«Хотите новый холодильник, но недостаточно денег? Купите прямо сейчас! Выгодный кредит от N процентов! Живи сейчас!» Мы клоем на эту рекламу, как голодная рыба на крючок с червяком. А сможем расплатиться с банком или нет — эту трезвую мысль отодвигаем на задний план. Ведь можно купить прямо сейчас! Такие выгодные проценты! Как же сильно хочется новую вещь!

«Купи смартфон за N рублей и получи точно такую же модель совершенно бесплатно! Подари ее маме!» Вам не нужен был этот телефон вовсе, но... Черт подери, это же так выгодно, тем более один телефон совершенно бесплатно отойдет маме!

Не отстают и политтехнологи, формирующие у избирателей определенное мнение, чтобы обеспечить на выборах поддержку нужному кандидату.

Победа Б. Н. Ельцина на президентских выборах в 1996 году стала неожиданностью. Кандидат, который перед началом выборов пользовался поддержкой только 9% избирателей, во втором туре набирает почти

54 % голосов и побеждает своего главного соперника Г. А. Зюганова, кандидата от Коммунистической партии, который на начало выборов имел поддержку у 22 % избирателей. Это произошло благодаря стараниям политтехнологам из штаба Б. Ельцина. Они развернули тогда несколько рекламных кампаний, каких в то время не делал еще никто.

Смысл одной из них укладывался в два предположения: «Если завлечь на избирательные участки молодежь (как известно, молодежь — наиболее пассивные избиратели), можно увеличить явку избирателей до 25 %. А если получится эти 25 % заманить на свою сторону, это станет одним из факторов победы». Кампанию развернули под девизом «*Голосуй или проиграешь!*» — тем летом этот девиз можно было увидеть и услышать везде — в социальной рекламе на телевидении, в призывах по радио, в листовках из почтовых ящиков, на уличных бигбордах. В призывах не содержалось никакого указания голосовать за Б. Н. Ельцина. Ни единого! Но агитационный материал подавался таким образом, чтобы у людей возникало желание *не голосовать* за представителя Коммунистической партии, за Г. А. Зюганова. «*Голосуй!*» — громко призывал голос за кадром, — *или проиграешь!*» И тут же на экране возникали картинки символов коммунистического прошлого — бюсты Ленина, танки, колючая проволока, наручники. Манипуляция удалась. В первом туре Ельцин набирает 35 %, потом один из кандидатов — генерал Лебедь отдает ему свои 14 % голосов, что очень быстро приводит Ельцина к победе во втором туре. Характерный для манипуляций факт: после прекращения предвыборного информационного потока, уже к концу того же 1996 года, опросы общественного мнения снова демонстрировали массовое раздражение властью и конкретно своим избранником — Б. Н. Ельциным,

который стремительно терял рейтинг, возвращаясь к изначальному уровню в 9%.

Другой пример применения политтехнологий уже ближе к настоящему времени. Во время президентских выборов 2000 года избирательный штаб В. В. Путина подготовил интервью с представителями сексуальных меньшинств г. Москвы, в котором шла речь о Г. Явлинском. В свою очередь, штаб Явлинского ответил сюжетом, в котором имя Путина связывалось с фашистами. Оба штаба использовали один и тот же самый прием, направленный на манипулирование общественным мнением.

Глава 1

МАНИПУЛЯЦИИ — ЭТО ПРОСТО!



Психологи говорят, что *манипуляция — это любое личностное влияние, направленное на кого-либо*. Если один человек влияет на другого — это манипуляция? Не кажется ли вам, что определение слишком общее? Вы встаете в автобусе и уступаете место пожилому человеку, чем подталкиваете его к тому, чтобы сесть на ваше место, — вы манипулируете пожилым человеком? Вы разговариваете с приятелем, и вдруг переключаетесь на новую тему, чем скрыто поворачиваете внимание собеседника в нужную и интересную для вас сторону, — вы манипулируете своим приятелем? Когда вы говорите знакомому: «Здравствуй!» и при этом широко улыбаетесь — ваш знакомый, хочет того или нет, улыбнется вам в ответ. Это манипуляция? Можно было бы считать, что «все манипулируют всеми». Но это только на первый взгляд.

