

ПРИЕМЫ И МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД

М.С. Яницкий (Кемерово)

Аннотация. Рассматриваются способы целенаправленного психологического воздействия на лиц, вовлекаемых в деятельность организаций, построенных по принципу финансовой пирамиды. Выделяются, характеризуются и систематизируются приемы и методы такого психологического воздействия, анализируется их эффективность. Аргументируется возможность формирования у потенциальных участников финансовых пирамид измененного состояния сознания, используемого в криминальных целях.

Ключевые слова: психологическое воздействие, манипулирование, измененные состояния сознания, судебно-психологическая экспертиза.

Одной из актуальных для современной психологии проблем становится незащищенность значительной части общества перед разного рода манипулятивными воздействиями со стороны средств массовой информации, политических организаций, религиозных сект, финансовых структур и т.д. В.Е. Лепский определяет негативные манипулятивные психологические воздействия на личность, на ее представления и эмоционально-волевую сферу, на групповое и массовое сознание как «инструмент психологического давления с целью явного или скрытого побуждения индивидуальных и социальных субъектов к действиям в ущерб собственным интересам в интересах отдельных лиц, групп или организаций, осуществляющих эти воздействия» [4]. По его мнению, эффективность таких воздействий в условиях современного российского общества определяется отсутствием психологических механизмов защиты от манипуляции у подавляющей части всех слоев населения, что связано с психологическими особенностями, сформировавшимися в условиях тоталитарного советского режима, при котором интенсивно проводилась в жизнь хорошо продуманная система мероприятий, направленных на «блокировку рефлексивных механизмов сознания», для превращения граждан СССР в послушных исполнителей воли группы лиц.

К числу направлений психологического воздействия, используемого сегодня в криминальных целях, относится воздействие на потенциальных членов финансовых пирамид, нацеленное на незаконное завладение средствами вовлекаемых участников. Потерпевшие и следственные органы настаивают на том, что в качестве основного элемента мошенничества при проведении так называемых «информационных семинаров», направленных на вовлечение новых членов в организацию, члены преступных группировок используют «элементы гипноза» и иные манипулятивные техники. Приемы и методы данного воздействия закономерно становятся предметом судебно-психологического исследования [1–5].

Е.Н. Волков на основе анализа проведенных по подобным делам экспертиз предлагает следующую классификацию наиболее распространенных приемов манипулятивного или дезориентирующего вли-

яния, а также тех особенностей человеческой психики, которые делают личность уязвимой для подобных воздействий:

1. Техники влияния и уговаривания (использование ошибок восприятия, желаний, предрассудков; создание доверия к источнику; создание и донесение послания; управление эмоциями и др.).

2. Когнитивные приемы логического типа (ложные аналогии; подмена логических доказательств метафорами; софизмы; ложный довод (обман); подтасовка или сокрытие информации; неполные сравнения; использование неясных и неточных понятий; использование отвлекающих или запутанных высказываний; стремление взять последнее слово и др.).

3. Эвристики (эвристика наглядности, доступности, яркости; эвристика моделирования; эвристика репрезентативности).

4. Поведенческие ловушки (ловушки отсрочки; ловушки неведения; ловушки вклада; ловушки ухудшающейся ситуации; коллективные ловушки и др.).

5. Когнитивно-эмоциональные ловушки (неспособность увидеть очевидное противоречие; чрезмерная уверенность; склонность принимать желаемое за действительное; ловушка рационализации; зависимость от эмоционального состояния; эффект субъективного подтверждения и др.).

6. Феномены группового влияния и групповой динамики (эксплуатация сдвига к риску; групповое давление; использование группового подкрепления; использование снижения индивидуальной ответственности в группе; использование группового нормативного влияния; использование группового информационного влияния) [2].

В рамках судебно-психологической экспертизы, как правило, обнаруживаются также признаки использования приемов классического и эриксоновского гипноза, различных техник наведения транса, нейролингвистического программирования, поведенческой психотерапии и др. Однако ряд авторов, в частности В.Д. Менделевич, аргументированно критикуют обоснованность таких выводов. Он ставит под сомнение наличие целенаправленного психологического воздействия на потенциальных участников финансовых пи-

рамид, поскольку нет доказательств того, что приемы и методы такого воздействия реально влияют на сознание потерпевших. Автором отмечается, что в заключениях экспертов по вопросам использования или неиспользования методов психологического воздействия «...отсутствуют данные, которые могли бы быть положены в основу вывода о том, что потерпевшие в момент совершения предполагаемого преступления находились в измененном состоянии сознания, что могло бы быть основополагающим доказательством использования целенаправленного суггестивного воздействия руководителями семинара и указывать на то, что потерпевшие не могли отдавать отчет своим действиям и руководить ими» [3].

