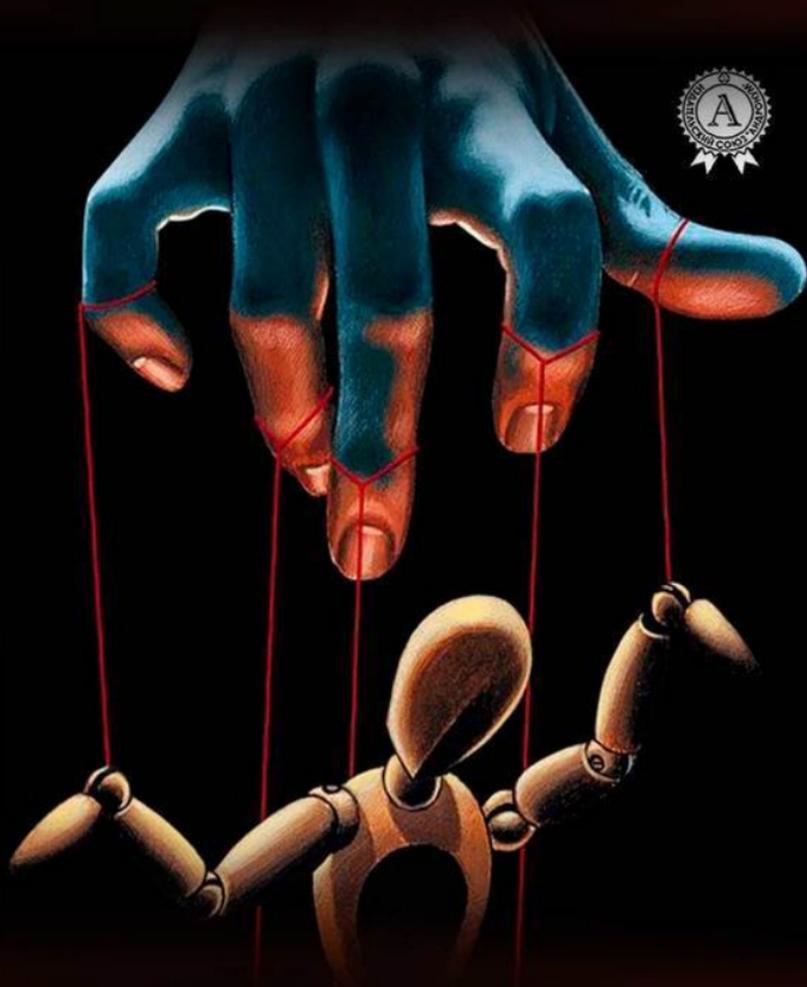


# Владимир Тараненко



## ПСИХОМАНИПУЛЯЦИИ ВОКРУГ НАС

# Владимир Тараненко

## Психоманипуляции вокруг нас

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=6299130](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=6299130)*

### Аннотация

Книга «Психоманипуляции вокруг нас» – это уникальное пособие для всех, кто стремится получить дополнительные сведения о деловых партнерах и конкурентах, хочет оградить себя от их пристального внимания, эффективно защитить свой бизнес от явных и скрытых манипулятивных посягательств со стороны окружающих его людей.

Автор этой книги, обладатель уникальных методик по психодиагностике и психологии Владимир Тараненко, подробно описывает большинство манипулятивных техник, существующих в современном обществе. Обилие примеров и иллюстративного материала, а также талантливые авторские эпиграфы и ремарки делают чтение книги не только полезным, но и необычайно увлекательным. Книга представляет большую ценность для тех деловых людей (бизнесменов, менеджеров), кто хотел бы рациональными способами разобраться в сложившихся отношениях со своими партнерами, сотрудниками, конкурентами и прогнозировать развитие этих отношений, направляя их в благоприятное для себя русло.

# Содержание

Об издании	5
1. ПРИЕМЫ ИНТРОЕКТИВНОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ, или НА ПУТИ К «МАТРИЧНОМУ» СОЗНАНИЮ	6
1.1. ПРАВО СИЛЫ, или ПОСЛЕДНИЙ ДОВОД КОРОЛЕЙ[1]	10
1.2. ПРАВО ЗАКОНА И ОБЫЧАЯ, или НЕ БУДИТЕ СПЯЩЕГО ЛЬВА	13
1.3. ПРАВО ОПЫТА, или ПОСТАВЬ МИНИСТРА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА УПРАВЛЯТЬ РАЗВЕДКОЙ	19
1.4. ВОЛШЕБНЫЙ КЛЮЧИК ИНФОРМАЦИИ, или Я ЗНАЮ, ЧТО ТЫ ХОЧЕШЬ, НО ОБ ЭТОМ НЕ ДОГАДЫВАЕШЬСЯ	26
1.5. В ОЧЕРЕДЬ У ЛАВОЧКИ ЗА ЧУДОМ, или ДОВЕРЬСЯ МОЕМУ ДЖИНУ	31
Конец ознакомительного фрагмента.	33



