

Агеенкова Е.К., Фурманов И.А. Особенности манипуляционных технологий, используемых при создании финансовых пирамид. // Гуманитарно-экономический вестник. – 2009. - №3. – С.110-116.

УДК 316.658:336.717+

**ОСОБЕННОСТИ МАНИПУЛЯЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,
ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ СОЗДАНИИ ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД**
**Some esapclities of psychological manipulation techniniques (manipulative
technologies) used for financial pyramids**

Е.К.Агеенкова, кандидат психологических наук

И.А.Фурманов, доктор психологических наук

Белорусский государственный университет, кафедра психологии

В последние десятилетия получили широкое распространение финансовые пирамиды (ФП), в которых используются приемы психологического манипулирования для побуждения лиц к безвозмездной отдаче денежных средств без предоставления им значимых услуг. Добровольность вступления в ФП является препятствием для осуществления контроля за их распространением и для привлечения ее организаторов к судебной ответственности. Авторами, выступавшими экспертами в уголовном деле о деятельности ФП, было установлено, что манипуляционное воздействие было комплексным и составляло две разные манипуляционные технологии, реализуемые на иницирующей стадии и на стадии членства. В статье дан анализ этих технологий и специальных речевых оборотов, используемых для манипулирования.

Financial pyramids (FP) which are based on techniques of psychological manipulation people and urging them to give their money for no services in return have enjoyed increasing popularity within last decades. Voluntary entry into FP is an obstacle to carrying out the monitoring of their proliferation and to pursuing their organizers. The authors of research that were experts in court cases on FP activities discovered that their manipulative impact was comprehensive and composed of two manipulative technologies that were brought into action at the initiative and membership stages. The article gives an analysis of these technologies and special speech patterns used for manipulation purposes.

В последние десятилетия среди экономических преступлений получили широкое распространение так называемые финансовые пирамиды (ФП), в которых используется психологическое манипулирование для побуждения лиц к безвозмездной отдаче денежных средств. Добровольность вступления пострадавших лиц является серьезным препятствием для осуществления контроля за распространением ФП и для привлечения их организаторов к судебной ответственности. В связи с обращением частных лиц в правовые органы с утверждением, что при вовлечении их в ФП применяются приемы манипулирования, в качестве специалистов следственные органы стали привлекать психологов [1]. В качестве экспертов по делу о деятельности ФП под видом иностранных клубов «Business Club ASTRAN» (BCA), «ENERGEN CLUB» (EnC), «ECONOM CLUB» (EcC), созданных А.Метцлером на территории Беларуси, участвовали авторы данной статьи.

Сотрудниками этих клубов под предлогом предоставления высокооплачиваемой работы в сфере рекламы, получения скидок при покупке товаров и оказания услуг, общения по интересам организовывались «информационные семинары». На эти встречи приглашались «гости», которым доводили до сведения о перспективности бизнес-схемы получения доходов и

склоняли их к вступлению в клубы ВСА, ЕпС или ЕсС. Условием вступления было безвозмездное перечисление в течение суток денежных средств на счет иностранных организаций в размере от 360 до 1420 \$. В дальнейшем, чтобы компенсировать потери, «гости», ставшие членами клубов, должны были привести на информационный семинар других «гостей» и склонить их вступить в члены клуба на тех же условиях. При этом приглашающий и все члены иерархической структуры руководства клуба, включая самого А.Метцлера, имели определенный процент дохода от внесенной суммы.

Исследования особенностей манипуляционных технологий, используемых при создании финансовых пирамид (ФП), основывались на материалах уголовного дела в 70 томах, большую часть которых составляли протоколы допросов лиц, включенных в деятельность ФП.

Был сделан вывод, что в основу их деятельности положена программа или алгоритм, элементами которого являются: определенная система управления клуба; определенная организационная структура клуба, с выполнением четко обозначенных видов деятельности его членами; определенные отношения клуба с юридическими лицами через посредство зарегистрированных общественных организаций; система доказательства и демонстрации законности деятельности клуба; определенные отношения клуба с фирмами, обслуживающими клуб; программа обучения членов клуба; формирование эмоциональной привязанности членов клуба к своей организации; схема принятия вступительного взноса; схема распределения денег; определенные отношения клуба с физическими лицами; определенная последовательность вовлечения физических лиц в деятельность клуба, использование определенных манипуляционных воздействий на вовлекаемых лиц и членов ФП.

При исследовании было выявлено, что манипуляционное воздействие на лиц, включаемых и включенных в деятельность ВСА, ЕпС или ЕсС, было комплексным и составляло в целом манипуляционную технологию. Нами выделены два вида таких манипуляционных комплексов, реализуемых на разных стадиях вовлечения в ФП: 1) на *инициирующей стадии*, на которой оказывалось воздействие на потенциальных членов клубов и 2) на *стадии членства*, на которой оказывалось воздействия на вступивших членов клуба.

