

ВИКТОР ШЕЙНОВ

МАНИПУЛИРОВАНИЕ
И ЗАЩИТА
ОТ МАНИПУЛЯЦИЙ



Виктор Павлович Шейнов

Манипулирование и

защита от манипуляций

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6523309

Манипулирование и защита от манипуляций. / Шейнов В. П.: Питер;

Санкт-Петербург; 2014

ISBN 978-5-496-00472-5

Аннотация

В книге описаны все встречающиеся манипуляции: между руководителями и подчиненными, женщинами и мужчинами, родителями и детьми, учителями и учениками, преподавателями и студентами; манипуляции в деловых отношениях, торговле и бизнесе. Раскрыта психологическая сущность манипулирования и манипуляторов, описана модель манипулятивных воздействий, предложена и показана в действии эффективная система защиты от манипуляций. Издание адресовано всем, кто не только интересуется психологией отношений между людьми, но и желает приобрести надежную защиту от манипуляторов.

Содержание

От автора: почему написана эта книга	5
1. Манипулирование и манипуляторы	7
Глава 1. Сущность манипулирования	7
Определение понятия «манипуляция»	7
Степень распространенности манипулирования	11
Издержки манипулятивных отношений	13
Глава 2. Моделирование манипулятивного воздействия	16
Модель манипуляции	16
Манипулирование информацией	19
Манипулятивные способы подачи информации	20
Софизмы	26
Психологическая нагрузка	28
Мишени воздействия	30
Формирование мишеней	31
Эксплуатация потребностей человека	33
Потребность принадлежать к какой-то группе	34
Потребность в положительных эмоциях	36
Потребность в общении	37
Использование человеческих слабостей	38

Тщеславие	38
Корыстолюбие	39
Неуверенность в себе	40
Глупость	40
Медлительность	41
Жалостливость	42
Интерес к оккультным наукам	42
Невежество	43
Зависть	46
Безволие	48
Страхи	49
Конец ознакомительного фрагмента.	51

Виктор Павлович Шейнов

Манипулирование и защита от манипуляций

От автора: почему написана эта книга

*Читатель всегда стремится узнать о позиции
автора.*

К. Роджерс

*Заглянуть в мир опасности – значит в какой-то
степени перестать бояться ее.*

М. Монтень

Каждый из нас может припомнить случаи, когда он стал жертвой манипуляции. И хотя в целом манипуляции составляют небольшую часть нашего общения, воспринимаются они весьма болезненно и запоминаются надолго.

Тем более не позавидуешь тем, кому приходится постоянно иметь дело с манипулятором, будь то его начальник, сослуживец, продавец, член семьи и т. д.

Как защититься от манипулятора? Ответу на этот вопрос и посвящена книга, которую вы держите в руках. В ней при-

водится универсальная система защиты от манипулирования описаны и проанализированы манипуляции, наиболее часто встречающиеся в различных сферах нашей жизни.

Защите от манипуляций в значительной степени способствует понимание их сущности. Поэтому мы попытаемся разобраться в них, а также в истоках и последствиях манипулирования и вскрыть его опасность как для жертв манипуляции, так и для самих манипуляторов. Тем самым мне хотелось бы предостеречь желающих манипулировать от подобных действий, разрушительных для манипулятора и его взаимоотношений с окружающими.

Анализируемые в книге манипуляции «подсмотрены» мной в течение многих лет наблюдений. Все они укладываются в единую модель, предложенную и обоснованную в главе 2.

С уважением, Виктор Шейнов

1. Манипулирование и манипуляторы

*Что пользы человеку, если он завоюет весь мир,
но потеряет собственную душу.
Евангелие от Матфея*

Глава 1. Сущность манипулирования

Определение понятия «манипуляция»

К настоящему времени накопилось множество (более двадцати) определений манипуляции, предложенных различными исследователями.

Итак, манипуляция – это:

- ◆ психическое воздействие, которое производится тайно, а следовательно, в ущерб лицам, на которых оно направлено [72];
- ◆ целенаправленное управление [83];
- ◆ духовное управление, осуществляемое в результате принуждения воздействием иррациональных и эмоциональных средств [71];
- ◆ средство порабощения человека [73];

- ◆ форма духовного воздействия, скрытого господства, управления людьми, осуществленная ненасильственным образом [2];
- ◆ побуждение поведения посредством обмана, или игры на предполагаемых слабостях другого [82];
- ◆ использование тонких, едва уловимых или нефизически агрессивных способов, таких как обман, подкуп или запугивание [65];
- ◆ скрытое принуждение, программирование мыслей, намерений, чувств, отношений, установок, поведения [62];
- ◆ скрытое применение власти (силы) вразрез с предполагаемой волей другого, хорошо организованный обман [74];
- ◆ стремление управлять, главенствовать, властвовать, выигрывать любой ценой, относясь к людям как к вещам; ложь, контроль, цинизм [63];
- ◆ отношение к другому как к средству, объекту, оружию [37];
- ◆ мастерское управление или использование [81];
- ◆ господство над духовным состоянием, управление изменением внутреннего мира [10];
- ◆ такое структурирование мира (инициатором), которое позволяет (ему) выигрывать [80];
- ◆ обманное косвенное воздействие в интересах манипулятора [89];
- ◆ вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого чело-

века намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями [14];

◆ скрывая свои подлинные намерения, инициатор с помощью ложных отвлекающих маневров добивается того, что адресат, сам того не осознавая, изменяет свои цели [88];

◆ стратегия социального поведения в личных целях манипулятора, противоречащего собственным интересам (адресата) [17];

◆ ловкое скрытое управление для достижения власти и господства с отношением к людям как к объектам, вещам [21];

◆ скрытое побуждение адресата к переживанию определенных состояний, принятию решений и/или выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных целей [39];

◆ манипулятор – это человек, который эксплуатирует, использует или управляет другими как вещами в совершенно ущербной манере [64].

Наиболее авторитетные словари определяют манипуляцию следующим образом:

◆ скрытое управление и ловкое использование кого-либо, часто нечестным путем [78];

◆ использование или управление так, чтобы (адресат) делал или думал так, как хочет (инициатор) [79];

◆ проделка, махинация [28].