В этой связи нами было предпринято собственное исследование приемов и методов психологического воздействия на потенциальных жертв финансовых пирамид. Основной целью исследования было доказательно установить наличие эффективного психологического воздействия, способного вызывать измененное состояние сознания у потенциальных участников финансовых пирамид, а также выделить, систематизировать и охарактеризовать средства такого психологического воздействия, используемого в криминальных целях.

Настоящее исследование основано на анализе результатов серии судебно-психологических экспертиз, проведенных нами в рамках ряда уголовных дел в отношении восьми «некоммерческих партнерств», действовавших на территории Кемеровской, Новосибирской областей и Алтайского края и построенных по принципу «финансовой пирамиды». В ходе исследования были проанализированы показания потерпевших, шаблоны и конспекты лекций и учебных пособий, дневниковые записи, аудио- и видеоматериалы и другие источники, отражающие деятельность данных партнерств.

Как следует из анализа рассмотренных материалов, деятельность подобных «некоммерческих партнерств» осуществлялась по единой схеме. Участники партнерств под предлогом возможности получить высокооплачиваемую работу в интригующей форме приглашали своих знакомых, сослуживцев или соседей на организованный партнерством «информационный семинар». Там их радушно и доброжелательно встречали специально проинструктированные участники, имитирующие собственное преуспевание в данной организации. Сам «информационный семинар» состоял из выступлений организаторов-ведущих и проходил в виде яркой рекламной лекции о возможности за короткий промежуток времени серьезно улучшить свое благосостояние в партнерстве, сопровождавшейся громкой музыкой и визуальными эффектами. После общей лекции организаторы проводили индивидуальные собеседования с каждым

впервые пришедшим на семинар. Им рассказывалось, что для вступления в партнерство необходимо до полуночи текущего дня внести денежные средства в установленном размере (от 5000 до 50000 рублей). Потенциальным участникам давались детальные советы по тому, каким образом можно занять такую сумму у родственников или знакомых; во время сбора денег они постоянно контролировались неотступно сопровождающими их членами партнерств. После внесения «вступительного взноса» на последующих «обучающих семинарах» вступившие в партнерство узнавали, что для возвращения внесенных денег они должны обманным путем вовлекать в партнерство новых участников.

Официальными целями рассматриваемых «некоммерческих партнерств», отраженными в их уставных документах, являлись содействие в решении социальных проблем, поддержка социально значимых программ и проектов, создание условий для повышения уровня жизни, оказание содействия в доступности услуг сотовой связи широким слоям населения, организация информационно-правовой базы, содействие в получении правовой помощи, организация досуга и встреч по интересам. Однако фактической общей целью деятельности этих партнерств было создание и поддержание системы присвоения средств постоянно расширяющегося круга граждан, о чем свидетельствует, в частности, отсутствие какой-либо производственной, коммерческой, инвестиционной или иной деятельности, которая позволила бы окупить осуществленные участниками вложения.

Для достижения этой общей цели последовательно решались следующие основные задачи: организация отбора и приглашения «гостей» на «информационные семинары»; обеспечение их «вступления» в партнерство и внесения ими «вступительного взноса»; организация подготовки вновь принятых партнеров к привлечению новых участников партнерства на специальных «обучающих семинарах».

Общим мотивом руководителей, консультантов, привлекаемых партнеров являлось максимально быстрое удовлетворение материальных потребностей. Данный мотив является откровенным, нескрываемым и вполне осознавался вновь вступающими членами, консультантами и руководителями. Таким образом, основные мотивы участников подобных партнерств могут быть однозначно охарактеризованы как корыстные.

Указанный ведущий мотив лишь отчасти «оттенялся» дополнительными мотивировками деятельности партнерств: просоциальной направленностью деятельности (благотворительность); возможностью взаимопомощи и взаимоподдержки; возможностью расширения круга знакомых, интересных связей. Для этого членам партнерств демонстрировались благо-

дарственные письма от детских домов, административных органов, они привлекались к участию в совместных культурно-массовых мероприятиях, в ряде случаев награждались ценными подарками. Данные мотивировки, расценивавшиеся вновь вступающими членами партнерств как истинные, на начальном этапе могли послужить для них дополнительными мотивами участия в деятельности партнерств.

