

## ФЕНОМЕН МАНИПУЛЯЦИИ ЛИЧНОСТЬЮ В РАБОТАХ ФРАНЦУЗСКИХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

**Мустафаева Э.М.**

---

*В статье рассматриваются подходы к определению манипуляции различными французскими учеными-психологами, проанализированы межличностные манипуляции, техники и приемы манипулирования людьми. Сделан обзор способов и средств защиты от межличностных манипуляций.*

**Ключевые слова:** социальная психология, межличностные манипуляции, техники манипулирования, приемы манипулирования, противодействие манипуляциям.

Проблематика манипулятивного воздействия вызывает большой интерес со стороны ученых-психологов во всем мире. Особенно актуальной эта проблема является в психологической науке, а именно в основной ее отрасли – социальной психологии.

Как известно, социальная психология – это «дочь» психологии и социологии. Майерс и Ламарш (Myers, Lamarche, 1992) утверждают, что социальная психология является «научным исследованием того, как люди воспринимают, взаимодействуют и вступают в отношения друг с другом».

Мы знаем, что социальная психология изучает взаимоотношения индивидов, включенных в социальные группы, а также различные аспекты этих взаимоотношений, в том числе и такой феномен, как манипуляция. Манипуляция – это психологическое воздействие на сознание и поведение индивида различными методами.

Манипуляция в социальной психологии является областью, которая была широко изучена многими исследователями и которая позволила разработать ряд методов, способствующих влиянию на человека. Эти методы подразумевают психологическое и когнитивное воздействие на личность.

Таким образом, в результате манипулятивного воздействия индивид может совершать поступки, которые ему не свойственны [2].

Обратимся к этимологии термина «манипуляция». Слово «манипуляция» заимствовано из французского языка. Первоисточником является латинское *manipulus* – «горсть». Сейчас, в современных словарях и энциклопедиях мы находим следующее значение этого термина: «искусное управление или использование», «контроль или игра с помощью искусных, нечестных или коварных средств, особенно

для обеспечения чьего-либо преимущества». Многие французские исследователи дают свое определение этому термину. Рассмотрим несколько интерпретаций термина «манипуляция» современными исследователями в области социальной психологии.

Роберт Петит (R. Petit, 2001) определяет глагол манипулировать как «умение оказывать влияние на группу или индивида с целью заставить их думать и действовать, как мы этого желаем». Манипуляция, следовательно, – это бессознательное или сознательное воздействие, цель которого – получить власть над сознанием и поведением других людей для управления ими.

По словам Жуля и Бовуа (Joule, Beauvois, 1988), манипуляция – это специфическая форма обмана: манипулятор пользуется наивностью жертвы, чтобы склонить ее к определенному типу поведения, выгодному манипулятору.

При этом в других источниках мы находим следующую характеристику манипуляции: «Нет никаких человеческих отношений, которые не подвержены влиянию, .... нет ... отношений без взаимных манипуляций» (Watzlawick, Todorov, 1988). Таким образом, авторы изначально исходят из того, что межличностные отношения без манипулятивного воздействия невозможны.

D. Benoit (1990) в своей работе «Манипуляции в общении» обратился к этимологии термина манипуляция. Он обнаружил, что этот термин произошел от латинского *manipulus* – венок, горсть травы, который на языке химиков означал управлять, т. е. «смешивать некоторые химические вещества или лекарственные препараты», которые, по определению, взаимодействуют, оказывают влияние друг на друга [3].

Никто не застрахован от манипулятивного воздействия. Манипулировать может каждый, время от времени, используя слова, взгляды и жесты, чтобы управлять другими. Например, родители иногда прибегают к шантажу, чтобы повлиять на поведение своих детей: «Если ты уберешь свою комнату, то можешь пойти к своему другу» или «Будь добр, сделай мне одолжение, приведи газон в порядок!». Многие родители сознательно используют такие отношения, чтобы не сердиться или предотвратить конфликт. Тем не менее, родители будут поощрять самостоятельность своего ребенка и уважать его. В свою очередь, ребенок тоже может оказать давление на родителей: «Если вы не хотите, чтобы... Я больше не люблю тебя...» или «Т. к. вы не даете мне разрешение, вы плохие, эгоисты, вы не такие, как другие родители...». Ребенок, чтобы получить желаемое, может использовать манипулятивные отношения, но он должен понять, что желаемого надо достигать не путем шантажа и манипуляций, а собственными усилиями.