Таким образом, общим для всех определений является

следующее:

1. Манипуляция рассматривается как специфический способ *управления* адресатом.
2. В большинстве определений прямо указывается на *скрытый* характер воздействия на адресата (а остальные, судя по всему, подразумевают это).
3. В еще большем числе определений подчеркивается то, что выгода манипулятора является односторонней, а его действия идут *вразрез с волей* адресата и *наносят ему ущерб*.

Таким образом, **манипуляция – это скрытое управление, при котором инициатор достигает своих эгоистических целей, нанося ущерб адресату своего воздействия.** В отличие от открытого (явного) управления, при котором его цель доводится до адресата.

При скрытом управлении адресату дается такая информация, исходя из которой он сам принимает решение (выполняет действие), запланированное инициатором.

Часто скрытое управление преследует социально одобряемые цели. Это относится в первую очередь к психотерапевтической и психокоррекционной работе, а также к процессу воспитания. Например, когда родитель ненавязчиво побуждает ребенка к полезным действиям в отношении здоро-

вья, труда, взаимоотношений с окружающими и т. д. Или когда женщина, скрыто (ассертивно) управляя мужчиной, помогает ему избавиться от вредных привычек. Или когда начальник управляет действиями своих подчиненных с выгодой не только для компании, но и для самих работников. Такое скрытое управление принято называть ассертивным. Ассертивность (англ. *assertiveness*) – это способность человека уверенно и с достоинством отстаивать свои права, не попирая при этом прав других [7]. При ассертивном скрытом управлении в выигрыше оказываются обе стороны.

Из сказанного ясно, что скрытое управление может производиться с различными целями и намерениями инициатора.



Рис. 1. Виды скрытого управления

Степень распространённости манипулирования

В 2001 году автор провел опрос среди руководителей различного уровня (директоров, главных инженеров, начальни-

ков служб и отделов и т. п.). На вопрос «Доводилось ли вам быть свидетелем манипуляции на работе?» положительно ответили около 80 % респондентов. На тот же вопрос относительно семьи 29 % опрошенных (независимо от возраста) указали, что им доводилось часто или очень часто становиться жертвой манипуляции (при этом мужчины чаще отвечали положительно, чем женщины). В иных сферах жизни манипуляции оказались не столь заметны – их отметило всего около 13 % респондентов.

43 % опрошенных признают, что *сами манипулируют* на работе, 28 % – в семье. Женщины в семье манипулируют больше, чем мужчины (38 и 23 % соответственно), старшие руководители – чаще младших (48 и 38 % соответственно).

При этом 85–88 % респондентов желали бы *научиться манипулировать*, 92–95 % – *защититься от манипуляций*.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что манипулирование является социально значимым и широко распространенным явлением [52].

Этому способствует несколько обстоятельств.

1. Манипуляция как технология скрытого управления дает власть над людьми. А власть, как известно, – сильнейший наркотик.

Представим, что некто – вынужденно или целенаправленно – провел успешную манипуляцию. Скажем, переложил на кого-то свою работу и ответственность за нее. И вот появилась новая работа.

Бросится ли успешный манипулятор на ее исполнение или, памятуя о предыдущем успехе, постарается вновь переложить все на другого? Скорее всего, манипулятор пойдет по второму пути. При этом с каждым новым опытом его искусство манипулирования людьми будет лишь...совершенствоваться, и он почувствует вкус именно к манипулятивным действиям. Тем более, что каждая победа дает ощущение власти над людьми и наслаждение этой властью.

Автору приходилось много раз встречаться с тем, что неловкие поначалу манипуляторы через несколько лет представляли истинными асами манипуляции, что лишь подтверждает наше предположение.

2. Распространенности манипулирования также способствует наличие отлаженных механизмов управления человеком.

3. По мнению Эриха Фромма [44], еще одним институтом, способствующим манипулятивным тенденциям, являются рыночные отношения.

Издержки манипулятивных отношений

Поскольку манипуляции всегда предполагают наличие жертвы, неудивительно, что подобное поведение ухудшает отношения между людьми.

Раз за разом побеждая, успешный манипулятор создает вокруг себя «выжженное поле»: пострадав от

его действий, люди просто-напросто отворачиваются или уходят. И в конечном итоге манипулятор терпит сокрушительное поражение (в карьере, в семейной жизни, в любви, в дружбе). Выигрывая в малом, он в итоге проигрывает в большом.

Проявлением неблагополучия во взаимоотношениях являются межличностные конфликты. Так, 67 % всех опрошенных все в том же исследовании оценили манипулирование как серьезную причину конфликтов *на работе* (женщины чаще, чем мужчины, – 70 % против 63 %). На конфликтность как следствие манипуляций *в семье* указал 51 % всех респондентов (54 % мужчин, 45 % женщин).

На уточняющий вопрос «*Когда происходят конфликты, порожденные манипулированием?*» респонденты, как правило, отвечали: «Когда понимаешь, что стал(а) объектом манипуляции». При этом если намерение манипулятора разгадано сразу, то конфликт возникает тут же. Но если манипулятор действовал умело, то осознание человеком того, что им манипулировали, приходит вместе с отрицательными последствиями данного действия. И только тогда уже возникает конфликт.

Суммировав все вышесказанное, можно прийти к следующим выводам:

- ◆ манипулятивные отношения являются источником конфликтов;
- ◆ значимость манипулирования как источника конфлик-

тов вполне осознается теми, кто пострадал от манипуляций [52].

Наличие неблагоприятных последствий манипулирования установлено и в исследованиях Л. И. Рюминой. Ее выводы: 1) «применение манипуляций нарушает отношения между людьми»; 2) «уровень удовлетворенности браком в исследованных 30 супружеских парах ниже в тех семьях, где выраженность склонности к манипулированию наблюдается хотя бы у одного из супругов. При этом чем выше уровень выраженности к манипулированию, тем ниже удовлетворенность браком».

Наиболее разрушительные последствия для жертв манипулятивных воздействий имеют место в случае попадания их во всевозможные религиозные секты. Это заведомо манипулятивные религии, поскольку они заставляют человека поверить в собственное несовершенство, а точнее – ничтожество. Они вселяют в него недоверие к собственной природе, после чего человек начинает испытывать потребность во внешнем руководстве собой. Основатели сект преследуют эгоистические цели личного обогащения и властвования над людьми, поддавшимися их влиянию. Взамен последние получают ложное чувство безопасности, уверенности в своем будущем и в правильности выбранного пути.