Иницирующая стадия, или стадия вовлечения индивида в клуб, путем безвозмездной передачи денежных средств состояла в свою очередь из *двух этапов*.

На *первом этапе* основную роль играл член клуба (инициатор), побуждающий вступить в него потенциальных членов. Методам приглашения потенциальных членов обучались в обязательном порядке все члены клуба, и в первую очередь вновь вступившие рядовые члены.

На «информационном семинаре», который представлял собой *второй этап*, происходило более профессиональное воздействие на потенциальных членов, которое осуществлялось специально обученным представителем руководящего состава клубов ВСА, ЕпС или ЕсС с участием членов клуба.

На *первом этапе первой стадии* инициатор говорил претенденту, что в одной солидной фирме, в которой он уже работает и хорошо зарабатывает,

имеется вакантная должность, на которую он может претендовать. Однако, чтобы пройти отбор, необходимо посетить «информационный семинар». Анализ позволяет выделить основные элементы воздействия на потенциальных членов на данном этапе.

1. Активизация одного из основных жизненных запросов, связанного с улучшением материального положения: поиск работы, скидок при покупке товаров, общения или дополнительного заработка; желание учиться за границей, необходимость иметь деньги для лечения родственников и т.п. При этом осуществлялось мотивирование на встречу на посещение информационного семинара.
2. Усиление запросов, связанных с улучшением материального положения, путем демонстрирования улучшения благосостояния инициатора.
3. Усиление запросов, связанных с улучшением материального положения, путем подчеркивания качеств деловитости потенциальных членов: «знаю тебя как толкового, поэтому уверен, что мы вместе заработаем кучу денег» и т.п.
4. Подчеркивалось, что возможность зарабатывания денег связана не с разворачиванием бизнеса на «пустом месте», а связана с включением в солидную фирму.
5. Усиление мотивации путем предложения претенденту произвести благоприятное впечатление на представителя афишируемой организации.
6. Использование приема «неполной информации». Якобы более полно всю информацию можно получить на «информационном семинаре».

Второй этап первой стадии, или «информационный семинар» представлял собой хорошо разыгранный для вовлекаемых лиц спектакль с определенным ролевым поведением членов клуба. Его вел энергичный ведущий, рассказывавший о новых возможностях зарабатывания денег. В конце он предлагал вовлекаемым быстро принять решение о вступлении в клуб, оформить необходимые документы и к вечеру внести требуемую сумму.

На этой стадии нами выявлены следующие основные элементы воздействия на потенциальных членов.

1. Усиление жизненного запроса, связанного с улучшением материального положения потенциальных членов. Для этого ведущий указывал, что после вступления в клуб претенденты приобретут хорошую работу, смогут хорошо зарабатывать, отдыхать за границей, получать скидки при покупке товаров и т.п. При этом часто назывались те блага, которые выявлялись инициатором на первой стадии вовлечения.
2. Применение критики обыденных способов жизнедеятельности и способов зарабатывания денег.
3. Применение вопросов типа «Хотите ли вы жить лучше?», обращаемых к претендентам. Естественно возникающий ответ «Да», как согласие со словами ведущего, распространяется на все остальные его предложения.
4. Создание у претендента впечатления простоты зарабатывания денег и быстрого обогащения (нужно привести в клуб только как минимум 3-х человек).

5. Усиление желания вступить в клуб происходило и путем рекламирования таких его возможностей, как групповое взаимодействие и совместное проведение досуга: еженедельные собрания клуба, куда будут приглашаться знаменитые артисты, выезды на природу, семейные праздники и т.п. В связи с тем, что человек по своей природе социален, но в обыденной жизни ему не хватает эмпатических связей с другими, то данное предложение задевает аффективную сферу претендента и вызывает желание присоединиться к команде клуба.
6. Подчеркивание перед потенциальными членами клуба законности деятельности клуба и принадлежности его к иностранному бизнесу.
7. Демонстрация общности, массовости клуба создавала у претендента представление о дружной команде и активизировала у него желание принадлежать ей.
8. Демонстрация приветливости по отношению к претенденту и заинтересованности в его личной жизни вызывало у него эмпатию по отношению к членам клуба, желание взаимодействовать с ними и снижало критичность его мышления.
9. На семинаре каждый претендент был изолирован от других претендентов и находился в контакте только с инициатором и другими членами клуба, что не давало возможности консультирования.
10. Используемые музыкальные произведения создавали приподнятое настроение у претендента, что также снижало критичность его мышления.
11. Часто принятие решения вступить в клуб путем активизации чувства неловкости или стыда перед инициатором, которого «ругали» за то, что он привел неподходящего претендента.
12. Описанные методы психологического воздействия усиливались в окружении специально сформированного социального пространства, представляющего собой активно и эмоционально реагирующую «толпу».
13. Повышению доверия к клубу способствовало также то, что претендента вовлекали лица из круга его знакомых
14. Важным элементом манипуляционного воздействия является организационная структура процедуры воздействия, включающая расстановку и распределение ролей среди лиц, участвующих в манипуляции, включая самого вовлекаемого.