# Владимир Тараненко

## Психоманипуляции

### вокруг нас

Об издании

Владимир Тараненко

Психоманипуляции вокруг нас



Електронна книга видана «Мультимедійним Видавництвом Стрельбицко»  
(<sup>TM</sup> Авалон-Альфа), г. Київ

С нашими изданиями электронных и аудиокниг Вы можете познакомиться на сайте  
[www.audio-book.com.ua](http://www.audio-book.com.ua)

Желаем приятного чтения!

Пишите нам:

[audio-book@ukr.net](mailto:audio-book@ukr.net),

[dmytro.strelb@gmail.com](mailto:dmytro.strelb@gmail.com)

# 1. ПРИЕМЫ ИНТРОЕКТИВНОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ, или НА ПУТИ К «МАТРИЧНОМУ» СОЗНАНИЮ

*Люди подобны колбасам – чем их начиняют, то  
они в себе и носят.*

*Козьма Прутков*

*Я готов быть самым собою, но как понять, кто  
таков «я»?*

...

Интроекция (лат. intro – внутрь, вглубь) – термин, пришедший в широкий психологический обиход из гештальт-психоанализа Ф.Перзла и обозначающий тенденцию личности присваивать убеждения и установки других без должной критики и проверки личным опытом. Таким образом, интроективная личность – это очень внушаемый индивид, как ему скажут – так он и делает. Главная специфическая особенность интроекта в том, что чужую информацию «извне» он воспринимает как персонально «свою», т. е. у него внутри изначально патологически отсутствует психический механизм разделения понятий «свое» и «чужое».

Это отнюдь не врожденный дефект, но именно в очень раннем возрасте (1–3 года) ребенка легко отучить опираться на пусть и незначительный, но уже самостоятельный опыт и приучить верить только сигналам извне, т. е. от родителей. В конечном счете любое «инкубаторно-бройлерное» воспитание подрастающего поколения дает на выходе общество, напоминающее своим социоустройством птицефабрику. Теперь достаточно лишь внезапно отключить свет, чтобы получить маленький локальный апокалипсис. «Бройлер», даже став взрослым, навеки привязан к внешним сигналам, других у него попросту нет. Мечта всех диктаторов иметь под своей железной пятой стопроцентное интроективное население, мечта мужа-идиота – всеподслушную и всепокорную интроективную жену, для которой истина вещается только устами суженого. Начальники любят интроектов-подчиненных, политики – аналогично таких же олухов избирателей, продавцы – интроектов-покупателей и т. д.

Почему интроекция как явление столь широко и повсеместно прописана в человеческом обществе? «Виной» тому полная свобода нашего мозга от каких бы то ни было инстинктов, рефлексов, установок, дающих четкую и однозначную программу изначального поведения и воспитания, например как у детенышей животных. Иными словами, природа предлагает нам уже с первых минут жизни начинать индивидуальный поиск и самостоятельно нарабатывать свой арсенал средств и правил как жить дальше, когда от нашего

бремени благополучно разрешилось чрево матери. Либо... априори усваивать опыт чужой, тот же материнский. Если к тому же самостоятельная деятельность почему-то всячески извне пресекается, опасна и наказуема, то, считай, все предпосылки для зарождения интроективности соблюдены.

Работу по переделке готовой «чужой» информации в «свою», как бы автономно наработанную, наш мозг и наше сознание проведут сами – зачем индивиду комплексовать по поводу личностной несостоятельности? В данном случае «эго»-защита сработает чисто, и человек всю оставшуюся жизнь будет с жаром защищать чужие догмы как свои кровные. Что-то ведь должно внутри лежать... Потому интроекты во все времена и эпохи – человеческий материал, наиболее податливый к тотальному манипулированию, ведь они не чувствуют дискомфорта оттого, что ими управляют.

В средние века так, с помощью изощренных пыток производились беспрекословные рабы-манкурты, выполняющие волю только одного хозяина. Печально известный корпус янычар, по сути, также представлял сплоченную интроективную массу безродных воинов, которые с детства ревностно служили породившей их машине – Османской империи. Героизированный дух самурайства – гимн все той же интроективной слепоте и условному комфорту в связке «господин – слуга».

