



УДК 316.454.52

Манипуляционные коммуникации

Д. А. Басов

Иркутский государственный университет, г. Иркутск
E-mail: irbis-psy@yandex.ru

Аннотация. Представлены результаты исследования особенностей восприятия участников манипуляционных коммуникаций. Выявлена зависимость оценки жертвы манипуляции и манипулятора от их национальной принадлежности. Показаны семантические особенности самооценки студентов в контексте ситуации манипулирования.

Ключевые слова: манипуляция, социальное влияние, психологическое влияние, психологическое воздействие, жертва, мошенник, семантический дифференциал, семантическая оценка.

Сегодня проблема манипулирования и нахождения адекватных способов, техник и конкретных приемов противодействия манипуляции, а также поиск ресурсов личности, способствующих сопротивлению манипуляции, становятся все более актуальными. В период нестабильности и роста политической напряженности в обществе усиливаются стремления воздействовать как на отдельную личность, так и на определенные слои общества. При этом активно используются СМИ, широкие возможности для психологического влияния дает Интернет. Факторы, обуславливающие устойчивость человека к манипуляционным воздействиям, и методы ее формирования, особенности сознания жертвы и манипулятора, а также причины готовности к манипуляционному или манипулируемому поведению недостаточно изучены и, следовательно, обуславливают научную актуальность обозначенной проблемы.

Проблема психологического воздействия (манипуляции) занимает в психологии особое место. В зарубежной психологии существуют две точки зрения на данную проблему. Одни исследователи считают манипуляции необходимыми и полезными, аргументируя тем, что они заменяют грубые методы достижения цели (Г. Франке, Д. Карнеги и др.). Другие ученые рассматривают манипуляцию как форму принуждения и насилия, лишаящую человека свободного выбора, нарушающую право человека на свободное самовыражение и волеизъявление, «обесценивающую» человеческое бытие. Такова позиция представителей гуманистической психологии. Манипулятор в первом случае предстает как искушенный в различных приемах субъект общения, во втором – как личность несовершенная, неуверенная в себе и других. В отечественной психологии манипулирование людьми как психологическая проблема изучается не так давно. Большинство отечественных ученых, по утверждению А. А. Бодалева,

занимают промежуточную позицию, и манипуляции ими признаются необходимыми, даже приносящими пользу в определенных ситуациях [8]. В целом манипуляция рассматривается как вид психологического воздействия, превращающего партнера по общению в объект, вещь, средство достижения собственной выгоды.

В психологическом словаре под редакцией А. Б. Мещерякова, В. П. Зинченко термин «манипуляция» трактуется как: 1) ручная операция, ручное действие, в частности демонстрация фокуса, основанного на ловкости рук; 2) махинация, обман, жульничество, мошенничество; 3) коммуникативное воздействие, которое ведет к актуализации у объекта воздействия определенных мотивационных состояний (а вместе с тем и чувств, аттитюдов, стереотипов), побуждающих его к поведению, желательному (выгодному) для субъекта воздействия; при этом не предполагается, что оно обязательно должно быть невыгодным для объекта воздействия [1, с. 275].

В литературе, посвященной данной проблематике, встречаются такие понятия, как «социальное влияние», которое употребляется как синоним манипуляции, «психологическое влияние» и «психологическое воздействие».

В психологическом словаре под редакцией А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского влияние определяется как процесс и результат изменения индивидуумом поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок и т. п. в ходе взаимодействия с ним [7, с. 53].

Влияние в процессе психологического воздействия определяется как результат деятельности субъекта воздействия, приводящий к изменению каких-либо особенностей личности объекта, его сознания, подсознания и поведения [3, с. 42]. Г. А. Ковалев объединяет понятия «психологическое воздействие» и «влияние». Под психологическим воздействием (влиянием) он понимает «процесс, осуществляющий регуляцию (саморегуляцию) активности взаимодействующих равноупорядоченных систем определенного психологического содержания, результатом которого является поддержание функционального состояния этих систем или изменения состояния хотя бы в одной из них» [2].