Глава 2. Моделирование манипулятивного воздействия

Модель манипуляции

Манипулирование – это частный случай скрытого управления, осуществляемого инициатором в его личных целях, противоречащих интересам адресата воздействия.

Модель скрытого управления была предложена ранее [55], затем было приведено обобщение этой модели и ее обоснование для общего случая психологического влияния [56]. В случае манипулятивного воздействия эта модель может быть представлена в следующем виде:

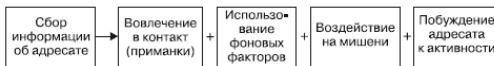


Рис. 2. Модель манипулятивного воздействия

Сбор информации об адресате производится с целью обнаружения приманок и мишеней воздействия, создания благоприятного для манипуляции фона и стимулов, побуждающих адресата принять решение, отвечающее целям манипулятора.

Вовлечение в контакт (приманка) – предъявление адресату информации в соответствии с интересами инициатора воздействия. Расшифровка «приманки» подчеркивает, что инициатор рассматривает адресата не как личность, а всего лишь как объект манипулирования и средство достижения своих целей. Приманки облегчают манипулятору достижение его цели, помогают привлечь внимание адресата к «выгодной» для него стороне дела и тем самым скрыть истинные цели инициатора. Приманки тем самым способствуют выполнению необходимого условия любой манипуляции – непониманию адресатом того, что им управляют. Это может быть разговор о том, чем интересуется адресат, или о предмете его беспокойства, или о том, что он желал бы услышать, и т. д.

Использование фоновых факторов (фона) – эксплуатация состояния сознания и функционального состояния адресата и присущих ему автоматизмов, привычных сценариев поведения; создание благоприятного внешнего фона (доверие к инициатору, его высокий статус, симпатия к нему и т. п.).

Мишени воздействия – источники мотивации адресата. К ним относятся интересы, склонности, желания, влечения, убеждения, идеалы, чувства, эмоции адресата и т. п.

Побуждение адресата к активности – тем действиям, которых от него ожидает манипулятор (принятие нужного решения, совершения действия). Побуждение может явиться суммарным результатом влияния приманок и фоновых факторов или стимулироваться специальными приемами – подталкиванием к включению нужного психологического механизма у адресата (внутреннее побуждение), а также прямой актуализацией желаемого мотива, подходящим распределением ролей (позиций), заданием сценариев, включением адресата в соответствующую деятельность или референтную для него группу, подпороговым воздействием и т. п.

Проиллюстрируем модель манипулирования двумя примерами.

В известной всем басне «Ворона и Лисица» манипулятором является Лисица, адресатом – Ворона. Приманка – льстивые слова Лисицы, которые вовлекают Ворону в процесс самолюбования. Слова и поведение Лисицы создают фон, который благоприятствует тщеславным мыслям и желанию слышать похвалы еще и еще (мишень воздействия). Побуждение к действию осуществляется словами «Спой, светик, не стыдись. При красоте такой, сестрица, видать, и петь ты мастерица».

Другим примером манипуляции является рыбная ловля.

Манипулятор – рыбак, адресат – рыба. Мишень

воздействия – потребность рыбы в пище. Приманка – червяк, насаженный на крючок. Фоновое обеспечение достигается созданием условий: выбором времени и места, тихой, спокойной обстановкой, прикормом. Побуждение рыбы к действию здесь является результатом всех предыдущих факторов.

Манипулирование информацией

Решающее влияние на адресата манипулятивного воздействия может оказать доведенная до него информация. Естественно, что принимаемое им решение зависит от характера этой информации. Манипулируя информацией – искажая ее (сообщая откровенную ложь или подтасовывая факты), утаивая или сообщая лишь частично, – инициатор может достичь своей цели.

В повседневном общении **искажение информации** – обычная вещь, особенно при передаче информации через третьих лиц. И тем не менее, многие не придают этому факту должного значения, хотя это приводит к конфликтам и недоразумениям – серьезным и не очень:

Старый еврей возмущается современной музыкой.

– Вот все говорят «Битлз», «Битлз»... А по мне – так все это полная ерунда! Картавят, фальшивят, никакой гармонии, и музыка, и слова примитивные.

– А вы что, были на концерте?

– Нет, мне Мойша напел!

Утаивание информации – это умалчивание или сокрытие определенных тем.

Гораздо чаще используется **метод избирательной подачи материала**.

Иногда выдают информацию так, что создается лишь видимость ее передачи, тогда как на самом деле информация не передается вовсе. Пример – ответы на вопросы, когда множество произнесенных слов лишь иллюстрирует известный афоризм «язык дан дипломату, чтобы скрывать свои мысли».

– Девушка, а девушка! А телефончик ваш не скажете, а?

– Возьмите телефонный справочник, он там есть...

– Но я же не знаю вашу фамилию!

– Она тоже есть в телефонном справочнике.

Манипулятивные способы подачи информации

Некоторые способы подачи информации способствуют тому, чтобы адресат воспринял содержание сообщения так, как это нужно манипулятору.

1. **Обилие несистематизированной информации** позволяет заполнить сообщение бесполезными сведениями, осложняющими для адресата поиски смысла.

2. Информация, поданная **мелкими порциями**, не позволяет ей эффективно воспользоваться. И в первом, и во втором случае тем не менее манипулятора нельзя упрекнуть в сокрытии тех или иных сведений.

3. Ближе всего к собственно манипулятивному воздействию стоит прием **особой компоновки тем**, который наводит получателя информации на вполне однозначные выводы. Если в одном ряду (рубрике или разделе) даются сообщения о курьезах и чьей-либо голодовке, то информация о голодовке не будет серьезно восприниматься собеседником.

4. Немалую роль играет **момент подачи информации**. Самый известный прием использует телевидение – показ в наименее (наиболее) удобное для зрителей время. Другой способ реализации этого приема: в зависимости от того, в каком порядке ставятся на голосование вопросы или обсуждаются пункты повестки собрания, итог голосования или обсуждения будет разным. Это происходит из-за влияния результатов предыдущего голосования или обсуждения на последующие. После предварительного выполнения пустяковой просьбы экспериментатора люди становятся уступчивее к последующим просьбам. Срабатывает тот же психологический механизм, что и в правиле Сократа (или правиле трех «да», которое гласит, что если вы хотите получить положительное решение по какому-либо важному вопросу, задайте перед ним два коротких и простых вопроса, на которые собеседник без затруднений ответит положительно).