Впрочем, и в нынешние времена интроективность – качество, культивируемое и исподволь насаждаемое прежде все-

го теми, кто всегда хотел иметь управляемый и предсказуемый персонал, нацию, общество. То, что интроективная личность изначально неспособна к глубокому личностному развитию, творчеству и мощному интеллектуальному прорыву, «социократов» не особенно волнует: удержать рычаги власти актуальнее всего. Как это ни угрюмо звучит, но от тотальной интроективной прививки человечество пока что спасает только острая конкурентная борьба всех его членов за лучшее место под солнцем. Но это в целом. А в частности, если кто-то кого-то сделал интроективным, значит, обрел этот кто-то возможность им манипулировать.

Итак, как же удастся насаждать, развивать и укреплять интроективное начало?

Для этого есть свои особые механизмы и правила.

# 1.1. ПРАВО СИЛЫ, или ПОСЛЕДНИЙ ДОВОД КОРОЛЕЙ<sup>1</sup>

*Не можешь – научим, не хочешь – заставим.  
Любимая поговорка производственных «генералов»*

Прежде всего – непосредственное силовое принуждение. Во все времена число членов общества, задействованных во внутреннем репрессивно-карательном аппарате, служило убедительным доказательством того, как достигается «единодушие» народа и его непонятная на первый взгляд неповаженности терпимость к режиму и навязанному образу жизни. Этому содействовала развитая и всегда переполненная сеть «исправительно-трудовых» учреждений. В повседневной жизни граждане постоянно чувствуют за своей спиной мрачную тень «внутреннего ведомства»: патрульные разезды, контрольные посты, осмотры, досмотры, выборочные задержания и т. д. Периодически – демонстрация силы: парады и всяческие шоу при массовом задействовании полицейских и жандармских сил.

В менеджменте право силы или внушение силы достигается прежде всего за счет эффекта «режимности» заведения. Такая фирма непомерно много сил и средств тратит на охрану и системы защиты. Замки, перегородки, дополни-

---

<sup>1</sup> Надпись на пушках французского короля Людовика XIV

тельная внутренняя служба безопасности, усложненные допуски к проникновению на территорию создают устойчивый эффект «сильной власти». В исполнительской дисциплине наблюдается явное преобладание наказаний над поощрениями. В диалогах и речах сотрудников легко различается так называемый репрессивный стиль мышления.

Внешний имидж: преобладание сочетаний алого и черного цветов, в интерьере – повышенное пристрастие к стальным поверхностям. Обязательно наличие различных видов униформы для служащих, а также внешних атрибутов власти: значков, погон, символики. Стиль одежды тяготеет к деловому «френчу». Особая тяга, где надо и не надо, к армейскому камуфляжу, а также к обуви на грубой протекторной подошве. При ходьбе выдаются плечи всегда вперед, чтобы удобнее было всех расталкивать, лоб и шея – изготовка борца или боксера. Взгляд прямой, вызывающий, исподлобья.

Противодействие: прежде всего выдержка и спокойствие. Ни в коем случае не провоцировать на агрессию, ибо переход от демонстрации к проявлению силы может произойти незамедлительно. Еще лучше, возможно, как можно быстрее уйти, до того как демонстраторы силы смогли понять, что вы готовы к сопротивлению. В целом же любой продолжительный коммуникационный прогноз неблагоприятен, поскольку придется либо бороться, либо уступить. Следует также иметь в виду, что как только вы изобразите страх, демонстра-

торы силы отчасти расслабятся, возможно, иного момента нанести шокирующий удар уже не будет. В длительной перспективе – постоянная жизнь «в подполье».

## 1.2. ПРАВО ЗАКОНА И ОБЫЧАЯ, или НЕ БУДИТЕ СПЯЩЕГО ЛЬВА

*С обычаями не шутят. Все равно не будешь смеяться последним.*

*Козьма Прутков. Памятка миротворцам*

Интроекция посредством манипулирования законами и обычаями – дело почти всегда беспроигрышное, поскольку всегда можно опереться на ранее уже задействованные архетипы. Причем примат обычая всегда значительно превышает примат официального закона, это отлично знают мастера политической кухни. Действовать во имя блага народа, нации, общества всегда предпочтительнее, нежели во имя справедливости и буквы закона. Последний в пенатах родного отечества, как дышло, куда развернут, туда и едет. Опять же там, где крайне слаба исполнительность официального закона, повсюду процветают неформальные, так называемые неписанные правила, жестко регулирующие действительную, а не циркулярную жизнь: например, пресловутый закон «телефонного права» или тех же подношений, именуемых в народе взяткой.

