





Алексей Филатов

# НОВЫЕ ЗАПИСКИ ПРОФАЙЛЕРА



Издательство АСТ  
Москва



# ПРЕДИСЛОВИЕ

**К**нига, которую вы держите в руках — сборник лучших статей, посвященных профайлингу и детекции с середины 2023 года. Профайлинг — это дисциплина, которая с разных сторон изучает человека для того, чтобы лучше объяснять, почему и как человек будет поступать в той или иной ситуации, как будет думать и оценивать происходящее вокруг. Сегодня профайлинг является широко применяемым методом в различных областях, таких как криминалистика, психология, маркетинг, менеджмент и другие.

В книге также представлены основные методы и техники профайлинга, используемые в криминалистике, которые помогают правоохранительным органам определять тип личности и характеристики потенциального преступника. Вы также узнаете о том, как профайлинг может помочь в борьбе с серийными преступниками и как правильно собирать информацию и анализировать данные. Вы узнаете, как правильно определять тип личности людей вокруг вас, понимать их мотивы и цели, а также научитесь эффективно коммуницировать и взаимодействовать с ними. Вы научитесь узнавать, какие типы личности вам лучше подходят в различных сферах жизни и как использовать эту информацию для достижения своих целей.

Книга имеет 9 разделов по наиболее актуальным темам, посвященным:

- когнитивные искажения и когнитивистика;
- ложь и детекция лжи;
- лицо и эмоции;
- психотипологии;
- ценности и личностные качества;
- социальная психология и коммуникации;
- аналитика и исследования;
- оценка персонала;
- криминалистика и патология.

Изучение этих разделов позволит вам хорошо понимать текущее состояние развития профайлинга и пользоваться самыми современными инструментами.

Желаю вам приятного и познавательного чтения!

Более детально с этими и другими статьями вы можете познакомиться в моем телеграм-канале, где всегда найдете самую качественную, современную и практичную информацию по профайлингу: [T.me/ProProfiling](https://t.me/ProProfiling)



*Филатов Алексей.*

# 1. КОГНИТИВНЫЕ ИСКАЖЕНИЯ И КОГНИТИВИСТИКА

## Профайлинг и эвристика доступности

**Эвристика** — это совокупность приемов и методов, облегчающих и упрощающих человеку процесс принятия решения, особенно касающегося каких-либо практических задач. Когда мы говорим: «Эврика!», это означает, что мы что-то поняли, открыли для себя, узнали интересное или новое. В переводе с греческого это слово означает «открывать, понимать». Проще говоря, термин **«эвристика доступности»** означает, что мы лучше понимаем то, что находится в непосредственной зоне нашей доступности.

Во многом именно за исследования этой эвристики Д. Канеман получил Нобелевскую премию в 2002 году. В 1974 году он вместе с А. Тверски опубликовал базовую работу «Принятие решений в условиях неопределенности», значительная часть которой была посвящена изучению этой эвристики. По Д. Канеману и А. Тверски **эвристика доступности** — это интуитивный процесс,

**в котором человек, принимающий решение, оценивает частоту и вероятность события по легкости, с которой примеры этого события приходят ему на ум или вспоминаются.** Эвристика доступности — это тенденция принимать решения, основываясь на доступности той или иной информации в нашей памяти.

Именно то, что первым вспоминается, когда мы думаем о задаче или решении, является для нас наиболее доступным и определяющим: если мы что-то отчетливо помним, то этот опыт автоматически становится для нас более важным. И, как вы понимаете, такой подход несет в себе множество сложных моментов и возможных ошибок. **Большинство людей считает «железной» правдой то, что они хорошо помнят. И наоборот — они начинают сомневаться в опыте, который плохо помнят или забывают, то есть который не находится в их «доступности».** В конце концов этот опыт либо корректируется в воспоминаниях, либо просто вычеркивается из памяти и жизни. Фактически все происходит по принципу «с глаз долой — из сердца вон». Однако на нашу память можно легко повлиять: достаточно что-то чаще напоминать или преувеличивать его значимость.

На легкость вспоминания того или иного опыта также легко повлиять. **Мы по умолчанию лучше запоминаем интенсивные эмоциональные переживания, простые, шаблонные, известные и повторяющиеся события, а также то, что произошло недавно.** Наш мозг считает такие события более важными, чем остальные. Но совершенно не факт, что они действительно более значимы: воспоминания о них просто обладают более легкой доступностью.