Для решения задач, направленных на присвоение средств граждан, руководителями, консультантами и участниками партнерств использовался достаточно широкий спектр методов и способов психологического воздействия на потенциальных членов, вступающих в организацию. Такие техники и приемы представляют собой эклектический набор методов, описанных и применяемых в различных направлениях практической психологии. Используемые в данном случае средства были нами сгруппированы следующим образом:

1. *Психофизиологические факторы, способствующие снижению сознательного контроля и повышению подверженности внешнему воздействию.* Сюда следует отнести «подготовительные» приемы, направленные на создание оптимальных условий для достижения максимальной эффективности осуществляемого воздействия: состояние усталости, утомления, голода, которое наступало после многочасового «информационного семинара»; необходимость принятия ответственного решения в ситуации цейтнота, изоляция от внешних контактов и невозможность посоветоваться с близкими. Сказанное может быть проиллюстрировано следующими показаниями потерпевших:

– «Я очень устала и не ожидала, что все будет тянуться так долго»;

– «Я действовала как робот. Я была голодна. Было душно и жарко. У меня поднялось давление. Все мои чувства смешались»;

– «Время было ограничено, возможности подумать не давали. Все происходило очень быстро»;

– «От нас не отходили, и мы с мужем посоветоваться наедине не могли».

Описанные факторы носили искусственный характер и намеренно вводились организаторами. Вступившие в партнерство участники получали в ходе последующего обучения детализированные инструкции по их задействованию. Так, например, указывалось оптимальное время для «организации суммы» – с 21.00 до 01.00.

2. *Социально-психологические эффекты психологии толпы, снижающие уровень индивидуального сознательного контроля своих действий.* К этой группе относятся средства воздействия, основанные на закономерностях поведения человека в толпе, в частности на механизме подражания. Мероприятия, направленные на присвоение средств граждан, носили массовый харак-

тер – в социальной психологии известно, что эффект психологического воздействия возрастает пропорционально числу подвергаемых этому воздействию. Большое внимание при этом уделялось демонстрации массового показного энтузиазма, имитации успеха и преуспевания уже вступивших участников, демонстрации символов достатка: дорогой одежды, часов, ручек, кожаных папок и т.п. Вступивших в партнерство в дальнейшем целенаправленно обучали, как именно создавать такую «иллюзию благополучия».

Приглашенные в большинстве случаев не могли допустить, что такое большое количество людей могут быть обманутыми и/или обманывать их. Естественной психологической реакцией приглашенного на «информационный семинар» должно было стать представление о реальности быстрого получения больших средств и стремление подражать многочисленным «положительным примерам». В условиях заранее организованного массового «вступления» в партнерство, сопровождаемого восторженными аплодисментами, отказ от него человека с обычным уровнем конформности и волевых качеств являлся исключением.

3. *Манипулятивные приемы, используемые в процессе взаимодействия и направленные на побуждение к осуществлению желаемых действий.* К этой категории приемов можно отнести, в частности, известный в социальной психологии феномен «Нога в двери», когда согласие на незначительную просьбу, любая уступка существенно повышают в дальнейшем вероятность согласия на более серьезные просьбы и требования. Так, подписание «соглашения о неразглашении конфиденциальной информации» повышало вероятность подписания заявления о вступлении в партнерство: «Сначала я не хотела подписывать документ, но они сказали, что если мы подписали первый документ, то могу подписать и второй». Такую же роль своеобразного «крючка» («якоря» – в терминологии нейролингвистического программирования) играли обязательное внесение 100 рублей «на оформление документов для собеседования» и поэтапное внесение частей требуемой суммы в период ее сбора.

На сходных принципах основано также использование приема, который в социальной психологии называют «Техникой трех (или четырех) Да» – приглашенного последовательно спрашивали, например, «хочу ли я хорошо жить, понимаю ли я, что в любое новое дело нужно первоначально делать денежный вклад, хочу ли я работать в партнерстве и хорошо жить, зарабатывать. Я на каждый вопрос отвечала: «Да». Затем меня спросили, внесу ли я деньги в партнерство, я сказала: «Да». Я не понимала, что делаю». В ряде случаев ответы на подобные вопросы фиксировались письменно, что еще больше усиливало эффективность данного приема.

Еще одним манипулятивным приемом является так называемая «пресуппозиция» – использование в речи особых грамматических конструкций, содержащих подразумеваемые утверждения. В частности, при обучении приглашенных тому, «как правильно организовать сумму», необходимую для «вступления» в партнерство, им говорилось, что они «*деньги должны были занимать на месяц, а возвращать через неделю, чтобы человек стал интересоваться и стал потенциальным партнером*». Такая речевая конструкция однозначно воспринималась как то, что вступающий в организацию сможет вернуть свои деньги обратно уже через неделю.