Чтобы интроективно (т. е. в целях манипулятивного внушения) использовать обычаи и законы, необходимо их активизировать в массовом сознании. Механизм прост: вначале повсюду раскручивается какой-нибудь культурный, нацио-

нальный или политический пласт в сознании людей, а затем на возникшей энергетизированной, но не структурированной пассионарной почве аккуратно «подсаживаются» нужные идеи и программы действий. Так спланированное, но по характеру абсолютно стихийное национально-освободительное движение закономерно порождает государство-марионетку с диктаторским режимом правления. Однако в конечном счете каждый народ живет так, как он того достоин. Именно неучитывание глубинных слоев мировоззрения, менталитета, этнических, культурных и исторических архетипов приводит подчас не в меру ретивых социальных инженеров к полному фиаско проводимой ими политики.

Удел интродуктивного манипулирования обычаями и законами – традиционно политика и соприкасающиеся с ней сферы. В бизнесе право закона – это сила и нерушимость контрактных или договорных отношений, особенно в профессиональной гильдии. Так формируется своя корпоративная субкультура, игнорировать правила которой порой просто немыслимо. Подзабытое и опошленное понятие «купеческая честь» когда-то котировалось дороже закладных векселей, то же – «честь дворянина» и «честь офицера». Ныне разве что воровской закон претендует на аналогичное место в нашем обществе, да и то благодаря мощной рекламе киноиндустрии, честно отработывающей полученный заказ.

В то же время мы присутствуем (и участвуем) при попытке создания новой субкультуры – государственного чиновни-

ка или служащего. Невиданная даже в благополучные советские времена мощнейшая бюрократическая прослойка вправе иметь свои права, законы и обычаи. Вводится множество разновидностей ведомственной формы, служебного этикета, локальной мировоззренческой культуры, пышно отмечаются профессиональные праздники и краткосрочные юбилеи (новые культовые дни!). В итоге попавший в такую среду чиновник-неофит гораздо быстрее и куда основательнее интроектизируется под общую массу исполнителей и распорядителей единой чиновничьей политики.

Впрочем, наше государство немножко в этом деле приотстало (спишем это на его еще детский возраст), а вот частные корпорации во всем мире всю эксплоатируют институт наработанных традиций и корпоративных обычаев. Это выгодно, поскольку ничего не стоит, а работники с куда большим пиететом отнесутся к своим трудовым обязанностям. Как-никак, но честь фирмы обязывает! Чтобы традиции не терялись, не ослабевали и могли быть действенными как манипулятивный инструмент, о них постоянно пекутся и поддерживают их (кто-то еще помнит «красные уголки?»), обеспечивая стабильное преемничество традиции от одного поколения к другому. То, что в советские времена пылилось в закоулке как «музей родного завода», в западной корпорации выносят на фронтон здания.

Повальное увлечение корпоративной и прочей геральди-

кой – одно из беспроектных визуальных средств воздействия культурой и традицией. (Пивные этикетки, обвешанные гирляндами медалей, несомненно, добавляют свой процент потребителей, если же наград нет, а также и «истории» напитка, она «камуфлируется» визуальными приемами под «заслуженную».) Но абсолютно чистое проявление традиции в товаре – его брэнд-знак. Ошеломляющий взрыв популярности брендинга как маркетингового явления в конце 1990-х, лучшее доказательство умелого выкачивания прибыли из традиций и обычаев в рамках истории одного продукта.

Вообще, брэнд-технологии – явление знаковое, ибо они в денежном выражении показывают, что не только время работает на историю, но и история – на время. Сейчас, думается, на повестке дня маркетинговой политики мегакорпораций – создание мощных многосерийных мультимедийных блокбастеров автобиографических историй, захватывающих триллеров о товарах и их создателях, о жарких перипетиях торговых войн и т. д. В итоге, если есть много денег и времени, то традиции можно не только культивировать, но и заново переписывать под тот или иной злободневный заказ. Как показала практика государственного строительства в XX в., делать историю под себя так же выгодно и реально, как сшить костюмчик, чтоб «хорошо сидел».

Чтобы традиция работала на производителя товаров, на нее надо непрерывно ссылаться, ее нужно подпитывать и активизировать. Отсюда – повсеместная ссылка в рекламе то-

вара на «вековые традиции». Как итог – приходится отчасти «поднимать» и хотя бы перед экраном телевизора оживлять эти «традиции». Если последние не реанимируются в силу их надуманности – рекламную кампанию ждет неминуемый провал.

Но если культура, обычаи или законы самовоспроизводятся на житейском уровне отдельного индивида – они, как правило, неистребимы или почти неистребимы. Пример – до сих пор не изжитая дедовщина в армии. Уголовные метастазы менталитета всего общества еще долго будут разрастаться этим явлением в отечественных вооруженных силах. Насаждать традиции и резонировать с уже существующими реальными подвижками в индивидуальном и массовом сознании – по рентабельности и произведению требуемого эффекта вещи совершенно несоизмеримы.