Если мы сталкивались с каким-либо событием недавно, многократно или в момент сильных эмоций, то

воспоминание о нем становится для нас более **«настоящим» и правдивым**. При этом сам факт наличия опыта не принципиален — мы можем даже придумать или вообразить его. Например, кто-то легко может представить, что его машину угоняют или повреждают. Или что любимый человек проводит время с кем-то другим. И хотя таких фактов в жизни не было, легкость воображения делает эти события для нас высоко- или маловероятными. К тому же не будем забывать про медиа, которые упрямо повторяют одно и то же, чтобы мы не забывали.

Также нужно учитывать, что **простые и конкретные события представить легче, чем абстрактные и сложные**. Например, мы без труда представим, что нашу машину повредили на парковке, чем то, как ведет себя электрон или бозон Хиггса. Хотя вокруг нас существуют бесчисленные электроны и лишь единичные случаи повреждения автомобиля. Но, учитывая, что порча машины вызывает у большинства людей гораздо больше эмоций, чем «виртуальный электрон», простыми эмоциональными вбросами можно манипулировать не только общественным мнением, но и личными решениями.

Таким образом, наши решения в большей степени подвержены влиянию яркой, красочной и персонализированной информации, чем абстрактной или статистической. А если у нас нет информации о каком-либо событии или феномене, мы склонны считать его несущественным или вовсе не существующим.

Например, вы являетесь сторонником соционической типологии, а ваш знакомый — гороскопа. Вы хорошо знаете соционику, а гороскоп — нет. Он же, наоборот, прекрасно знает гороскоп, а соционику почти не изучал. То, что вы знаете лучше, становится для вас доступным рабочим инструментом: вы уверены,

что соционика работает на 100%, а гороскоп считаете ерундой. У вашего знакомого ситуация противоположная. Интересно, что оба вы можете быть успешны в реализации одного проекта, но каждый будет пользоваться своим инструментом, считая его более правильным и надежным. Эти противоположные мнения — результат работы эвристики доступности: каждый из вас чаще сталкивается со своим продуктом и хорошо его знает.

Похожая ситуация наблюдается и в рекламе. Она помогает нам сделать выбор, иногда вполне удачный. Но важно понимать: не покупаем ли мы товар только потому, что он нам знаком? Частота упоминаний или популярность бренда не гарантирует, что именно этот продукт лучше подходит под наши потребности. Возможно, на рынке есть более подходящие варианты, но мы их игнорируем, потому что они вне нашей эвристики доступности.

Эвристику доступности можно описать и метафорой «фонаря». Представьте человека, ищущего потерянные документы в темноте. Он ищет их только там, где светло — под фонарем, хотя потерял совсем в другом месте. Мы часто ищем информацию именно там, где удобнее, а не там, где она действительно находится. Эта метафора легко воображается и именно поэтому хорошо демонстрирует сам принцип эвристики: яркие образы и истории легче понять и запомнить, чем абстрактные термины вроде «эвристика доступности».

Подводя итоги, важно помнить: когда мы принимаем решение, полезно спросить себя — не слишком ли мы полагаемся на первые воспоминания, случаи и мысли, пришедшие в голову? Старайтесь принимать решения не только на основе первого, что вспомнилось, но и дополнительно анализируйте ситуацию.

Важный нюанс: если вы действительно авторитет в своей области и обладаете экспертными знаниями, ваши интуитивные эвристические решения будут чаще оказываться правильными, потому что основаны на большом опыте. Но даже в этом случае важно не злоупотреблять доверием к собственной памяти. И наоборот — чем меньше у вас опыта в какой-либо сфере, тем более ошибочными будут ваши эвристические решения.