5. Еще один распространенный прием – **смена фона**. Например, смена музыкальной темы в фонограмме в момент, когда в дикторском тексте подается материал, на который необходимо обратить внимание аудитории. Непроизвольная реакция зрителей на смену фона повышает пропускную способность также и смыслового канала. Этот прием применяется и при записи монологов (или диалогов) на радио.

6. «**Догрузка**» к посланию снижает сопротивление информации, которая в нем содержится. Приятная музыка расслабляет, рассеивает внимание. Неприятное шумовое сопровождение вызывает раздражение – на этом фоне информация запоминается лучше!

7. Еще одну группу приемов составляют способы **одновременной подачи противоречащих друг другу сообщений**. Например, противоречие между словами и интонацией. Адресату приходится выбирать, на какой нюанс сообщения реагировать. Какая бы реакция ни была, манипулятор всегда может возразить, что имелось в виду иное.

Противоречие может быть также между словами и ситуацией: «Я больше не буду занимать ваше время своей пустой проблемой» – такое заявление ставит вас в неловкое положение. Если признать проблему никчемной, это одновременно обесценит и то, что вы уже сделали для ее решения. Если же проблему все равно считать важной, то вместо ее решения придется переубеждать в этом вашего собеседника. В любом случае вы оказываетесь в положении «Направо пой-

дешь – головы не снесешь, налево пойдешь – жизнь потеряешь». В деловом общении этот прием встречается довольно часто. Посетитель заявляет: «Я отниму у вас всего лишь 30 секунд». Если серьезно отнестись к сказанному, то правильным был бы ответ: «Эти 30 секунд истекли. До свидания».

8. **Домысливание** в нужном направлении. Этим приемом пользуются, когда по каким-либо причинам сказать о чем-то прямо нельзя (цензура, опасность судебного иска за клевету или договоренность о «ненападении»), а сказать хочется.

Обсуждается кандидатура одного из математиков (X), баллотирующихся в члены-корреспонденты Академии наук. Руководители соперничающих научных школ договорились о «ненападении» – не поливать грязью соперников. На решающем заседании берет слово оппонент математика X: «Великий Гаусс, – говорит он, – обладал тремя отличительными особенностями: он был гениальным математиком, он имел несносный характер, у него не было учеников. При всех своих достоинствах, уважаемый X обладает лишь двумя из названных качеств».

Кандидатура X с треском проваливается. После заседания сторонник X дает оратору звонкую пощечину. Отнести X к гениям никто, естественно, не решился, поэтому намек на два его серьезных недостатка был более чем очевиден. И хотя формально выступивший не нападал на X, намеченной цели он

достиг.

9. Предоставление **ложной информации**. Например, ссылка на новые (несуществующие) законодательные акты или на поддержку (также несуществующую) авторитетного лица.

10. Намек на **доступ к конфиденциальным источникам информации**, секретным материалам.

Офицер ведет занятие со студентами на военной кафедре.

– У нашей армии на вооружении появился новый танк. Он выдерживает температуру от минус 300 до плюс 300 градусов по Цельсию.

Голос с места:

– А физики утверждают, что температуры ниже 273 градусов не бывает.

– Товарищ студент! Вашим физикам вряд ли известно про наш новый танк, так что помолчите и не сбивайте с толку остальных слушателей.

11. **Ссылки на цитаты** из отчетов и **на мнения** лиц, к которым остальные участники коммуникации не имеют доступа.

Разговор двух мужчин:

– Вы должны мне три тысячи. Вот вексель на эту сумму. Выписан на очень престижную фирму.

– На какую же?

– На фирму Ротшильда.

– А где его подпись?

– Подпись? Это лишнее. Уж кому-кому, а Ротшильду можно верить на слово!

12. **Уход** от ответа на вопрос или от неприятной темы за счет шуток, намеков – с целью обескуражить, а то и унижить адресата манипулятивного воздействия. К примеру:

– Ну, это полная бессмыслица! Нагорожено бог знает что! Такого в бизнесе просто не может быть!

– Непонятно, говоришь... А китайский язык ты понимаешь?

– Нет, а что?

– Вот видишь. Ты в нем просто не разбираешься, тем не менее он существует и доступен другим, более сведущим.

13. Паралингвистическое и невербальное **сопровождение** передаваемой информации:

- уверенный голос, часто громче обычного;
- быстрый, напористый темп речи;
- уменьшенная дистанция, «нависание» над адресатом;
- улыбчивость;
- жалобный тон;
- слезы;
- длительные паузы;
- продолжительный, пристальный взгляд.

Софизмы

В Древней Греции профессиональных учителей красноречия называли софистами. Отношение к софистам было двойственным. Вначале слово «софист» имело положительный оттенок, оно обозначало человека талантливого, способного проявить себя в какой-либо деятельности, опытного в определенном искусстве. Софисты учили правилам логического мышления, приемам доказательства опровержения.

Однако очень скоро их главной заботой стал подбор и применение различного рода уловок, с помощью которых можно добиться победы над противником, доказать любое положение, каким бы нелепым оно ни было.

Утверждая, что сделать необразованного человека образованным значит убить его, софист рассуждал следующим образом: «Стань образованным, он уже не будет тем, чем был». Если софиста уличали во лжи, он выворачивался примерно так: «Кто лжет, говорит то, чего нет. Но того, чего нет, нельзя сказать, следовательно, никто не может лгать». Или: «Вор не желает приобрести ничего дурного. Приобретение хорошего – есть дело хорошее, следовательно, вор желает хорошего». «Лекарство, принимаемое больным, есть добро. Чем больше делать добра, тем лучше. Значит, лекарства нужно принимать как можно больше».

Приведу другие примеры софизмов.

1. Защита от критики:

- *Не ошибается только тот, кто ничего не делает.*
- *Мы ошибаемся, чтобы не ошибаться впредь.*
- *Наши недостатки – это продолжение наших достоинств.*

• *Никакое правительство не может быть революционным уже потому, что оно правительство.*

• *Бог открывается только тому, кто в него верит.* Таким аргументом были сражены все, какие только имелись, еретики и отвергающие бога.

• *Чтобы понять диалектический материализм, надо родиться философом!* Так сторонники этого направления нейтрализовывали атаки идейных противников.

Следующие фразы переводят нападающего в положение защищающегося:

• *Чтобы говорить о чистоте, надо самому быть чистым.*

• *Каждый все понимает в меру своей испорченности.*

Сюда же можно отнести известные всем слова Иисуса: «Пусть бросит в меня камень тот, кто без греха».