К очевидным выгодам манипулятивного воздействия через обычаи, преемственные законы и традиции следует отнести то, что влияние последних на ум индивида происходит на психически неосознаваемом иррациональном уровне восприятия. Их воздействия индивидом, как правило, в полной мере не осознается и не ревизионируется. (Особенно это касается народов, в традициях которых отсутствуют глубокие корни культуры индивидуальной рефлексии, постсоветские нации, увы, похвастаться здесь ничем не могут.) Отсюда – чрезвычайно высокая эффективность манипулирования сознанием посредством интроективного воздействия.

Как противодействовать данному классу приемов? Прежде всего не пытаться делать это активно и провоцироваться на агрессию, ведь манипуляторы именно на то рассчитывают, что бросивший вызов обычаям и законам неизбежно будет сокрушен. Иными словами, ни в коем случае нельзя подставляться под уже приготовленный удар остракизма. Но также ни в коем случае нельзя стать слепой марионеткой сил, проповедующих от высокого имени нации, культуры, традиций. Необходимо осторожное, но вполне открытое резонирование с происходящим, чтобы, уловив момент, ловко отделить зерна от плевел. Вся стратегия противодействия должна строиться по схеме: «Я принимаю и уважаю (законы, правила, традиции), мои действия никак им не противоречат, ведь в рамках закона каждый имеет право выбирать свою дорогу». Вот теперь противник превращается в нападающую и обвиняющую сторону. Что и требовалось показать. А с законом, обычаями и традициями, даже если их не во всем принимаешь, действительно лучше нейтрально дружить – тогда не нужно будет казаться искренним.

# 1.3. ПРАВО ОПЫТА, или ПОСТАВЬ МИНИСТРА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА УПРАВЛЯТЬ РАЗВЕДКОЙ

*У опыта есть только один недостаток – его  
безапелляционность.*

*Козьма Прутков. Ветеран саперных войск*

Передача опыта уже изначально предполагает интроективную коммуникацию: имеющий опыт обучает, наставляет, руководит, а принимающий – безоговорочно все воспринимает. Иначе не обучишься и преемственность умений окажется бесплодной. Поэтому обучаемый изначально готов принять «чужое» как будущее «свое», чтобы за счет привнесения внешней инвестиции кардинально повысить свой личностный потенциал. Отсюда – полное доверие к поступающим сигналам извне. Естественно, у заинтересованных сил появляется непреодолимый соблазн (ведь легко! доступно! эффективно!) «подгрузить» передачу опыта еще чем-нибудь «полезным». Таким образом убиваются сразу два зайца: индивид не только обучается, но и еще попутно программируется в нужную сторону. Может быть, поэтому в советской стране каждый руководитель, мастер, учитель попут-

но выполнял функции идеолога, и надо отдать должное, получалось неплохо. «Опытное» мичуринское учение академика Трофима Денисовича Лысенко, благополучно истребленное на корню советскую генетику и ее носителей под эгидой борьбы с враждебным космополитическим вейсменизмом-менделизмом-морганизмом (формулировки-то как гвозди вколачивали!) – наиболее яркое тому подтверждение. Было бы смешно сейчас представлять такое, если б не было так грустно... Во все времена и при всех режимах было очень выгодно покупать выдающихся мастеров своего дела, чтобы они затем немножко поработали на идеологию. Затраты в итоге окупались сторицею.

Впрочем, зачем смотреть столь масштабно? В каждой семье родители для совсем еще маленького ребенка являются неоспоримым «гуру», поскольку они большие и опытные в этой непонятной и несущей всевозможные угрозы внешней среде обитания. Естественно, первая идеология индивида – это идеология его семьи, где он с молоком матери впитал определенный блок житейской информации. Так и останется у нас привычка спрашивать у «больших» и «преуспевающих» в своем деле, как научиться хорошо жить.

Преклонение перед успехом чужого опыта подкрепляется нашей уникальной врожденной биологической способностью к наследованию и копированию. Инстинктов или какой-то родовой информации в записях нашего мозга нет, сплошная изначально *tabula rasa*. Вот и приходится ориенти-

роваться на то, что уже есть, и старательно воспроизводить чужой опыт для продления собственного существования. В человеческом роду так делалось испокон веков. Благодаря этому выжили и достигли технического совершенства. Однако при этом приволокли к современным компьютерам архаичное преклонение перед чужим прошлым опытом, а также способность непрерывно оглядываться назад: «а как там было?» и вокруг: «а как там у соседей?».

Чтобы понять, как противодействовать интроективному внушению через опыт, нужно попытаться разобраться, в чем кроются недостатки самого подхода «учиться только на чужих ошибках» и «верить только профессионалам». А эти недостатки весьма и весьма опасные, во всяком случае настолько, что мы вправе говорить о «ловушках» опыта.

Перечислим основные «капканы».