Анализ показывает, что способ воздействия на потенциальных членов клубов ВСА, ЕнС и ЕсС заключался в том, чтобы с использованием как индивидуального воздействия, так и с использованием групповых механизмов последовательно провести следующие суггестивные процедуры: 1) активизировать естественную потребность человека улучшить материальное благополучие; 2) обозначить в качестве объекта реализации потребности в улучшении своего материального благополучия деятельность в клубе ВСА, ЕнС или ЕсС; 3) снизить критичность мышления; 4) усилить аффективную сферу с положительной ориентацией на данные клубы.

Анализ документов позволил выявить также психологическое влияние на *второй стадии*, или стадии их членства в клубе, позволяющее участвовать

членам клубов ВСА, ЕпС и ЕсС в обмане других граждан, побуждая их безвозмездно отдавать деньги манипуляторам. Оно заключалось в следующем.

1. Проводились специальные занятия, на которых осуществлялось мотивирование членов клубов ВСА, ЕпС и ЕсС на успех в финансовой сфере. При активизации потребности улучшить свое материальное благополучие подавлялись такие чувства, как честность, совесть, законопослушание.
2. Обязательными были посещения «учебы», на которой, с одной стороны, проводилось мотивирование на успех в экономической сфере, с другой, проводилось обучение психологическим приемам вовлечения физических лиц в клуб.
3. Поощрение (подарки, сертификаты, поздравления, повышение статуса и иерархической позиции в руководстве клуба, премирование и т.п.) наиболее успешных членов в деятельности по приглашению новых членов с отчуждением ими денежных средств.
4. Члены клуба привлекались к участию в вечерах отдыха и в аналогичных коллективных мероприятиях. Данные мероприятия с точки зрения социальной психологии способствуют усилению межличностных взаимодействий, эмпатии членов клуба друг к другу и в целом формированию группы. Эффектами сформированной группы в клубах являлись: 1) формирование у ее членов чувства принадлежности к ней и в отдельных случаях зависимости от нее и 2) эффект «группового давления», когда коллективные установки и мнения становятся доминирующими в деятельности человека и определяют его ориентацию на осуществление этой деятельности. Часто вовлеченность в групповое взаимодействие являлась для членов клуба (особенно для тех, кто не занимался вовлечением других в члены клуба) своеобразной компенсацией понесенных убытков («потерял деньги, но приобрел друзей»).
5. Усиление зависимости от группы (в нашем случае от клуба ВСА, ЕпС или ЕсС) происходило путем вовлечения членов клуба в сговор по «обработке» «гостей» на информационном семинаре с целью склонить их вступить в клуб с отчуждением денежных средств. В данном случае имеется эффект «связывания» членов группы общей предосудительной деятельностью или обманом.
6. Требования постоянно осуществлять деятельность по вовлечению физических лиц в члены клуба с отчуждением ими денежных средств, исходящие от руководящих лиц.
7. Контролирование эффективности деятельности подчиненных организационных структур и подчиненных лиц по вовлечению физических лиц в члены клуба с отчуждением ими денежных средств.
8. Подчеркивание возможности компенсировать понесенные убытки при вступлении в клуб путем вовлечения физических лиц в члены клуба с отчуждением ими денежных средств.
9. Подчеркивание законности и международной значимости деятельности клубов ВСА, ЕпС и ЕсС. Легальность деятельности клубов в сознании ее

членов подтверждалась также тем, что его руководители прибегали к использованию известных специалистов (в основном юристов и психологов).

Таким образом, анализ способов воздействия на членов клубов ВСА, ЕпС и ЕсС позволил выделить следующие составляющие: мотивирование членов клуба на успех в финансовой сфере; включение членов клуба в активное взаимодействие друг с другом и обучение методам вовлечения; побуждение членов клуба к вовлечению физических лиц в члены клуба с отчуждением ими денежных средств; поощрение лиц, наиболее эффективно осуществлявших деятельность по вовлечению физических лиц; напоминание о понесенных убытках; подчеркивание значимости и законности деятельности клуба.

Сравнительный анализ способов воздействия на потенциальных членов и на членов ФП показывает, что воздействие на претендентов было более завуалированное, поэтому у них на семинаре возникало впечатление, что они делают самостоятельный выбор. Однако в последующем большинство из них четко осознавали, что подвергались психологическому воздействию.