2. Перекладывание вины и ответственности на других:

• *Женщина всегда такая, какой рядом с ней мужчина.*

• *Каждый народ имеет такое правительство, какого он достоин.*

• *Нет плохих учеников (студентов), есть плохие учителя (преподаватели).* Этот коронный ход какого-то анонимного софиста убаюкивает все поколения школьной и вузовской «серой массы».

• *Нет слабых диссертаций, есть просто мало связей или просто много врагов у диссертанта.* Какое остроумное спасение любой провальной ситуации!

Психологическая нагрузка

Определенные способы подачи информации помогают оказать психологическое давление на собеседника. В приводимых примерах выделены курсивом слова, осуществляющие такое воздействие посредством «догрузки» новым смыслом:

◆ **«универсальные высказывания»**, которые в принципе проверить невозможно, а потому они не подлежат обсуждению; например, *«все женщины обманщицы»*, *«на всякого мудреца довольно простоты»*;

◆ **генерализации** (расширенные обобщения): *«Работы здесь на полчаса. Но ведь они старики»* – скрытая генерализация: *«Старики не в состоянии выполнить даже и легкую работу»*;

◆ **расширения во времени**: *«всегда»*, *«постоянно»*, *«вечно»*; например: *«От тебя всегда ждешь подвоха»*;

◆ **неявное указание** на нарушение общепринятой нор-

мы: «Вы *даже* дверь за собой не закрыли» давит сильнее, чем простое указание: «Закрой дверь»;

◆ **расширение сообщения:** «*Несмотря на* отношения между ними, их *все-таки* послали вместе в командировку» – этим сообщается: «У них “такие” отношения». Или еще примеры: «Он *ведь* не знает английского!», «Она и училась-*то* заочно»;

◆ **замещение субъекта действия:** «Начальство не простит *нас...*», «Как *мы* теперь себя *чувствуем?*»;

◆ **подмена нейтральных понятий эмоционально-оценочными и наоборот:** «товары секунд-хенд» вместо «вещи, бывшие в употреблении», или того хуже – «с чужого плеча»; вместо негативного «шпион» – доброжелательное «разведчик» и др.;

◆ **ложная аналогия:** «“Вольво” – автомобиль для людей, *которые мыслят*» – как будто все остальные автомобили изготавливаются для тех, кто мыслить не способен;

◆ **тематическое переключение:** «Ну как, ты говорил с начальником?» – «А почему у тебя *такой* тон?»;

◆ **неявные допущения,** вводимые в информационный обмен: «*Как вы понимаете,* я не могу это сделать» – нечто само собой разумеющееся;

◆ **опущения:** вместо однозначного ответа на вопрос «Пойдешь с нами?» – фразы типа «Куда мне теперь деваться...» или «А у меня есть выбор?» – очевидный намек на принуждение и, как следствие, снятие с себя ответственно-

сти за это и следующие действия.

Мишени воздействия

В качестве мишеней воздействия манипуляторы чаще всего используют основные потребности человека, его слабости, особенности психики и стереотипы поведения.

В соответствии со своими намерениями и знаниями об адресате манипулятор более или менее представляет, какое воздействие даст результат.

При этом чем шире аудитория, на которую требуется оказать воздействие, тем универсальнее должны быть используемые мишени. Специализированность и точная направленность массового воздействия возможна тогда, когда манипулятору известны специфические качества интересующей его группы людей. Соответственно, чем малочисленней предполагаемая аудитория, тем более точно можно к ней подстроиться. В случаях, когда подстроиться по каким-либо причинам невозможно, используются все те же универсальные побудители: чувство достоинства адресата, его стремление к успеху, материальной выгоде, получению удовольствия, комфорту, желание быть здоровым, иметь благополучную семью, детей и т. п.

Формирование мишеней

При подборе мишеней воздействия манипулятор стремится найти такие структуры, с помощью которых можно получить уже запланированный им результат. Если, по его мнению, в готовом виде таких мишеней нет, то они специально формируются – заблаговременно или непосредственно в процессе манипулирования адресатом.

Более «продвинутые» способы манипулирования как раз и предполагают предварительное культивирование и закрепление в сознании адресата таких мнений или желаний, к которым можно будет позднее апеллировать в целях манипуляции. Например, создается миф о заботливом директоре, о респектабельности предприятия, фирмы, формируется убеждение индивида в том, что ему хотят помочь или что ему угрожает опасность, и т. д.

Некоторые руководители прикладывают немалые усилия по формированию заниженной или завышенной самооценки у своих подчиненных, чтобы затем использовать ее в своих целях.

Исследования свидетельствуют о том, что хорошее мнение людей о себе и, соответственно, поддержание ими своего положительного «Я-образа» может служить надежной мишенью для манипулирования ими. Так, например, при оценке собственных физических возможностей, в чем большин-

ству мужчин трудно обмануться, 60 % опрошенных заявили, что они входят в верхнюю четверть по атлетическим данным, и только 6 % признали, что как атлеты они ниже среднего. В других исследованиях лицам обоего пола предлагалось оценить себя по шкалам: «хороший – плохой», «умный – глупый», «красивый – некрасивый». Подавляющее большинство респондентов оценили себя выше среднего уровня. Важно отметить, что сравнение всех перечисленных самооценок с объективными данными показало, что большинство респондентов значительно завысили свои показатели.

Мишенью воздействия очень часто (особенно в отношениях между супругами, родителями и детьми, учителями и учениками) является чувство вины. Манипуляторами это чувство эксплуатируется особенно охотно, для чего чувство вины у жертвы создается искусственно. Мишенью воздействия также нередко становятся зависть, страх, осознание адресатом своей беспомощности перед превосходящей силой. Мишенями могут служить и низменные влечения человека или его агрессивные устремления, чувство собственности, неустойчивость перед искушением деньгами, властью, славой.

В выборе мишеней воздействия играют роль местные традиции, а тем более – национальный менталитет. Например, по западной традиции, имидж человека резко падает, если на него обнаруживаются компрометирующие материалы. В славянской традиции иногда происходит совсем наоборот. Ко-

гда государственные СМИ эпохи Горбачева «набросились» на Ельцина, его рейтинг от этого только поднялся.

Эксплуатация потребностей человека

Мишенью воздействия нередко становится предоставляемая адресату возможность удовлетворить какую-то из его потребностей.