Целая система речевых техник использовалась и в так называемой «работе с возражениями». В ходе следствия были обнаружены детальные письменные инструкции, как следовало отвечать на те или иные возражения со стороны потенциальных участников. Рекомендуемые ответы представляют собой совокупность метафор и «контраргументов», по существу – гибкую и вариативную систему манипулятивных приемов в виде уклонений, умолчаний, апелляций к комплексам и слабостям собеседника.

4. *Техники, направленные на достижение измененного состояния сознания, позволяющего воспринимать получаемые команды и инструкции в обход сознательного контроля.* Измененное состояние сознания (состояние транса) потенциальных партнеров достигалось посредством использования методов гипноза М. Эриксона. Основной используемой техникой в данном случае являлось «блокирование основных репрезентативных систем»: зрительной, слуховой и кинестетической. Конкретными средствами при этом выступали: яркое освещение, световые эффекты, громкая ритмичная музыка, громкая скандированная речь, ритмичные восклицания («Хей! Хей!»), ритмичные хлопки, наконец – большой поток информации. Одна из потерпевших так описывает начало «информационного семинара»: «*В зале окна были задернуты шторами, включено освещение, играла громкая ритмичная электронная музыка. Оператор направлял на сцену световые эффекты, по портьерам сцены блуждали цветные шары с бликами, возникало ощущение падающего цветного снега. Я почувствовала, что по телу пробегают мурашки*».

Показания потерпевших говорят о наличии у них признаков, свидетельствующих о пребывании в течение определенного времени в измененном состоянии сознания:

– «*Музыка играла очень громко, и я чувствовала какое-то неприятное давление*»;

– «*Постепенно, под влиянием музыки, у меня создалось ощущение давления, я ничего не понимала, я ощущала тяжесть в висках, в голове*»;

– «*Под влиянием музыки у меня создалось ощущение тумана в глазах и тяжести в голове, мышление было каким-то заторможенным*»;

– «*Я была в каком-то странном состоянии. Мне казалось, что все происходит как бы рядом со мною, а я как автомат выполняю команды*»;

– «*Выходя после информационных встреч, я всегда чувствовал сонливость, усталость*»;

– «*Вид у меня был не совсем нормальный, щеки горели, глаза блестели, движения были резкие*».

Таким образом, перегрузка репрезентативных систем потенциальных участников приводила их в измененное состояние сознания, находясь в котором, они не могли в полной мере осознавать последствия собственных действий и не были полностью самостоятельны в волеизъявлении.

Помимо описанного «профессионального» психологического воздействия, присвоение средств граждан осуществлялось также посредством банального обмана, использования элементов давления и насилия. Обман участников партнерств осуществлялся на всех этапах взаимодействия (от приглашения до «обучающих семинаров») в различных формах, в частности в виде искажения и утаивания, как, например, при умолчании о том, что если «вступительный взнос» будет передан не в полном объеме, то вся собранная сумма уйдет «на благотворительность».

В ходе психологического воздействия, осуществлявшегося на «информационных семинарах», организаторы прибегали и к практике прямого обмана. Как свидетельствуют вступившие в партнерства участники, «*...когда приходило мало гостей, консультант выбирал из своей структуры людей, чтобы они выступили в роли гостей и писали заявления, как вновь вступившие, чтобы своим примером воодушевлять приглашенных в первый раз людей*»; «*В качестве вступающих в партнерство иногда выступают уже работающие и партнеры. Они поднимали заявления и показывали их залу, хлопали в ладоши, инсценировали радость, обращались к тем, кто действительно пришел впервые, призывая их вступить в организацию*». Тем самым перед потенциальным участником разыгрывался целый спектакль.

Психологическое давление заключалось, в частности, в угрозе перечисления всех уже внесенных денег «на благотворительность», т.е. их безвозвратной потери для вступающего, если до определенного времени не будет внесена полная сумма «вступительного взноса». Потенциального участника партнерства постоянно торопили и подталкивали, угрожая тем, что его место займут, что партнерство делает предложение только один раз, и т.п., лишая возможность обдумать решение.

В отдельных случаях имели место и проявления насилия. Так, показания некоторых потерпевших свидетельствуют, что в ходе «информационных семинаров» потенциальные участники удерживались принудительно: «*Тем, кто хотел уйти, верхнюю одежду не*

дали и потребовали досидеть до конца». В случаях, когда подобное насилие не использовалось прямо, его заменяла такая организация встречи, чтобы потенциальная жертва не могла самостоятельно ее покинуть: встречи проводились в удаленных местах (как правило, на окраине города или в пригороде), при этом использовать собственный транспорт было запрещено.