Но человек не должен удовлетворять собственные потребности за счет другого, т. к. это неэтично и является своеобразным психологическим насилием.

Таким образом, можно увидеть, что манипуляция – это вид психологического воздействия, которое используется для скрытого внедрения в психику жертвы целей, желаний, намерений, отношений или установок манипулятора, не совпадающих с актуально существующими потребностями жертвы. Манипуляция – это не столько насилие, сколько соблазн, игра на человеческих слабостях и уязвимых местах. Эти слабые места определяются особенностями психики и мировоззрения человека, его системой ценностей и системой отношений.

Манипуляция как социально-психологический феномен связана со многими понятиями, например, с понятием свобода. Свобода часто смешана с иллюзией свободы. В словарях дают следующее определение свободы: «возможность, подтвержденная законами или политическим и социальным строем, свободно действовать, не наносить ущерб правам другого или общественной безопасности» [3, с. 1050–1057].

Естественная свобода – та, которая должна быть предоставлена любому человеку в силу естественного права. Гражданская свобода – право по-своему действовать, соблюдая установленные законы. Политическая свобода – возможность осуществлять политическую деятельность, вступать в партии, избирать представителей и т. д. Свобода личности – способность человека действовать в соответствии со своими интересами и целями, осуществлять выбор [3].

Обман и манипуляция сегодня – общественное явление, общественная проблема. Свобода, даже в самом обыденном ее выражении, вытесняется не-

обходимостью. Хотя это и подается под оболочкой свободы выбора. Но свободен ли такой «выбор»? Еще Дж. Гэлбрейт отмечал, что «для эффективного управления людьми их следует убедить в том, что они независимы» (Galbraith, 1981).

Французский исследователь Ж. Дюпра, занимавшийся проблемой лжи еще в прошлом веке, считал, что ложь – это психосоциологический, словесный или нет, акт внушения, при помощи которого стараются, более или менее, умышленно посеять в уме другого какое-либо положительное или отрицательное верование, которое сам внушающий считает противным истине. Ж. Дюпра так же, как современные исследователи, считал, что ложь в качестве внушающего воздействия может осуществляться не только как словесный акт, но и с помощью невербальных средств общения. Известно, что зачастую людей еще более эффективно, чем словами, вводят в заблуждение с помощью жеста, позы, мимики или косметики, грима, одежды и других средств перевоплощения и маскировки, создавая ложный образ или дополняя, таким образом, содержание искажаемой информации невербальными компонентами общения. Именно такое искажение и сопровождает манипулятивный акт чаще всего.

Современный манипулятор может убедить партнера по общению в чем угодно, при этом «жертва» будет искренне уверена, что сделала выбор самостоятельно. Чтобы воздействие было эффективным, манипулятор прибегнет к различным методам.

Исследователи манипуляций (Бовуа, Бретон, Чалдини и др.) выделяют несколько уровней применения манипулятивных технологий в качестве способа управления поведением людей, влияния на их индивидуальное и массовое сознание.

Первый уровень – это организованное влияние и психологические операции, осуществляемые в ходе реализации межгосударственной политики.

Второй уровень информационно-психологического воздействия манипулятивного характера касается использования различных средств и технологий во внутривнутриполитической борьбе, экономической конкуренции и деятельности организаций, находящихся в состоянии конфликтного противостояния.

Третий уровень включает манипулирование людей друг другом в процессе межличностного взаимодействия.

Необходимо отметить, что технические достижения XX в. предоставили качественно новые возможности средствам массовой информации, превращающиеся в руках ограниченной части населения в мощный инструмент информационной экспансии. Подлинный плюрализм в современных средствах массовой информации точно так же, как и влияние

широких масс на информационную политику частных и государственных компаний, – явление весьма редкое и скорее исключение, чем правило в силу отсутствия подлинной независимости СМИ.