Психологическое воздействие понимается и как «проникновение» одной личности или группы лиц в психику другой личности (или группы лиц). Целью и результатом такого «проникновения» является изменение, перестройка индивидуальных или групповых психических явлений (взглядов, отношений, мотивов, установок, состояний и т. п.) [5, с. 160].

Психологическое влияние трактуют и как воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств с предоставлением ему права и времени отвечать на это воздействие [9, с. 11]. В процессе психологического воздействия участвуют две стороны, одних называют инициаторами влияния – те, которые изначально стремятся повлиять на другую сторону; других – адресатами влияния [11, с. 7–8].

Манипулирующий активен, старается взять инициативу в общении в свои руки; часто действует крайне избирательно и целенаправленно, выбирая наиболее приемлемый для достижения своей цели путь. Но с точки зрения онтоп-

сихологии общения, нарушая законы человеческого бытия, он тем самым не наделяет ценностью и себя. Как онтологическая форма общения, манипуляция формируется из стремления господствовать и контролировать себя и окружающий мир. В ее основе находится не значимость партнера как части бытия, а признание его полезности. Партнер превращается в объект, овеществляется, т. е. теряет свою человеческую сущность, становится вещью. Манипуляция не соответствует человеческой природе, так как с онтологической точки зрения ни к чему не приобщает, игнорирует нравственные и социально предписанные отношения. Манипуляция способствует выживанию индивида и общностей, но ограничивает их развитие, разобщает людей, делает отношения непрочными. С позиций экзистенциально-гуманистической психологии появление манипуляции не было онтологически предопределено, но оно пользуется большей популярностью, так как манипулирование дает ощущение силы, власти, контроля, права использовать других. Кроме того, это возможность быстрого достижения цели, поскольку не учитываются желания, переживания и др. человека и игнорируется необходимость нравственного отношения к другому или другим [8].

Гипотетическим предположением, верифицируемым в ходе нашего исследования, явилось суждение о том, что в семантической оценке манипулятора (инициатора влияния) и его жертвы (адресата влияния) проявится близость семантики самооценки испытуемых семантике одного из участников ситуации мошенничества. Также предполагалось, что на оценку мошенника может оказать влияние его культурная идентификация.

Исследование проводилось в 2013–2014 гг. на базе Областного государственного образовательного бюджетного учреждения среднего профессионального образования «Иркутский региональный колледж педагогического образования» и Восточно-Сибирской академии образования. В исследовании приняли участие 57 чел. – студентов педагогического колледжа г. Иркутска и Восточно-Сибирской академии образования (3 юноши и 54 девушки). Возраст испытуемых – от 16 до 27 лет.

Основным методом исследования явился модифицированный вариант семантического дифференциала Ч. Осгуда (исходный 25-шкальный вариант был усилен дополнительными 25 шкалами для повышения дифференциальных возможностей применительно к специфике оцениваемой ситуации). С помощью данной методики мы оценивали семантику нарратива психологической опасности [6].

В качестве стимульного материала нами была использована история из книги Р. Чалдини «Психология влияния» о пожилom мужчине и обманувшем его мошеннике [10, с. 238]. Для проверки предположения о зависимости семантической оценки участников ситуации от их культурной принадлежности испытуемым предлагались для оценки два варианта текста: оригинальный (герои истории – американцы) и переработанный (русские персонажи). Приведем оба текста:

1. «Дэниэл, 81-летний бывший работник коммунальной службы, так и не понял, как мошенник убедил его расстаться с 18 тыс. долл.

Он помнит свои мечты о богатстве. «Я просто хотел пожить на широкую ногу в последние отведенные мне дни или годы, – говорит Дэниэл. – Когда

же я обнаружил чудовищный обман, я не мог какое-то время ни есть, ни спать. Я потерял более 13 килограммов. Я до сих пор не могу поверить, что мог сделать что-либо подобное».