### **Как снизить влияние эвристики доступности при оценке человека?**

- 1. Выпишите факты против яркой версии.** Найдите минимум 3 альтернативных объяснения поведения и 3 факта, которые противоречат «самому запоминающемуся» сценарию.
- 2. Вернитесь к базовым частотам.** Что типично для подобных случаев? Какова статистическая база, а не единичный яркий кейс?
- 3. Разделите «видел/читал» и «проверил».** Отметьте, что вы реально наблюдали сами, а что получили из пересказов или медиа.
- 4. Нормируйте эмоции.** Отложите вывод до спада эмоциональной реакции (правило «20 минут/одна ночь»), затем пересмотрите оценку.
- 5. Якоря по времени.** Просите конкретики: когда? где? кто видел? какие записи/факты это подтверждают?
- 6. Структурируйте интервью.** Используйте неизменный сценарий вопросов, чтобы одна яркая деталь не «увела» беседу в сторону.
- 7. Проверяйте «правдоподобность через детали».** Визуальные и сенсорные «живые» подробности могут быть намеренно добавлены — сами по себе они не доказательство.

## Эвристические бритвы: как мыслить проще и яснее при оценке человека?

**10 наиболее известных «бритв» — эвристических принципов, применяемых для анализа утверждений и поведения.**

Эти когнитивные инструменты помогают быстрее и точнее разбираться в мотивах и действиях людей, избегая излишних допущений и ложных объяснений.

### 1. Бритва Хэнлона

*Формулировка:* Не приписывайте злой умысел тому, что можно объяснить глупостью или ошибкой.

*Смысл:* Люди чаще ошибаются или действуют нерационально, чем сознательно вредят. Хотя бывает, что ошибки и умысел могут сочетаться.

При анализе поведения важно учитывать, что запутанные действия человека не всегда продиктованы стремлением сознательно навредить. Чаще это результат ошибок, реакции на стресс, незнания и пр.

### 2. Бритва Оккама

*Формулировка:* Не умножай сущности без необходимости.

*Смысл:* Из двух гипотез при прочих равных выбирается та, которая проще, с наименьшим числом допущений.

То есть при анализе версий и объяснений проще начать с самых прямых причин, а не искать «глубинные заговоры» там, где достаточно простого объяснения.

### 3. Бритва Хитченса

*Формулировка:* То, что утверждается без доказательств, может быть отвергнуто без доказательств.

*Смысл:* Бремя доказательства лежит на утверждающем.

Таким образом, если собеседник выдвигает сильное заявление, но не подкрепляет его фактами, нет необхо-

димости его опровергать — достаточно зафиксировать отсутствие доказательств.

#### **4. Бритва Ньютона**

*Формулировка:* Не следует допускать больше причин, чем необходимо для объяснения явлений.

*Смысл:* Близка к бритве Оккама, но применяется чаще в естественных науках.

При анализе событий избегайте избыточных объяснений и вариантов: чем больше «подстраховок» в версии, тем выше риск ошибки.

#### **5. Бритва Альдера**

*Формулировка:* То, что не может быть проверено экспериментом или наблюдением, не стоит обсуждения.

*Смысл:* Жесткий эмпиризм: если нельзя проверить — спор теряет смысл.

Не тратьте время на гипотезы о поведении человека, если их нельзя подтвердить наблюдением, фактами или другими точными сведениями.

#### **6. Бритва Ротхейна**

*Формулировка:* Когда сталкиваешься с альтернативой между некомпетентностью и заговором — выбирай некомпетентность.

*Смысл:* Расширение бритвы Хэнлона. Большинство проблем — результат хаоса, ошибок и плохой организации, а не злого умысла.

Для профайлера это означает, что не всегда противоречия в речи или действиях — признаки обмана. Часто это просто ошибки восприятия или изложения информации другой стороной.

#### **7. Бритва Моргана**

*Формулировка:* Не спешి приписывать кому-то высшие цели и способности, если его поведение можно объяснить более простыми механизмами.

*Смысл:* За «высокими мотивами» чаще скрываются обычные человеческие потребности.

Да, человек может выдавать свои поступки за «миссию», «высокую матерiu» и пр., но в основе чаще будет банальный страх, личная выгода, давление социального окружения или ситуации.

### **8. Бритва Сагана**

*Формулировка:* Чрезвычайные утверждения требуют чрезвычайных доказательств.

*Смысл:* Чем необычнее заявление, тем выше должен быть уровень доказательств.

То есть, если человек выдвигает невероятные оправдания, спросите себя: есть ли у него серьезные факты, подтверждающие его слова?

### **9. Бритва Гелле**

*Формулировка:* Если эксперт или СМИ системно ошибаются в теме, в которой вы разбираетесь, не стоит доверять им и в других темах.