Профессор Страсбургского университета гуманитарных наук Филипп Бретон и профессор Квебекского университета Серж Прус (Brenton, Prus, 1990), исследуя современные средства массовой информации, пришли к выводу, что гедонизм представляемого средствами массовой информации спектакля, тонко подводит индивида к пассивному принятию скрытой системы идеологического господства, характеризующей общество потребления. А это, в свою очередь, позволяет телевидению и прессе в рамках идеологии оправдать и обосновать существующий социальный порядок и обеспечить воспроизводство соответствующих ему социальных отношений.

В современной французской социально-психологической литературе выделяют следующие техники манипулирования [1, 2, 4].

Техника «Нога в дверях». Этот метод манипулирования часто применяют рыночные торговцы и коммивояжеры. Заключается он в том, что сначала продавец уговаривает не купить, а только попробовать или примерить товар. В этом случае налицо простая, но действенная ловушка для сознания. С одной стороны, нам не предлагают ничего опасного или плохого, за нами вроде бы сохраняется полная свобода любого решения. Но стоит только отведать или надеть предлагаемое, как продавец сразу задает другой лукавый вопрос: «Ну как, понравилось?» Ответить отрицательно на такой вопрос вообще нелегко, а тем более, если вы уже примерились к товару и он вам приглянулся. Чаще всего в такой ситуации вы, конечно, отвечаете утвердительно. И тем самым как бы даете невольное согласие на покупку. Ведь хотя речь, казалось бы, идет исключительно о вкусовых ощущениях или внешнем впечатлении, на самом деле за интересом продавца скрывается другой вопрос: «Будете ли покупать?».

Техника «Решение здесь и сейчас». Эта техника манипулирования направлена на то, чтобы заставить человека принять решение немедленно. Манипулятор провоцирует и иногда напрямую настаивает на том, что определиться нужно непременно здесь и сейчас, т. к. завтра будет уже поздно. «Сейчас или никогда!» и тому подобные словесные угрозы формируют требование быстрого и необдуманного принятия решения. Создание суеты и эмоционального напряжения снижает степень осознанности поведения и разумного контроля ситуации. Этим пользуется масса аферистов, в том числе участники финансовых пирамид.

Техника «Иллюзия альтернативы». Эту технологию манипулирования хорошо иллюстрирует следующий

пример. Отец-портной зовет в мастерскую своего сына: «Сынок, нам предстоит мужской разговор. Когда ты окончил школу и сказал, что хочешь учиться наукам, мы с твоей мамой послали тебя в Кембридж, дали денег на учебу. Ты был хорошим учеником и получил диплом с отличием. Потом ты поступил в Оксфорд и получил там специализацию. Ты был лучшим, и тебя взяли в Гарвард, где ты блестяще защитил диссертацию. Все это так, но ты уже вырос, сынок, и пора, наконец, определиться. Так каким портным ты хочешь быть – женским или мужским?».

Техника «Карфаген должен быть разрушен». Техника повторов – еще один действенный способ манипулировать сознанием людей. Во время Пунических войн – борьбы не на жизнь, а на смерть между Карфагеном и Римом – суровый римский сенатор Катон Старший прославился выработанной им привычкой. Выступая в римском сенате, о чем бы он ни говорил – о выборах ли в комиссию или о ценах на овощи на римском рынке, – каждую свою речь он неизменно заканчивал одной и той же фразой: «А, кроме того, я думаю, что Карфаген должен быть разрушен!». У сенатора была цель – приучить слушателей к данной мысли.

Такое многократное повторение одной и той же фразы, в конце концов, действительно заставило сенаторов привыкнуть к стоящей за ней мысли настолько, что предстоящее разрушение Карфагена стало для них чем-то естественным. Над мудрым старцем сначала посмеивались. Но потом все случилось, как ему хотелось: в результате страшной кровавой борьбы Рим победил, Карфаген был стерт с лица земли, а место, где он стоял, распахали римскими плугами.