Он помнит вкрадчивый голос позвонившего ему агента. Мошенник представился агентом компании, имеющей эффектно звучащее название и соответствующий адрес. Он предложил ознакомиться с проспектами, в которых рассказывается о деятельности компании. Позвонив второй раз, мошенник рассказал про громадные прибыли, которые может принести предлагаемая им сделка, а затем сказал, что пока вклады временно не принимаются. Через некоторое время мошенник позвонил в третий раз и сообщил запыхавшимся голосом, что он «только что пришел с торгового зала, появилась возможность чрезвычайно выгодно вложить свои деньги».

Мошенник убедил Дэниэла перевести в Нью-Йорк 1756 долл., чтобы приобрести серебро. После еще одной серии телефонных звонков агент уговорил его перевести еще 6 тысяч долларов, чтобы купить нефть. Затем мошенники выманили еще 9740 долл., но прибыли Дэниэл так и не дождался. «Мое сердце упало, – вспоминает Дэниэл. – Я не был жадным. Я только хотел увидеть лучшие дни».

2. «Иван, бывший работник коммунальной службы, так и не понял, как мошенник убедил его расстаться с 45 тыс. руб., которые он откладывал на похороны.

«Я просто хотел дожить последние отведенные мне дни или годы, – говорит Иван. – Когда же я обнаружил чудовищный обман, я не мог какое-то время ни есть, ни спать. Я потерял более 10 килограммов. Я до сих пор не могу поверить, что мог сделать что-либо подобное».

Он помнит вкрадчивый голос позвонившего ему агента. Мошенник представился агентом компании, имеющей эффектно звучащее название и соответствующий адрес. Он предложил ознакомиться с проспектами, в которых рассказывается о деятельности компании. Позвонив второй раз, мошенник рассказал про большие прибыли, которые может принести предлагаемая им сделка, а затем сказал, что пока вклады временно не принимаются. Через некоторое время мошенник позвонил в третий раз и сообщил запыхавшимся голосом, что появилась возможность чрезвычайно выгодно вложить свои деньги.

Мошенник убедил Ивана перевести на счет фирмы 3500 руб., чтобы приобрести серебро. После еще одной серии телефонных звонков агент уговорил его перевести еще 17 тыс. руб., чтобы купить акции нефтяной компании. Затем мошенник выманил еще 25 тыс. руб., но прибыли Иван так и не дождался.

Испытуемые с помощью 50 шкал семантического дифференциала осуществляли оценку трех объектов: жертвы (Дэниэла или Ивана), мошенника и самих себя.

На основе полученных данных была составлена матрица смешения размером 50×57, а на ее основе получена корреляционная матрица, которая затем подверглась процедуре факторного анализа методом максимального правдоподобия с вращением факторов варимакс-методом. Для оценки надежности вычисления элементов корреляционной матрицы и возможности ее описания с

помощью факторного анализа использовался тест Кайзера – Мейера – Олкина (КМО) – его значение составило 0,857, а соответствующий коэффициенту Бартлетта уровень значимости составил 0,00, что свидетельствует о том, что данные приемлемы для проведения факторного анализа [6].

В результате факторного анализа были получены семь факторов, объясняющих после варимакс-вращения 57 % суммарной дисперсии переменных. Факторы и вошедшие в них шкалы приведены в табл. 1.

Таблица 1

Факторная структура

Факторы	Показатели
Фактор активности	Решительный, быстрый, коммуникабельный, активный, проворный, находчивый, организованный, творческий, остроумный, ловкий, оптимистичный
Фактор эмоциональной оценки	Свежий, чистый, щедрый, трудолюбивый, любимый, добрый, родной, хороший, дорогой
Фактор находчивости	Жизнерадостный, радостный, умный, внимательный, острый, бодрый, находчивый, интересный
Фактор усердия	Трудолюбивый, усердный
Фактор простоты	Легкий, простой
Фактор одухотворенности	Одухотворенный, самокритичный
Фактор слабости	Унылый, слабый

Сопоставление семантики жертвы (Дэниэла и Ивана) и мошенников с помощью критерия Манна – Уитни показало значимые различия в показателях по фактору активности ($p = 0,000$) и фактору эмоциональной привлекательности ($p = 0,000$). Интересно, что уровень активности обоих персонажей невысок (средние значения в обоих случаях отрицательные: $-1,236$ (жертва) и $-0,241$ (мошенник)). Участникам ситуации психологической опасности – как манипулятору, так и жертве – испытуемыми не атрибутируются свойства активности, что, очевидно, существенно расходится с семантикой физической опасности. При этом мошенник несколько более активен по сравнению с жертвой: находчив, ловок, организован, остроумен, решителен, быстр, коммуникабелен и проворен.