Манипуляция — это психологическое воздействие, которое вызывает заданный отклик у человека помимо его воли. Манипуляция обходит сознательный контроль и действует на нас скрыто, изнутри, как будто это наше желание или решение.

Человек-манипулятор скрытно побуждает другого человека изменить отношение к чему-то или

принять решение, выгодное манипулятору. Уловка, чтобы обыграть, объегорить, надуть. В таком смысле манипулируют уже не все люди, а лишь некоторые. Тот парень, что уступил место старику, не извлекает никакой выгоды из своих действий. Если дедушка и присядет, то желание парня уступить место совпадет с потребностью пожилого человека дать отдых больным ногам, значит поступок подростка нельзя считать манипуляцией. Парень — молодец, достоин уважения.

Манипуляцией можно было бы считать обман, принуждающий человека, который до последнего не может распознать его, принять невыгодное для себя решение. Но психологи предостерегают пользоваться таким определением. Многие тонкие манипуляции, говорят психологи, строятся не столько на обмане, сколько на эффектах восприятия и субъективной оценки. «Сказка о царе Салтане» А. С. Пушкина — история о том, как князь Гвидон психологическими воздействиями скрыто добился того, чтобы царь-батюшка оставил свои дела и навестил его город на острове Буяне. Князь Гвидон тем не менее обманщиком не является, царь-батюшка счастлив, читатель доволен.

«У меня к тебе просьба: сделай мне, пожалуйста, крепкого чаю!» — эта просьба сама по себе манипуляцией тоже не является. Но если сделать при этом усталый вид или искренне улыбнуться, это уже может сработать в качестве искусного психологического воздействия, побуждающего человека отложить свои дела и сейчас же принести вам чаю.

Мы манипулируем другими людьми в самых обычных ситуациях и не осознаем этого. Такие воздействия принято называть *«тонкими коммуникативными влияниями»*, не вкладывая в эти слова ничего плохого, ведь пользоваться ими, чтобы быть убедительным, может и учитель в школе, и политик на трибуне, и врач, и руководитель.

«Даже не думайте, что вы не можете этого сделать! Все вы — талантливые и трудолюбивые. Мы сделаем этот проект вместе, и у нас все получится!» — говорит руководитель на собрании, каждую фразу оттеняя соответствующей интонацией и незаметно манипулируя чувствами подчиненных. Первой фразой подначивает, второй репликой играет на честолюбии, а в конце всех психологически поглаживает, показывая командную общность, в результате чего даже сотрудники с низкой самооценкой начинают верить в свои силы. Это хороший руководитель, врачующий свой коллектив добрым и вовремя сказанным словом.

Настоящими манипуляциями считаются только *злонамеренные действия*, когда манипулятор причиняет зло другому человеку целенаправленно. Или даже группе людей, как это случилось в XV–XVII веках, когда с помощью вольного трактования библейского текста и трудов давно умершего историка в сознание людей вложили идею о неполноценности некоторых рас.

Кто здесь кукловод?

Зимой 1969 года в послеобеденное время по команде исследователей на оживленную улицу Нью-Йорка вышли студенты и остановились посреди тротуара, задрав голову вверх и глядя на соседнее здание в окно шестого этажа, за которым притаились Милгрэм и коллеги с кинокамерой. Исследователи подсчитывали, сколько прохожих повторят поведение искусственно созданной толпы. 40% прохожих остановилось и посмотрело в ту же сторону, что и искусственно созданная толпа. Эксперимент доказал, что, не произнося ни единого слова, не показывая ни единой эмоции, небольшая группа людей может заставить большое количество людей бросить все дела и взгляды в какую-то точку.