Техника «Ссылка на авторитеты». В спорах меньше всего верят оппоненту. Поэтому в качестве аргумента нередко используют мнение специалистов и просто известных людей. Часто это применяется как уловка, поскольку такие ссылки нередко бывают притянуты за уши или вырваны из контекста. Знаменитость могла высказываться совсем о другом, смысл высказывания мог быть не таким, как его преподносит аргументирующий собеседник. Но для слушателей часто достаточно одного упоминания известного имени. Цитата может быть искусно и лукаво вплетена в манипулятивную тираду для подкрепления аргументации и создания иллюзии обоснованности.

Техника «Дверью-по-носу» основана на начальном отказе. Манипулятор изначально завышает непомерно цену своей просьбы и, конечно, получает отказ. Затем он уже называет реальную, но гораздо сниженную просьбу. Данная ситуация напоминает торг, в котором необходимо показать субъекту, что ему была сделана значительная уступка. Согласно гипотезе взаимных уступок Чалдини, «мы уступаем

тому, кто уступает нам». Так мы вынуждаем субъекта уступить и нам, т. е. выполнить нашу просьбу. Техника «Дверью-по-носу» является эффективным способом манипуляции сознанием, и может использоваться для управления поведением людей в любых целях.

Техника «Нам хватит даже одного су». Согласно (Cialdini, 1984, 1993) эта техника особо эффективно используется при сборе средств на какие-либо нужды. Например, если просто попросить денег у прохожего, то, скорее всего, у него сработает автоматическая реакция отказа. Но если подойти к нему и сказать, что мне поможет даже одна копейка, то шансов получить хоть какую-то сумму увеличивается вдвое. Для человека отказ дать такую малость задевает самолюбие. Трудно оправдать отказ. Разве у него не найдется всего-навсего одной лишней копейки. Размер пожертвования и вероятность его получения возрастут, если просьба будет связана с благотворительностью или, например, экологией.

Техника «Но Вы можете...». Эту технику исследовали такие известные социальные психологи, как J. Beauvois, R. Joule (1988) и др. В ее основе лежит принцип свободы выбора. Для того, чтобы увеличить вероятность выполнения просьбы, необходимо напомнить человеку о его праве Вам отказать, не обязывать его и уж, конечно, не приказывать или требовать. Техника обыкновенной вежливости и искренности в словах действует магически. Она предполагает вопросы о здоровье человека, его благополучии и пр. Это вызывает у собеседника положительные эмоции. И «жертва» в полном распоряжении манипулятора.

В книге Изабель Назар-Ага (Nazare-Aga I., 2000) дано описание различных типов манипулятивных

приемов и уловок, а также автором предложены различные техники противодействия манипуляции. Основная рекомендация И. Назар-Ага заключается в том, что отвечать и взаимодействовать с манипулятором нужно так, чтобы показать, что вы безразличны к нему. Например, отвечая манипулятору, нужно переворачивать то, что он говорит: «это – твое мнение», «на вкус и цвет товарища нет » и т. п.

В заключение хотелось бы отметить, что какими бы не были истоки происхождения манипуляции, а также ее причины, важно научиться противостоять ей. Для начала необходимо осознать, что имеет место манипулирование, далее распознать механизмы и способы, которые использует манипулятор. Конечная цель – меньше отвечать на провокации манипулятора, перестать реагировать чересчур эмоционально и прекращать аргументировать и оправдываться перед ним.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Beauvois Jean-Léon, Joule Robert-Vincent. La psychologie de la soumission // La Recherche. – 1988. – № 202. – P. 1050–1057.
2. Benoit D. La «manipulation» dans la communication // Communication et organization. – 1998. – № 13. – P. 224–244.
3. Benoit D. Contenus et référents du concept de manipulation en matière de relations humaines // Medianalyses 7, Presses du Centre du XX ème Siècle. – Université de Nice: Sophia Antipolis, 1990. – P. 7–19.
4. Nazare-Aga I. Les manipulateurs et l'amour. – Les Éditions de l'Homme, 2000. – P. 212.