Во-первых, любой опыт аккумулирует сведения из прошлого, т. е. того, что уже было и прошло. По существу, это уже отработанная информация, которая хотя бы одноразово, но использовалась. Поэтому в опыте, каким бы бесценным он ни казался, нет и не может быть того, что может понадобиться прямо сейчас или в будущем. Опыт, повторим еще раз, может воспроизвести лишь то, что было, но, как известно, нельзя дважды зайти в одну и ту же реку. Поэтому искать ответ в матрицах пережитого на вопросы грядущие – пустая затея, дающая во многих случаях неверный результат. Ответ на вызов среды – это всегда синтез и рождение нового, но

уж никак не копание по архивам. Подменять прошлым опытом текущую жизнь означает неминуемый технологический откат назад и скорое фиаско всех начинаний. Надо не только идти в ногу со временем, но и чуточку обгонять его – для свободы маневра.

Во-вторых, опыт всегда конкретен. Иными словами, он наработан в конкретной житейской ситуации и строго соответствует только ей! Опыт, как картинка калейдоскопа или мозаичное панно, – всегда неповторим и уникален. Но уберите хотя бы маленький фрагмент, и вся композиция потеряет целостность. Поэтому перенесенный, абстрагированный, проанализированный, собранный опыт – уже не опыт, а чистая дезинформация, ибо в нем начисто отсутствует конкретика той ситуации, в которой он был наработан. Доказать же полное тождество даже внешне аналогичных ситуаций – более чем проблематичная задача. Всегда существует опасность погрешности из-за неучтенных данных или каких-либо скрытых факторов.

В-третьих, любой человеческий опыт всегда субъективен, т. е. он наработан субъектом индивидуально для себя и под себя. Соответствует ли он в точности запросам других субъектов – это вопрос вопросов. К тому же передача опыта – процесс исключительно субъективный и сопряжен с неминуемыми как потерями, так и искажениями того, что передается одним и воспринимается другим индивидуумом. В итоге, как у волшебника-недоучки, может получиться нечто совер-

шенно невероятное.

Кроме того, нажитый опыт, как это ни парадоксально, является серьезной инерционной помехой при выработке принципиально новых стратегий поведения. Человек, как ни крути, все же ленивое существо, и потому мукам творчества чаще всего предпочтет ранее апробированный вариант. Так легче, спокойнее и увереннее. Если раз удалось, то почему бы не попытаться еще раз. По сути, все мы в какой-то мере интроекты собственного жизненного опыта. Он нам диктует «удобное» решение, а мы ему всецело доверяем. До тех пор, пока не попадаем в серьезную переделку, когда возникшая ситуация абсолютно не соответствует нашим прошлым представлениям. Иногда слишком уверовавшему в свой непогрешимый опыт профи это может стоить головы.

Из мемуаров легендарного советского артиллерийского конструктора В.Г.Грабина можно почерпнуть ряд очень поучительных примеров по рассматриваемой теме. Так, Главное артиллерийское управление (ГАУ) отвергало длинноствольные противотанковые пушки на том основании, что... их неудобно будет разворачивать в лесу среди плотного кольца деревьев. На этом особо настаивал главный инспектор артиллерии Воронов, ссылаясь на свой боевой опыт с белопольяками в припятских лесах. В итоге в начале войны пехота не имела легкой и надежной полковой противотанковой пушки. Валовое производство длинноствольной артиллерии началось, когда стала очевидной полная несостоятельность

подобных «контраргументов», а немецкие танковые клинья легко утюжили пехотные цепи Красной Армии.

Другой пример. Начальник бронетанковых войск Павлов, приобретя боевой опыт в Испании, утверждал, что главное в танке – скорость, а не... огонь пушек. Дескать, быстро перемещаясь, танк, используя складки местности (в Испании были горы и не было серьезной техники со стороны противника), как лихой кавалерийский дивизион, прорывает линию обороны противника. Пушка, опять же должна быть исключительно короткоствольная, чтобы не зацепиться за что-либо. Первые Т-34 так и пошли в бой с коротким 76-миллиметровым стволом (на постаментах и в музеях стоит модернизированный, прошедший всю войну легендарный вариант с 85-миллиметровой длинноствольной пушкой – именно это орудие могло состязаться с броней «тигров» и «пантер»). Стиль мышления и стратегического мастерства в конечном счете привел командарма Павлова на расстрельную скамью – равнинная и болотистая Белоруссия им была потеряна в считанные дни. Всегда атакующий комкор Павлов, став командармом, и в мыслях не допускал возможность обороны. Диалектика мышления вне границ житейского опыта была ему совершенно чужда.