Особенно чувствительны все мы, когда речь заходит о нашем «Я-образе». Известно, что всякого возмутит сомнение в его умственных способностях, а многих (практически всех женщин) смертельно обидит даже слабый намек на их физическую непривлекательность. Напротив, комплименты на эту тему ценятся весьма высоко. Мы все используем любую возможность самоутвердиться на этот счет.

Подтверждений этому очень много. Упомянем лишь об экспериментах Т. Г. Богдановой [3].

Двум группам испытуемых было предложено решить геометрическую задачу, допускающую несколько решений. Первую группу просто просили решить задачу, а второй дополнительно сообщали, что задача является тестом на умственные способности. Первая группа быстро закончила работу, найдя первое подвернувшееся решение, а вторая долго продолжала работать, находя все новые варианты решения, хотя инструкция этого не требовала.

Потребность принадлежать к какой-то группе

Мы лучше относимся к своим землякам, людям своей расы и национальности, вероисповедания, профессии, специальности. Боясь выпасть из общности, из группы, к которой принадлежим, мы стараемся «не высовываться».

В английских газетах сообщалось о концерте тишины, который дал однажды некий безвестный пианист. Шумная реклама сделала свое дело – в день концерта зал был полон. Virtuoz тишины садится за рояль и играет, но, поскольку все струны сняты, не раздается ни единого звука. Люди в зале начинают коситься друг на друга. Каждый ждет, что сделает сосед, и в результате вся аудитория сидит, затаив дыхание. После двух часов гробовой тишины концерт оканчивается. Пианист встает и кланяется. Его провожают бурными аплодисментами. На следующий день виртуоз тишины рассказал эту историю по телевидению и в заключение признался: «Я хотел посмотреть, как далеко простирается человеческая глупость: она безгранична».

В словах этого «пианиста» есть одна неточность. Он столкнулся не с глупостью, а с конформизмом. Так называется психологический феномен зависимости участника группы от общего мнения. Как точно отметил Блез Паскаль:

«Общественное мнение правит людьми». Нужно набраться немалого мужества, чтобы произнести первому «А король-то голый!», как это произошло в известной сказке Г. Х. Андерсена «Новый наряд короля».

Социальными психологами установлено, что под давлением случайной группы, например в очереди, треть ее членов меняют свое мнение и не пытаются его отстаивать, когда оно не совпадает с оценками остальных, т. е. проявляют конформизм.

Как вы думаете, чье групповое давление будет более сильным: коллектива, к которому вы принадлежите, или случайной группы незнакомых людей в очереди? Воздействие своего коллектива вы, несомненно, считаете более сильным.

Однако экспериментальные исследования выявляют обратное. Влияние случайно собравшихся людей проявляется в большей степени. Принятие человеком господствующего мнения в незнакомой, случайной группе обусловлено недостатком информации о ее участниках. Мы зачастую готовы верить первому встречному, в то время как к мнению хорошо знакомого человека относимся с недоверием, зная его хорошие и плохие стороны характера и отношение к себе, не всегда однозначное.

Отстаивая свое мнение, мы принимаем на себя **ответственность** за его правильность. Присоединяясь к общему мнению, мы снимаем с себя ответственность.

Сорван урок, весь класс с него сбежал. Идет разбор

происшествия.

Завуч: Иванов, почему ты ушел с урока?!

Иванов: Все пошли, и я пошел.

Потребность в положительных эмоциях

Человек – существо эмоциональное. Отрицательные эмоции угнетают его, под их влиянием хуже работают все органы, качество крови ухудшается. Наоборот, положительные эмоции заряжают организм энергией, дают хорошее самочувствие.

Психологами установлено громадное значение положительных эмоций для психического здоровья человека (а значит – и здоровья физического).

Практически все взрослые люди ощущают значительную нехватку положительных эмоций (негатива у нас вполне хватает!). О мере этой недостачи дают представление следующие цифры: **ребенок ежедневно смеется в среднем 400 раз, взрослый – 15** (это в среднем, бывает, что и ни разу).

Дети ближе к природе. Еще не связанные множеством «нельзя», они ведут себя наиболее естественно и потому оптимально для здоровья: они без конца смеются, если больно – они плачут (что является наилучшим способом облегчения горя), при приступах злости – дерутся. Вырвавшись на перемену – бегают, прыгают, компенсируя неподвижное сидение на уроках, разгоняя кровь, улучшая обменные процессы.

Взрослый лишен этой естественности. Более всего он обделен положительными эмоциями. Ему не хватает добрых слов в свой адрес, не говоря уже о ласке. Ребенок не стесняется попроситься на ласку.

Женщина, сравнительно недавно ставшая бабушкой, рассказывает: «Внук в кроватке, засыпает. Я его глажу, приговаривая: “Ванечка хороший, Ванечка пригожий, мама Ваню любит, папа любит, бабушка...” Что-то задумалась, глажу молча, а он: “Бабушка, ты говори, говори!”»

Авраам Линкольн (1809–1865), 16-й президент США, инициировавший закон об отмене рабства, сформулировал эту благую идею вполне манипулятивно: «Каплей меда поймаешь больше мух, чем галлоном отравы». Дейл Карнеги рекомендует использовать это обстоятельство для формирования мишеней воздействия. То, что адресаты уподобляются «мухам», вполне символично для манипулятивных тактик.

Потребность в общении

В харьковских газетах появилось объявление, что некая фирма с помощью экстрасенсов может передать послание на тот свет умершим. Цена этой «услуги» была очень невысокой и несколько большей – за срочное сообщение. Тысячи пожилых людей, преимущественно вдов, клюнули на это предложение.

В результате фирма собрала неплохой урожай в

денежных знаках. Что им помогло?

Многие овдовевшие испытывают настоящую потребность поговорить с умершим супругом или супругой. Думается, что большинство клиентов этой фирмы не верили в возможность передать их послание на тот свет. Но сама процедура написания письма – это как бы разговор с близким человеком. И именно это обстоятельство послужило эффективной мишенью воздействия на тех, кто поддался на обещание «экстрасенсов». Последние же проявили знание психологии пожилых людей.

Использование человеческих слабостей

Нет таких наших слабостей, которые не использовались бы в качестве мишеней при манипулировании. Здесь мы перечислим только те, что встречаются наиболее часто. Использование их для манипулирования мы проиллюстрируем соответствующими примерами.