*Смысл:* Бритва скепсиса к источникам. Одна системная ошибка подрывает доверие в целом.

Для профайлера это означает, что, если человек один раз попался на серьезной лжи, вероятность других фактов обмана в прошлом и будущем резко возрастает.

### **10. Бритва Хьюма**

*Формулировка:* Если причина недостаточна, чтобы вызвать наблюдаемое следствие, ее нужно либо отвергнуть, либо дополнить.

*Смысл:* Недостаточные объяснения нельзя принимать без уточнения дополнительных факторов.

*Для профайлера:* Когда версия подозреваемого слишком «узкая» и «зыбкая» и не объясняет всего масштаба событий, это явный сигнал о необходимости чувствительных уточнений или сомнений в его искренности.

Эвристические бритвы помогают нам мыслить яснее и избегать соблазна усложнять то, что можно объяснить проще. В оценке людей и их поступков эти принципы особенно важны: они позволяют отличить случайные ошибки от намеренной лжи, хаос — от умысла, а факты — от выдумок. Используя их, мы получаем более точную и объективную картину поведения человека.

## Принципы иррационального поведения и мышления человека в духе тезисов Карло Чиполлы

Карло Чиполла в своей знаменитой книге «Фундаментальные законы человеческой глупости» описал парадоксальные, но точные закономерности человеческого поведения. Ниже приведены дополнительные принципы в том же духе. Они помогают лучше понимать иррациональность, ошибки и самообман, которые напрямую влияют на восприятие, решения и межличностное взаимодействие.

1. Большинство людей принимает решения не ради цели, а чтобы минимизировать дискомфорт от самой ситуации выбора.

То есть выбор часто определяется не рациональностью, а стремлением скорее избавиться от напряжения.

2. Человек, не осознающий своей некомпетентности, действует с наибольшей уверенностью и рвением.

Это создает иллюзию авторитетности там, где на самом деле — пустота.

3. Те, кто разрушает общее, а не свое, почти всегда искренне считают, что «так будет лучше».

Человеческая иррациональность часто прикрывается благими намерениями.

4. Люди не различают: «мне неудобно» ≠ «это неправильно».  
Субъективный дискомфорт подменяет моральное или логическое суждение.
5. Рациональные доводы бессильны против иррациональной идентичности.  
Когда человек строит свое «я» на иррациональной основе, логика перестает действовать.
6. Чем меньше человек разбирается в теме, тем более обобщенными категориями он мыслит и спорит.  
Отсюда и поверхностные «универсальные» объяснения всего и вся.
7. Стремление казаться разумным часто важнее, чем быть разумным.  
Образ превосходит содержание — особенно в публичных ситуациях.
8. Наибольший вред группе наносят не враги, а лояльные глупцы.  
Ошибки союзников оказываются куда разрушительнее, чем усилия противников.
9. Большинство ошибок — результат не злого умысла, а упорства в некомпетентности.  
Неосознанная глупость более устойчива, чем злой умысел.
10. Массовая уверенность не делает суждение правильным — только устойчивым.  
Коллективное заблуждение может длиться очень долго.
11. Люди путают привычное с безопасным, массовое — с разумным, громкое — с важным.  
Привычка и шум легко маскируются под истину.
12. Если человека не наказывать за некомпетентность, он воспримет ее как допустимую стратегию.  
Без санкций глупость становится нормой.

13. Самоутверждение через разрушение чужого слабый субъект воспринимает как «достижение».

Разрушать проще, чем создавать.

14. В любой системе, где нет санкций за глупость, она начинает доминировать.

Это закон самовоспроизводства хаоса.

15. Человек, однажды получивший преимущество случайно, будет считать его результатом собственных достоинств.

Случайность выдается за закономерность.

16. Уверенность, энергия и разрушительность в поведении часто скрывают пустоту содержания.

Громкость не равна глубине.

17. Большинство людей путают влияние с компетентностью, а харизму — с разумностью.

Внешняя привлекательность часто принимается за ум.

18. Если глупость поощряется — она размножается быстрее, чем здравый смысл.

Стимулы определяют динамику любой системы.

19. Там, где от людей не требуют думать, думать перестают даже способные.

Отсутствие запроса на развитие рождает деградацию.

20. Самый устойчивый тип мышления — не рациональный, а самоподдерживающийся.