Результаты в оценивании испытуемыми как мошенников, так и их жертв по фактору эмоциональной оценки показали следующее: среднее значение семантики жертв $-0,053$, мошенников $-0,517$. Не только мошенник (что закономерно), но и жертвы эмоционально непривлекательны для испытуемых. Анализ среднего значения по шкалам данного фактора показывает, что мошеннику дана оценка: грязный, злой, чужой, плохой. В то время как Дэниэл оценивается как более щедрый и трудолюбивый.

К характерным особенностям американцев относят доброту и щедрость. Что касается трудолюбия, то это качество выделяют как одну из основных характеристик американцев. Уточняя, правда, что оно обладает спецификой. Трудолюбие американца – это размах, энергичная напористость, неиссякаемый деловой азарт, предприимчивость и инициативность, смелость и упорство, изо-

бретательность и рационализаторская мысль, добротность и даже некоторая одержимость [4].

Дифференцированный анализ восприятия испытуемыми мошенников и их жертв показал, что по 41 из 50 оценочных шкале семантического дифференциала выявлены статистически достоверные различия. Причем оценка по некоторым шкалам свидетельствует о том, что мошеннику не всегда приписываются более негативные характеристики: при использовании неявной оценки (метафорических определений без оценочных коннотаций), актуализирующей глубинные бессознательные процессы оценивания, он воспринимается более позитивно, чем жертва. Так, в восприятии студентов мошенник более «легкий» и «большой», «упорядоченный» и «горячий» (в отличие от более «хаотичной» и «холодной» жертвы). Он также более «творческий» и «умный».

Интересно, что по шкале «радостный – унылый» и мошенники, и их жертвы получают отрицательные оценки: -0,81 и -1,32. Это маркирует отношение к самой ситуации обмана и манипуляции, которая воспринимается как тревожная и деструктивная.

Неоднозначность оценок испытуемыми мошенников и жертв в ситуации психологической опасности и потребность в необходимости прогнозирования возможных сценариев поведения обусловили исследование степени близости самооценки испытуемых по шкалам семантического дифференциала с их оценкой участников ситуации мошенничества. Определение статистической значимости различий в семантике образов мошенников и испытуемых показало, что по 15 шкалам оценка идентична (значимость уровня различий недостоверна: $p \geq 0,05$). Причем отсутствие различий фиксируется по шкалам с неявными оценочными коннотациями – испытуемые оценивают себя так же, как мошенников, по характеристикам: «легкий», «горячий», «упорядоченный», «влажный» и «острый». Это те же шкалы, по которым оценка испытуемыми мошенников была достоверно выше, чем оценка жертв. Испытуемые воспринимают себя такими же «расслабленными», «творческими», «свободными», «усердными», «оптимистичными», «практичными», «внимательными», «отчаянными», «волевыми» и «бодрыми». При этом значимые различия в семантических самооценках и оценках мошенников зафиксированы по шкалам, содержащим явную оценочность, например «плохой – хороший», «добрый – злой» и пр. Таким образом, шкалы, предполагающие апелляцию к осознанной оценке, обладают в случае оценки испытуемым самого себя и мошенника большей дифференциальной силой. Идентификация же происходит по критериям, апеллирующим к неосознаваемой смысловой оценке.