Тщеславие

Желание выглядеть лучше, чем он есть на самом деле, делает тщеславного человека, хвастуна легкой добычей для манипуляторов. О технике манипулирования доходчиво сообщается в песенке колоритных персонажей, прохвостов-манипуляторов кота Базилио и лисы Алисы в инсценировке

сказки «Золотой ключик» (автор песни – Сергей Никитин):

Мы прославлять судьбу свою должны,
Пока живут на свете хвастуны.
На хвастуна не нужен нож,
Ему немного подпоешь —
И делай с ним что хошь.

Корыстолюбие

Эти же «герои» указывают еще на одну мишень манипулирования.

Покуда живы жадины вокруг,
Удачу не упустим мы из рук:
На жадного не нужен нож.
Ему покажешь медный грош,
И делай с ним, что хошь!

Все аферы – от мелких до самых крупных – строятся, как правило, на использовании **жадности** людей, желания быстро разбогатеть. Желание легкого барыша так сильно, что парализует самую элементарную осторожность. Примеров этому, к сожалению, великое множество. Многочисленные аферы инвестиционных фондов и финансовых компаний, обещавших неправдоподобно высокие дивиденды, миллионы одураченных россиян – как тут не вспомнить Поле

Неуверенность в себе

Неуверенные в себе люди испытывают ощущение некоторой неполноценности, которая может быть мнимой, однако носитель ее об этом не знает и серьезно считает себя ущербным в какой-то области: образования, положения в обществе, профессиональных или личностных качеств, мужских или женских достоинств.

Зная, например, о недостаточной образованности собеседника, манипулятор говорит: «Всем известно...» или «Всякий специалист знает...». Или может аргументировать свою мысль ссылкой на несуществующее высказывание кого-то из великих.

Неуверенному человеку трудно сказать «нет». Такого легче убедить, показав, что ничего страшного, если он согласится, не произойдет. О том, как научиться говорить «нет», можно прочесть в книге автора [54].

Глупость

Мишенью при манипулировании может быть и обыкновенная глупость.

В старину тыкву использовали для ловли обезьян. В тыкке делали небольшое отверстие и вкладывали внутрь горстку риса. Обезьяны просовывали лапу,

брали рис, но вытащить назад кулак уже не могли, а разжать пальцы им не позволял недостаток сообразительности.

Приходили люди и «брали» обезьян.

Медлительность

Человек, медленно принимающий решения, становится удобным объектом для манипуляции. Достаточно создать условия, когда нужно быстро ответить. Сообразить он не успевает и вынужден согласиться с предлагаемым решением. О чем впоследствии жалеет.

О том, как медлительность автора этих строк, по темпераменту флегматика, использовала одна из его подчиненных, рассказано в разделе «Подчиненные манипулируют руководителями» главы 9.

В устном народном творчестве это явление отразилось в серии анекдотов о «горячих эстонских парнях».

Едут по лесу два эстонца на телеге. Один вдруг говорит:

– О-о! Смотри, на обочине – по-моему, это рука Уно!

Другой:

– О, да!

Едут дальше, первый опять:

– О-о! По-моему, это нога Уно!

– О, да!

Проходит еще минута, первый опять с удивлением:

– О-о! По-моему, это голова Уно!

Второй:

– О-о! Надеюсь, с ним все в порядке?

Жалостливость

Известно, что многие из просящих подаяние – вовсе не нищие. Это разновидность бизнеса, эксплуатирующая чувство жалости подающих. А жалость эта вызывается подчас искусственными «примочками» и «прикидом».

Это явление также не обошел вниманием народный юмор:

Новый русский бросил десять долларов в шляпу нищего. Тот молчит. Новый русский:

– Мужик, ну ты нагленький! Мог бы за десять баксов хоть спасибо сказать!

– Вы что, за свою мятую десятку чуда хотите? Я же – глухонемой!..

Интерес к оккультным наукам

В романе «Братья Лаутензак» Фейхтвангер описывает, как модный предсказатель с подачи политических кукловодов подсказал Гитлеру идею поджога рейхстага.

Так, используя интерес к оккультизму, можно управлять даже крупными политиками. Что уж говорить о простых людях.

Невежество

Манипулировать невежественными людьми легко. Для этого привлекаются вымышленные «факты», делаются ссылки на якобы установленные наукой принципы и законы, дается ложная интерпретация наблюдаемых явлений.

В одном из рассказов Серафимовича невежество солдат использовал в споре с ними начальник железнодорожной станции. Солдаты ехали на фронт в битком набитых вагонах. Во время остановки они потребовали создать им нормальные условия. Однако начальник станции ловко вышел из затруднительного положения. На вагонах имелась надпись: «40 человек 8 лошадей». Она означала, что в вагоне можно провозить либо 40 человек, либо 8 лошадей. Но эта надпись была прокомментирована начальником так: по существующим нормам в железнодорожном вагоне можно разместить не более сорока пассажиров и восьми лошадей одновременно. Вот и выбирайте, предложил он, что лучше: уменьшить число людей в вагонах до сорока, но зато добавить в каждый из них восемь лошадей, или пусть все остается по-старому. Солдаты согласились на второй вариант.

В романе Болеслава Пруса «Фараон» чужим невежеством воспользовались древнеегипетские жрецы для доказательства богоизбранности их касты. Они ловко сыграли

на непросвещенности народа, спровоцировав нападение на храм перед наступлением солнечного затмения.

– Ломайте ворота! – кричали сзади, и град камней полетел в сторону Херихора и его свиты.

Херихор поднял обе руки. Когда же толпа снова стихла, верховный жрец громко воскликнул:

– Боги! Под вашу защиту отдаю святыне храмы, против которых выступают изменники и святотатцы.

Внезапно где-то над храмом прозвучал голос, который, казалось, не мог принадлежать человеку:

– Отвращаю лик свой от проклятого народа, и да низойдет на землю тьма!

И свершилось что-то ужасное. С каждым словом солнце утрачивало свою яркость... При последнем же стало темно как ночью. В небе зажглись звезды, а вместо солнца стоял черный диск в кольце огня...

Ни одно проигранное сражение не кончалось еще такой катастрофой.

– Боги! Боги! – стонал и плакал народ. – Пощадите невинных!

– Осирис! – воскликнул с террасы Херихор. – Яви лик свой несчастному народу.