Совместное и одновременное использование таких разноуровневых и разнонаправленных средств психологического воздействия обеспечивало выраженный и продолжительный эффект. «Поддерживающее» психологическое воздействие во время обучающих семинаров (эмоциональное подкрепление, запрет на негативную информацию и т.п.), а также стремление вернуть деньги позволяли сохранять влияние на участников длительное время, в ряде случаев – до нескольких месяцев.

Использование описанных приемов психологического воздействия требовало определенного уровня специальной подготовки. Из показаний участников партнерств следует, что в ходе обучающих семинаров консультанты и руководители читали им лекции по психологии, использовали психологические тесты, совместно с ними составляли психологические портреты потенциальных жертв. При этом, несмотря на использование в основном популярной психологической литературы, изъятые конспекты лекций содержат также описание узкоспециальных знаний – теории К. Левина, эффекта Б.В. Зейгарник и др.

Однако консультанты и руководители партнерств как при чтении лекций, так и при взаимодействии с потенциальными участниками пользовались уже готовыми шаблонами. В частности, используемые ими конспекты лекций представляли собой своего рода «болванки» со специально пропущенными местами для вставки названий партнерств, города, где читается лекция, фамилии лектора и др. В деятельности партнерств использовались целые методические ком-

плексы: заранее разработанные сценарии выступлений, стандартные бланки планирования и отчетности, инструкции, «шпаргалки» и т.п. Судя по изъятой в ходе следствия литературе (популярные книги по психологии, рассчитанные на массового читателя, методические материалы по страховому делу, сетевому маркетингу), ее было бы недостаточно для разработки и реализации всего комплекса средств психологического воздействия. Из этого следует, что руководители и консультанты партнерств, имея некоторый опыт в области популярной психологии, достаточный для эффективного выполнения шаблонных приемов, опирались на разработанную квалифицированными специалистами-психологами (или при их участии) модель организации и функционирования партнерства, построенного по принципу пирамиды. Сказанное подтверждается также тем, что описанный нами алгоритм являлся совершенно однотипным в деятельности всех восьми рассматриваемых «некоммерческих партнерств».

Таким образом, проведенное нами исследование продемонстрировало реальность существования эффективного алгоритма психологического воздействия на потенциальных участников финансовых пирамид. Важное место в алгоритме такого психологического воздействия занимают приемы и техники целенаправленного введения потенциальных жертв в измененное состояние сознания, находясь в котором они не могли в полной мере осознавать последствия своих действий и руководить ими. Незащищенность значительной части населения перед описанными приемами и методами психологического воздействия определяет его высокую эффективность. Проведенное нами исследование свидетельствует о необходимости разработки как действенных социальных механизмов контроля и нейтрализации негативных психологических воздействий, так и актуализации психологических механизмов защиты от подобного воздействия.

Литература

1. Васильев В.Л. Судебно-психологическая экспертиза по уголовным делам о создании финансовых пирамид // Юридическая психология: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2004. С. 586–591.
2. Волков Е.Н. Преступная эксплуатация когнитивной, поведенческой и эмоциональной незащищенности – базовые механизмы, основные признаки и проблемы экспертного выявления // Профилактика психологического насилия, манипулирования сознанием и развитие критического мышления в молодежной среде. Киев: Союз защиты семьи и личности, 2004. С. 125–133.
3. Менделевич В.Д. Экспертная оценка суггестивного воздействия (по материалам психолого-психиатрических заключений о деятельности бизнес-клубов) // Независимый психиатрический журнал. 2004. № 2. С. 23–38.
4. Проблемы информационно-психологической безопасности / Под ред. А.В. Брушлинского, В.Е. Лепского. М.: Институт психологии РАН, 1996. 100 с.
5. Секераж Т.Н. О судебно-психологической экспертизе психологического воздействия // Современное состояние и перспективы развития новых направлений судебных экспертиз в России и за рубежом. Калининград, 2003. С. 195–201.

WAYS AND METHODS OF PSYCHOLOGICAL INFLUENCE OVER POTENTIAL MEMBERS OF FINANCIAL PYRAMIDS
M.S. Yanitsky (Kemerovo)

Summary. The ways of purposeful psychological influence over persons inveigled in the activity of the organizations built up on a principle of a financial pyramid are examined. Ways and methods of such psychological influence are defined, specified and systematized, their effectiveness is analyzed. The possibility of building up the transformed status of conscious of potential members of financial pyramids used in criminal purposes is argued.

Key words: psychological influence; manipulation; transformed status of conscious; judicial psychological expertise.