Сказанного вполне достаточно для того, чтобы поубавить самоуверенности в достижении успеха путем интроективно-го (т. е. чисто механического, основанного на вере) исполь-

зования чужого опыта. А вот насчет тех «подгрузов», которыми он может быть попутно начинен, должно соблюдать-ся одно неукоснительное правило: с профессионалами вести дело строго в границах их деловой компетенции. И ни на йоту не выходить за эти пределы! Не бояться также об этом сразу предупредить партнера. Более гибкий уход – сослаться на собственное невежество в областях, куда вас навязчиво увлекают. Поверьте, лучше на словах оказаться профаном, нежели испытать судьбу лоха в делах, где вам профессионально внушили липу. Ну а если вы все же готовы поостязаться – тогда не жалейте денег на многочисленных экспертов. Опытного профи разоблачить может лишь еще более опытный спец. Только так.

## 1.4. ВОЛШЕБНЫЙ КЛЮЧИК ИНФОРМАЦИИ, или Я ЗНАЮ, ЧТО ТЫ ХОЧЕШЬ, НО ОБ ЭТОМ НЕ ДОГАДЫВАЕШЬСЯ

*Информация – продукт скоропортящийся, и потому употребить ее надо вовремя.*

*Козьма Прутков, кулинар*

*Наполеон проиграл Ватерлоо, потому что у него не было такой газеты, как «Правда».*

*Анекдот советских времен*

Чтобы человека сделать внушаемым, т. е. интроективным, надо ему сообщить то, в чем он страстно нуждается. Чтобы окончательно подчинить его волю внешней стороне, нужно сообщить ему то, что он скрывает даже от самого себя и боится в этом признаться. Таков вкратце принцип использования информации в целях интроективного манипулирования. Этот принцип станет еще более весомым, если принять во внимание определение понятия «информация».

Традиционно под данным понятием мы подразумеваем некое сообщение, набор каких-то знаков, символов, строчек и т. д., цель которых – содержать «что-то» в определенном виде (коде). На самом же деле информация – это все-

гда сообщение, в котором нуждается получатель. Ни более, ни менее. Именно так понимал ситуацию гениальный разработчик теории информации американский связист К. Шеннон. Таким образом, сообщение только тогда становится информацией, когда в ее получении кто-то нуждается. Отсюда полный карт-бланш возможностей для интродуктивного воздействия на индивида посредством информации. Умеющий предугадывать ожидания и желания фактически заполучает золотой ключик от заветной дверцы души человека и теперь вправе там похозяйничать на свое усмотрение. Надо только – еще раз подчеркнем это – угадать желания и чаяния индивида.

Еще одна неожиданность – такой значимый для нас критерий, как истинность в теории информации решающего значения не имеет. Мы с равной долей воспримем как ложную, так и правдивую информацию, если только в ней нуждаемся. Вообще, если выйти за границы формальной логики, то истинность как критерий вдруг потеряет свою четкую определенность и мы окажемся в плену релятивистских (лат. *relativus* – относительный) величин и отношений. Потому-то так легко осуществляется соблазн информацию переделать, видоизменить, «подклеить» или «урезать», избирательно акцентировать или, наоборот, стушевать, структурировать или даже перенаселить.

Информация как некая специфическая субстанция оказалась удивительно терпимой к изменениям и искажениям,

поскольку для нее это технология функционирования. Ведь даже сам акт приема информации получателем может внести серьезные искажения в ее смысл. Но мы в данном случае говорим об интроективном воздействии, имея ввиду специальную подпитку сообщения, которое ожидают, дополнительной «чужой» программой.

Отдельный аспект – антиинформация, т. е. информация, которую глубоко прячут и от которой всюду защищаются. Это как бы желания индивида наоборот, ибо он пытается всячески избежать нежелательных для него сведений. Владение отвергаемой информацией открывает врата души, наверное, еще шире. Об этом, видимо, догадываются психоаналитики всех мастей и в итоге в награду за свои труды жуют не черствую корочку хлеба, а сдобную булку с маслом. То же можно сказать и о репортерах, для которых утаиваемый скандал – гарантированные дивиденды за нелегкий труд добытчика информации. Но главный куш на планете срывает, конечно, тот, кто формирует мегаинформационные потоки под свои частные интересы. Ведь чтобы угадывать наверняка желания, лучше всего их изначально культивировать по известному наперед алгоритму. С помощью все той же информации. В конечном счете тот, кто производит информацию, и нажимает на рычаги манипулятора. Это нынче все прекрасно понимают, и потому общественное богатство концентрируется именно в сфере информационной коммуникации. Ведь современный человек настолько привык к тоталь-

ности информационного воздействия, что, прекратись оно, и он решит, что наступил час апокалипсиса.