– В последний раз внемлю я мольбе моих жрецов, ибо я милосерд, – ответил неземной голос из храма.

В ту же минуту тьма рассеялась, и солнце обрело прежнюю яркость.

Новый крик, новые вопли, новые молитвы прозвучали в толпе. Опьяненные радостью люди

приветствовали воскресшее солнце. Незнакомые падали друг другу в объятия. И все на коленях ползли к храму приложиться к его благословенным стенам.

Автору и самому доводилось быть жертвой собственного незнания. Приведу историю времен своей студенческой поры.

Перед летними каникулами нам объявили, что желающие поработать летом на ремонте институтского корпуса будут освобождены от осенних сельхозработ. Но главное – была обещана плата за этот труд (в отличие от труда на колхозных полях).

Автор в числе других добровольцев поддался на это обещание и испытал все прелести труда подсобного рабочего, используемого на самых тяжелых и пыльных работах.

Самое обидное, однако, было потом. В течение нескольких месяцев мы ходили в стройуправление, где нам отвечали, что наша работа «не запроцентована». Стыдясь признаться, что не знаем, что это такое, мы продолжали свои безуспешные хождения, натываясь на тот же самый ответ.

Теперь-то мы знаем цену невежеству. Тогда это была очередная плата за него.

На невежестве также были основаны массовые манипулирования со стороны сектантских проповедников, которые имели три источника:

- 1) неустойчивость личности;

- 2) отсутствие идеалов, когда на смену коммунистической идеологии не пришла другая общенациональная идея;
- 3) несовершенство законодательства, допускающего бесконтрольное функционирование тоталитарных сект.

Зависть

Одно из губительных проявлений неспособности реализовать себя желанным образом – зависть. Ее кредо: если у меня не получается, то пусть не получится и у другого, а если у другого лучше, так он мой враг, надо сделать ему хуже.

Известна такая притча: Волшебник сказал человеку: «Проси, что хочешь. Но соседу сделаю вдвое». Хотел попросить корову, а соседу – две? Нет уж! Что ни придумает, все соседу больше да лучше. Наконец придумал: «Сделай, чтоб я ослеп на один глаз. Пусть сосед вовсе ослепнет».

Социологи утверждают, что зависть распространена у нас несколько больше, чем принято считать. Для нормального человека чей-то успех – это пример и стимул для него самого попытаться добиться того же. Завистник же в первую очередь думает, как бы подпортить счастливицу его радость.

Это обстоятельство не могло не найти отражения в устном народном творчестве:

Муж с женой на вечерней прогулке; заглядывают в одно из окон:

– Живут же люди: телевизоры, холодильники, ковры.
Так и хочется в окно гранату кинуть!

– Ты что? Это же наше окно!

А вот другой сюжет.

У нового русского сгорела вилла. Казалось бы, кроме страхового агентства, кому какое дело? А приятно...

К сожалению, наш исторический путь был более тернист, чем в странах давних демократических традиций. Философ Н. Бердяев сказал горькие слова: «Социализм – это идеология зависти». Действительно, лозунг «Грабь награбленное», борьба с богатыми (а не против бедности), борьба с «вещизмом» и «накопительством», со «стилягами» (модно одетыми людьми) и т. п. – эти и другие изыски идеологов социализма отнюдь не способствовали притуплению такого черного чувства, как зависть, а, скорее, разжигали и культивировали ее.

Понятно, что такое сильное чувство, как зависть, не может не быть использовано в качестве мишени манипулятивного воздействия. Вызвать к человеку зависть – значит создать ему врагов. Многие, не задумываясь об этом, хвастаются сами или расхваливают своих близких.

Родители, учителя, воспитатели, ставящие в пример одного ребенка другим, вызывают у детей неприязнь к нему: с ним не дружат, не играют, а могут и поколотить.

Хвала, похвала, а тем более хвастовство – это попытка возвысить одного человека над другим. Но всякое проявление превосходства является конфликтогеном, то есть факто-

ром, могущим привести к конфликту. (Подробнее об этом – в книге автора о конфликтах [49].) В том, что это так, мы уже убедились. А каково же противоядие?

Защитные механизмы были выработаны в различных культурах: славянской, древнекитайской, в христианской морали.

В славянской культуре издревле высоко ценилось такое качество человека, как скромность: «Не хвались, жди, когда другие похвалят».

Древнекитайский философ Лао Цзы еще за три века до нашей эры учил: «Реки и ручьи отдают воду морям и океану потому, что те лежат ниже. Так и человек, желая возвыситься, должен держать себя ниже других». Та же скромность, но выраженная в аллегорической форме.

Сегодня эти мудрости подчас выражаются в грубоватой форме, вроде того, что: «Не высовывайся и не получишь по голове». Или: «Ты можешь быть умнее других, красивее других, богаче других – но только никому не говори об этом!»

Все эти приемы позволяют избежать возникновения зависти или, по крайней мере, значительно снизить вероятность ее появления.

Безволие

Податливость чужому влиянию, неумение сказать «нет», бесхарактерность отличают героя фильма Эльдара Рязанова

«Осенний марафон» Бузыкина (актер Олег Басилашвили). Им управляют и жена, и любовница, и сосед, и бездарная коллега по работе.

Страхи

Десятки, сотни разновидностей страха способны заставить человека действовать, исходя из желания ослабить пути страха или вовсе избавиться от него. Наверное, и вы замечали, как часто люди прибегают к запугиванию, чтобы добиться от вас желаемого. По меньшей мере, у нас в стране все родители до поры до времени успешно пользуются этим доступным средством. А потом и взрослый человек ловится на эту удочку.

Страх смерти и страх неизлечимой болезни, страх разоблачения, боязнь потери престижа, страх за будущее – это все те наживки, на которые человек клюет, когда ему говорят: не сделаешь то-то и то-то, потеряешь то-то и то-то. Нередко комплекс страха используют колдуны и целители: «У вас пробита аура, есть энергетический хвост, испорченная карма, двойная порча или венец безбрачия...» Объективных доказательств ноль. Да они и не нужны, главное – напугать. Охранные фирмы выступают под лозунгом: «Мы защитим все, что дорого вам», а дальше следует длинный перечень бизнесменов, которых убили. «Тот, кто экономит на охране, разоряется на похоронах». Работу с психоконфликтом страха

великолепно используют страховые компании. Клиента нужно напугать, тогда он согласится выложить деньги за страховку.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.