Статистическое сравнение с помощью критерия Манна – Уитни семантики самооценки студентов с их оценкой жертв показало иные результаты: по 11 оценочным шкалам различий в семантической оценке испытуемыми себя и жертвы не обнаружено ($p \geq 0,05$). Причем семантику этих шкал характеризуют, главным образом, эпитеты с явным оценочным значением: так, испытуемые такие же «хорошие», как жертвы, «светлые» и «приятные», «добрые» и «мягкие», «щедрые» и «трудолюбивые», «усердные», «практичные» и «бережливые».

Таким образом, мы обнаружили меньшие основания для суждения о близости семантики самих себя с семантикой жертвы, чем о близости самооценки студентов и их оценки мошенника. Причем очевидно содержательное разделение оценок по критерию их осознанности и неосознанности. Полученные результаты позволяют предположить, что современные юноши, декларативно и на уровне осознанных оценок реализуют социально приемлемые установки, при этом проявляя неосознаваемую готовность к реализации манипуляционных аттитюдов. Такое предположение может быть в некоторой степени обусловлено социально-экономическими условиями становления личности, особенностями современного общества, для которого характерны декларация приоритетности традиционных нравственных ценностей и, вопреки этому, очевидная социальная и экономическая успешность тех, кто этих ценностей не разделяет и умело манипулирует сознанием окружающих. В детском возрасте бессознательно усваиваются представления о таких моделях поведения как успешных. Впрочем, отметим, что на необходимость освоения манипуляции указывали М. Монтень, Б. Паскаль и Ф. Ларошфуко.

В процессе исследования верифицировалась также гипотеза о различии семантики манипулятора и жертвы в зависимости от его национальной принадлежности. Именно для этой цели проводилась семантическая оценка двух ситуаций: с американскими и русскими участниками. Мы исходили из суждения о том, что семантика жертвы или мошенника детерминирована национальностью, т. е. на ролевою семантику участников ситуации психологической опасности влияет наделение персонажей культурно-специфичными атрибутами [6].

Оценка статистической значимости различий семантической оценки жертв Ивана и Дэниэла с помощью критерия Манна – Уитни показала достоверность различий по 17 шкалам. Иван оценен как более «слабый» ($p = 0,000$), «робкий» ($p = 0,007$), «медленный» ($p = 0,000$), «мягкий» ($p = 0,006$), «унульный» ($p = 0,013$) и «доверчивый» ($p = 0,01$), менее «коммуникабельный» ($p = 0,021$), «находчивый» ($p = 0,004$), «проворный» ($p = 0,003$), «ловкий» ($p = 0,032$) и «оптимистичный» ($p = 0,014$), несмотря на то что как сами ситуации, так и тип поведения жертв был абсолютно идентичен. Единственным значимым различием в оцениваемых рассказах была национальная принадлежность (имя) героя. Интересно, что по шкалам, не нагруженным явной оценочной коннотацией, также есть достоверные различия в оценках – Иван более «холоден», «сух» и «мягок». Неожиданной явилась оценка Ивана как более «чужого», чем Дэниэл. Такое бессознательное стремление к дистанцированию от русского персонажа – жертвы нуждается в осмыслении и дополнительной экспериментальной проверке, возможно, что после усиления напряженности в отношениях с западными странами, в частности с США, результаты будут несколько другими.

Сравнительная оценка математической значимости показателей семантики мошенника в «русском» и «американском» сюжете показала меньшее количество достоверных различий – лишь по семи шкалам. Русский мошенник воспринимается испытуемыми как более «тяжелый» по сравнению с американским ($p = 0,004$), более «твердый» ($p = 0,030$) и «быстрый» ($p = 0,023$), «умный»

($p = 0,014$) и «находчивый» ($p = 0,030$) и даже более «дисциплинированный», хотя и менее «радостный». Д. Пибоди отмечает, что в обыденной жизни американцы жизнерадостны [4]. Иностранцы же считают русских угрюмыми.

Таким образом, дифференциальные различия, связанные с семантикой национальной принадлежности, проявились в большей степени при оценке жертвы: Ивана и Дэниэла. Семантика мошенников оказалась менее чувствительной к влиянию дополнительной переменной – национальной принадлежности. При этом можно констатировать наделение русского мошенника чертами большей жесткости и изошренности, что может свидетельствовать о более высокой оценке его как источника опасности. По шкалам, связанным с интеллектом, русский мошенник оценивается выше мошенника американского.