Как научиться защищаться от информационного внушения? Можно, конечно, пойти путем автаркии и полностью обособиться в своем маленьком мирке – моя хата с краю, и мне ничего более не нужно. Можно ничего не желать, впасть в тихое блаженство, полную нирвану или глубокую протрацию и таким образом навсегда защититься от губительного воздействия информационного потока. Можно извести себя навороченными тренингами и методиками до полного «улета», пытаясь перещеголять в скорости компьютерный микропроцессор последней модели.

Все это тупики. Потому что бессмысленно человеку соревноваться с техническими средствами. Как и убежать от того, в чем нуждаешься. Чтобы не «тонуть» в информации и не стать ее рабом, нужно пытаться придерживаться нескольких простых правил.

Правило первое – быть прежде всего самим собой и выполнять только свою индивидуальную миссию. Отсюда автоматически выплывает приоритетность той или иной информации и напрочь отбрасывается «мусорный» поток. Есть, конечно, любители копошиться на свалках, но все же лучше нужную вещь подыскать в специализированном месте.

Правило второе – стараться доверять только своим представлениям, т. е. действовать по принципу: я узнал, я увидел,

услышал, ощутил, я понял и т. д., но ни в коем случае не – мне сказали, мне сообщили, мне доставили.

Правило третье – как можно чаще пытаться информацию самолично добывать и производить, но уж никак не пассивно получать. Именно пагубная привычка к механическому потреблению информации приводит ее к интроективному все-силию над человеком.

И последнее – надо не лениться и не бояться нагружать до отказа свой мозг. Если вы действительно занимаетесь тем, что вас интересует, а не просто тянете лямку жизни – то ваш «аппарат», право, не перегреется. У мозга колоссальные неиспользованные резервы, вот пусть на нас всю и пашет. Но если цель и желания ложные – ждите неминуемого саботажа всего организма, в том числе и по работе с информацией. Информации не бывает слишком много, она бывает только ненужной и бессмысленной.

Ну а если ты знаешь, «кто ты есть», и спокойно пытаешься делать свое дело, то как можно потерять себя под информационным напором? Ведь в конечном счете информация – это не более чем сообщение друг другу о нашем существовании. Так вот в данном раскладе бытие гораздо существеннее...

# 1.5. В ОЧЕРЕДЬ У ЛАВОЧКИ ЗА ЧУДОМ, или ДОВЕРЬСЯ МОЕМУ ДЖИНУ

*– Если вы поверите, то свершится чудо.*

*– Нет, ты сначала сверши чудо, и тогда мы  
поверим!*

*Козьма Прутков. Тернии пророка*

В последние годы в речевом обиходе имиджмейкеров и политологов удачно прижился раннехристианский термин харизма (гр. *charisma* – особая милость, божий дар), харизматическая личность. Поистине все возвращается на круги своя... Как и тогда, во времена неразделенного на концессии православия, эпоха венца второго тысячелетия почему-то вдруг мощно затребовала для своих пиар-технологий личностей с ярко выраженными харизматическими чертами. Вспомним хотя бы многосоттысячные аудитории «целителей»-психотехников-экстрасенсов господ А.Кашпировского и А.Чумака. Или зазомбированных «солдат» Церкви Муна и «Белого братства». Впрочем, консультанты-пиарщики еще не остывших баталий за заветный храм парламентаризма на последних выборах, говорят, особо урожайно для своего кошелька продали свой харизматический товар доверчивым и алчным соискателям на гордое звание «нардеп».

Действительно, не патроны же они клепали и не пироги пекли в своих творческих происках. Продавалась оптом и в розницу... вера в исключительность, особенность и чрезвычайную эффективность предвыборных технологий. Заметьте, не по бартеру и лизингу, а за презренные у.е., СКВ, «зелень», «мосты» и тому подобные котирующиеся величины. Таким образом, убеждать читателя, что харизма нынче в высокой цене не стоит. Очевидно.

Впрочем, так было всегда, просто само явление ранее стыдливо скрывали от тех, кто рьяно маршировал за очередным «харизматическим бульдозером», вымачивая костями неверующих дорогу к светлому будущему. Иосиф Сталин, Лев Давидович Троцкий, Адольф Гитлер, де Голль, Че Гевара, аятолла Хомейни, покойный генерал А. Лебедь, Фидель Кастро, Амуар Каддафи, Саддам Хусейн, мулла Омар и его «друг» Сама бен Ладен, Джордж Сорос, Александр Лукашенко и Владимир Вольфович Жириновский, а также многие другие современные политики или выдающиеся люди – бесспорно, яркие харизматические личности. Им верили и верят сейчас, им поклоняются, они кумиры и проводники для многих миллионов граждан и таковыми останутся впредь, потому что харизматический ореол со временем не тускнеет, а наоборот, сияет еще ярче.

# 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.