В целом манипуляционное воздействие на потенциальных членов заключалось в целенаправленном снижении критичности мышления. Воздействие на вступивших членов заключалось в использовании как неосознаваемых механизмов психологического влияния (групповое давление и сплоченность, мотивирование на успех в финансовой сфере, поощрение), так и осознаваемых (обучение, побуждение, контроль, подчеркивание возможности компенсации понесенных убытков).

Анализ материалов следствия позволяет сделать вывод, что членами клуба использовались следующие специальные *речевые обороты*, чтобы склонить потенциальных членов к посещению информационного семинара.

1. Группа речевых оборотов, связанных с так называемой «подстройкой» [2] к состоянию человека. Члены клуба подстраивались чаще всего к: 1) естественной потребности человека в улучшении своего материального состояния (в связи с этим они обращались к тем, у кого эти потребности были актуальны), к 2) к его естественной самозначимости, или значимости своего «Я».
2. Группа речевых оборотов, обозначающих заинтересованность состоянием дел потенциальных членов (претендентов, кандидатов в члены клуба). С одной стороны подобная заинтересованность является подстроечной под естественную самозначимость человека, с другой - при оглашении им своих запросов и проблем дает возможность инициатору предложить необходимые варианты решения, с третьей - дает возможность начать и поддерживать разговор.
3. Речевые обороты, направленные на то, чтобы вызвать заинтригованность. Главным показателем таких речевых оборотов является сообщение о неких «шикарных» и при этом вполне доступных возможностях, но в нем присутствует недоговоренность. Чтобы получить более полную информацию, предлагается посетить информационный семинар. Применяется при этом прием ответа вопросом на вопрос.

4. Речевые обороты, направленные на то, чтобы вызвать зависть и доступность достижений.
5. Речевые обороты, приводящие к «перекрыванию реальностей» [2] и вызывающие перегрузку сознания информацией. Это специальный прием манипуляции, позволяющий инкорпорировать в сознание необходимую информацию, которая определяет дальнейшее поведение человека. Анализ материалов следствия показывает, что при приглашении на информационный семинар потенциальному члену сообщались как минимум следующие, не связанные между собой виды информации: 1) его спрашивали о личной жизни; 2) сообщали о какой-то фирме и людях, умеющих зарабатывать; 3) сообщали о своих успехах. Ключевыми фразами, инкорпорируемыми в сознание при этом являются следующие: «Я могу помочь тебе заработать деньги» и «Для этого, чтобы зарабатывать много денег, необходимо явиться не семинар».
6. Речевые обороты, направленные на рекламу возможностей клуба.
7. Речевые обороты, направленные на то, чтобы потенциальный член был заинтересован в том, чтобы понравиться членам клуба, иначе его могут не принять в свой круг.

Анализ личностных особенностей лиц, вовлеченных в финансовую пирамиду, показывает, что среди них большую часть составляют психически здоровые и активные люди, и что свой выбор они сделали вполне осознанно. Однако благодаря использованной технологии манипуляции на момент принятия решения у них была снижена критичность мышления. Причем практически у всех вовлеченных в пределах суток происходило осознание того, что их просто обманули. В связи с этим дальнейшее участие вовлеченных в деятельности клубов ВСА, ЕпС или ЕсС определялось или вынужденной необходимостью (компенсации утраченных денег), или желанием личного обогащения. Таким образом, деятельность членов ФП направлялась на поиск и вовлечение в свои клубы других лиц.

Предложенный подход к анализу манипуляционных технологий, используемых в ФП, в отличие от известных [1], позволяет определить механизм формирования *лавинообразного эффекта* включения масс народа в ее деятельность. С нашей точки зрения, он обусловлен тем, что у отдельных лиц сформировалась, с одной стороны, зависимость от социальной структуры ФП, с другой, потребность в вовлечении других лиц в ФП. По сравнению с описанными в литературе приемами манипулирования [3], в данном исследовании ФП выявлены не только отдельные технологии, но и организационная структура комплексного воздействия на индивида с целью направленного изменения его поведения.

Литература

1. Болтян, Е.Н. Некоторые аспекты использования специальных психологических знаний при расследовании уголовных дел, связанных с созданием финансовых пирамид /Е.Н.Болтян. // Вопросы криминологии, криминалистики и судебной экспертизы. – 2006. - № 1. –С.191-199.
2. Гриндер, Д. Структура магии / Д. Гриндер, Р. Бэндлер.– М.: КААС, 1995. – 518 с.

3. Например: Психология влияния / Хрестоматия. – СПб.: Питер, 2000. –503 с.; Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф.Зимбардо, М.Ляйппе. – СПб.: Питер, 2000. – .444 с.; Тернер, Дж. Социальное влияние / Дж Тернер. – СПб.: Питер, 2003. –256 с.