Человеческий ум часто больше заботится о сохранении собственных иллюзий и точек зрения, чем о поиске истины.

Эти принципы еще раз нам напоминают, что глупость и иррациональность — не исключения, а системные свойства человеческого поведения. Понимание их помогает точнее оценивать мотивы, прогнозировать ошибки и видеть за поступками людей скрытые механизмы.

## 10 Законов Мерфи, отражающие принципы нашего мышления и принятия решений

Законы Мерфи — квинтэссенция инженерного и научного фольклора, афористичные формулы, облеченные в видимость строгих принципов, законов и следствий.

История началась в 1949 году, когда капитан ВВС США Эдвард А. Мерфи-младший, инженер-исследователь, разработал новое устройство для экспериментального тестирования. Испытание провалилось: техник подключил прибор неправильно. Мерфи произнес ставшую знаменитой фразу:

*«Если существуют два способа сделать что-либо, причем один из них ведет к катастрофе, то кто-нибудь обязательно выберет именно этот способ».*

Служивцы быстро окрестили это «Законом Мерфи». Позднее понятие разрослось в целую систему наблюдений. В 1977 году в Лос-Анджелесе вышел сборник Артура Блоха «Закон Мерфи и другие причины, по которым все идет наперекосяк», который имел оглушительный успех и породил новые книги и десятки «законов».

Вот несколько из них, особенно метко описывающих человеческое поведение и управление людьми:

**1. Если нужно срочно сделать какое-либо дело — обратись к тому, кто занят больше всех.**

Самые надежные обычно перегружены.

**2. Если за работу отвечает более одного человека, виновного не найти.**

Размытая ответственность = отсутствие ответственности.

**3. Если вы хотите, чтобы команда выиграла прыжки в высоту, найдите одного человека, который**

может прыгнуть на семь футов, а не семерых, прыгающих по одному.

Качество важнее количества.

4. Всегда не хватает времени, чтобы выполнить работу как надо, но на то, чтобы ее переделать, время находится.

Эффект «срочной халтуры».

5. Время, затраченное на обсуждение проблемы, обратно пропорционально ее значимости.

Чем тема проще, тем жарче спор.

6. Восемь человек справляются с работой десяти лучше, чем двенадцать.

Избыточное число участников снижает эффективность.

7. Если есть вероятность того, что какая-нибудь неприятность может случиться, она обязательно произойдет.

Закон фатальной вероятности.

8. Оптимальные условия для того, чтобы что-нибудь сломалось — это ситуация, когда ломаться нечему.

Абсурдные сбои наиболее вероятны.

9. Если со стороны все выглядит удовлетворительно — значит, вы что-то упустили.

Внешнее благополучие часто скрывает пробелы.

10. Все можно наладить, если вертеть в руках достаточно долго. (А если ничто другое не помогает — прочтите инструкцию!).

Последний ресурс — внимание к деталям.

**Абсолютный закон Мерфи:** когда вы пытаетесь кому-то показать, как работают законы Мерфи, они перестают работать.

Законы Мерфи — это не только юмор, но и отражение человеческой психологии. Они показывают, как

люди совершают ошибки: из-за перегрузки и многозадачности, размытости ответственности, переоценки мелочей или недооценки скрытых рисков. Для профайлера это напоминание: даже самые «очевидные» закономерности в поведении могут давать сбои. Но именно в этих сбоях и проявляется истинная логика человека.

## Ретроспективные искажения в профайлинге

Это довольно большая группа когнитивных искажений, связанных с особенностями восприятия и оценки людьми своего прошлого.

Одна из особенностей нашего мышления состоит в том, что мы, владея информацией о будущих переменных, не в состоянии мысленно вернуться в прошлое и восстановить свое прежнее мнение по какому-либо вопросу. То есть, если мы знаем, как закончилась та или иная ситуация, то оценить ее без учета этих знаний мы уже не можем: наши ментальные стратегии моментально перестраиваются с получением новой информации.

Как только мы построили новую картину мира или его части, старая стирается — и мы уже не вспомним, как и во что верили раньше.

На эту особенность обращали внимание еще древние греки, но первыми в научной литературе ее описали студенты Д. Канемана — Барух Фишхоф и Рифь Бейт в 1972 году, опубликовав статью, в которой назвали этот феномен «ошибкой хиндсайта».