Интерпретационный интерес представляют различия семантической оценки жертв: Ивана и Дэниэла. Мы видим, что в данном случае оценка в значительной степени обусловлена культурными стереотипами. В обыденном сознании русским часто атрибутируются такие свойства, как пассивность, медлительность и доверчивость. А американцев считают хоть и практичными, но простодушными и легковверными. Отмечают, что при всей их расчетливости их нетрудно обмануть и даже обворовать [4].

Анализ данных по русской жертве позволяет констатировать амбивалентное к ней отношение (презрение и в тоже время жалость). Ее оценки гораздо негативнее, чем оценки жертвы американской. Стереотипно отмечают такие черты у русских: злорадство, когда другой попадает в беду по своей глупости, наивности, самоуверенности или даже по доброте душевной («сам виноват»), и готовность прийти на помощь, когда на смену злорадству приходит сочувствие.

Несмотря на важность учета культурных стереотипов, которые могли оказать влияние на выявленную разницу в семантике американских и русских участников оцениваемой ситуации, нужно понимать, что в оценках проявилась тенденция к более критичной и низкой оценке русских персонажей, чем американских. Эту тенденцию можно обозначить как тревожную и связанную с культурными деформациями, которые происходили в нашем обществе в последние годы.

Результаты проведенного исследования показали, что семантическая оценка ситуации манипуляции детерминирована фактором идентификации оцениваемыми себя с одним из участников ситуации – манипулятором или его жертвой, а также национально-культурной идентификацией персонажа. Показана большая критичность студентов к жертве обмана, когда он является русским. Выявлена тенденция к идентификации себя с жертвой на осознаваемом уровне, с манипулятором – при неосознанной оценке.

Список литературы

1. Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. – 672 с.
2. Ковалев Г. А. Психологическое воздействие: теория, методология, практика : автореф. дис. ... д-ра психол. наук / Г. А. Ковалев. – М., 1991. – 477 с.

3. Крысько В. Г. Словарь справочник по социальной психологии / В. Г. Крысько. – СПб. : Питер, 2003. – 416 с.
4. Крысько В. Г. Этническая психология : учеб. пособие / В. Г. Крысько. – М. : Академия, 2002. – 320 с.
5. Куликов В. Н. Прикладное исследование социально-психологического воздействия // Прикладные проблемы социальной психологии. – М., 1983. – С. 158–172.
6. Кыштымова И. М. Семантическая оценка нарушения психологической безопасности: культурные детерминанты / И. М. Кыштымова, Д. А. Басов // Сиб. психол. журн. – Томск, 2014. – № 52. – С. 93–103.
7. Психологический словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Политиздат, 1990. – 494 с.
8. Психология общения. Энциклопедический словарь / под общ. ред. А. А. Бодалева. – М. : Когито-Центр, 2011. – 600 с.
9. Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояние влиянию / Е. В. Сидоренко. – СПб. : Речь, 2006. – 256 с.
10. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб. : Питер, 2013. – 304 с.
11. Шейнов В. П. Психологическое влияние / В. П. Шейнов. – Минск : Харвест, 2013. – 800 с.

Manipulative communications

D. A. Basov

Abstract. The article presents the results of the research manipulative communication participants' perception. The article shows that manipulation victim's and manipulators of participants. The semantic peculiarities of students' self-estimation in the course of manipulation are demonstrated.

Keywords: manipulation, social influence, psychological impact, victim, semantic differential, semantic estimation.

*Басов Дмитрий Александрович
магистр психологии, старший
преподаватель
Иркутский государственный университет
664003, г. Иркутск, К. Маркса, 1
e-mail: irbis-psy@yandex.ru*

*Basov Dmitriy Aleksandrovich
Master of Science (Psychology)
Senior Lecturer
Irkutsk State University
1, K. Marx st., Irkutsk, 664003
e-mail: irbis-psy@yandex.ru*