**Ошибка хиндсайта** — это склонность считать событие более предсказуемым после того, как оно уже произошло. Например, в 2016 году перед выборами президента США почти никто не ставил на победу Д. Трампа, а уже после этой победы большинство аналитиков

с экранов телевизоров говорили, что все на самом деле было прогнозируемо. При этом все они демонстрировали ошибку хиндсайта — знание задним числом. Но задним числом нам понятно очень многое. Ошибка хиндсайта — это стремление преувеличивать способность предвидеть, как все произойдет, после того как исход становится известным. В этот момент большинство из нас говорит: «Я так и знал!».

Когда что-то уже случилось, мы полагаем, что легко могли предсказать это заранее. Когда человек узнает о результате какого-либо события, то для него оно становится более понятным и простым, так как он теперь знает его исход. Тогда, когда выводы и результаты неясны, предположить, в чем смысл события, очень трудно. Финансовые аналитики всегда могут объяснить, почему доллар стоит, например, 70 рублей. Но спрогнозировать, когда именно он будет стоить столько, — практически невозможно. Или, когда мы узнаем об обмане близкого нам человека или партнера, мы скорее скажем себе: «Я так и знал», хотя, вероятнее всего, ничего особенного мы не знали и не думали до того момента, пока это не случилось.

Один из частых примеров ошибки хиндсайта — предпринимательство. Большинство предпринимателей понимают: нет никаких гарантий, что их дело будет успешным. Львиная доля стартапов и новых компаний закрывается, не проработав и двух лет. Тем не менее, многим удается убедить себя в том, что в их случае все будет по-другому. Начинающие предприниматели весьма оптимистичны относительно собственных шансов преуспеть. Например, в ходе исследования психологов С. Кассера и Г. Крейга в 2009 году было опрошено 1700 предпринимателей, которые были на пороге открытия своего бизнеса: их интервьюировали прямо

при подаче документов на регистрацию компании. Их попросили оценить свои шансы на успех. Почти 90% безоговорочно верили в успех. Через полтора года их снова опросили и оказалось, что около 50% из них вообще закрыли свой бизнес. Тогда им задали вопрос: «Как вы оценивали свои шансы на успех перед открытием компании?» Спустя полтора года на этот вопрос с уверенностью ответили только 40% предпринимателей.

**В целом ошибка хиндсайта проявляется в трех эффектах:**

- эффекте неизбежности,
- эффекте предсказуемости,
- и искажении памяти.

В первом случае, узнав о развязке событий, мы начинаем считать ее неизбежной или наиболее вероятной. Здесь работает пример избрания Трампа. Эффект предсказуемости — это то, что случается с нами при обмане: когда мы ретроспективно говорим себе «это же было очевидно!». А третий феномен связан с нашей способностью к обновлению знаний: когда мы узнаем новую информацию, все, что мы помним о конкретном предмете или явлении, начинает подстраиваться под нее. Мы начинаем забывать изначальную информацию и мыслить, используя новейшую. Это пример про предпринимателей.

Ретроспективное искажение оказывает значительное влияние на нашу оценку решений и действий лиц, принимающих решения. Сторонние наблюдатели (например, обычные люди) чаще всего оценивают такие решения уже по факту их совершения, после того как все события произошли, и они обладают более полным ретроспективным пониманием. К тому же, их оценка чаще всего имеет отклонение в сторону результата.

Например, пусть и редко, но встречаются судебные разбирательства, связанные с тем, что в результате не-

предвиденного осложнения в ходе незначительного хирургического вмешательства пациент умирает. При слушании дела судья скорее поверит, что вмешательство на самом деле содержало гораздо больший риск, чем предполагалось, и что врач должен был это предвидеть. Из-за подобной ошибки (отклонения в сторону результата) почти невозможно правильно оценить действия врача, поскольку изменился взгляд на результат его действий, исходя из полной картины и конечного исхода ситуации.

Вообще, мы довольно часто критикуем кого-то за хорошее решение с плохим концом, а если все оборачивается хорошо, не считаем нужным благодарить. Решение, которое «там и тогда» было совершенно правильным и уместным, в ретроспекции может выглядеть вопиюще небрежным.

Как мы уже неоднократно подчеркивали, наша память старается автоматически вычеркнуть все неприятные воспоминания, но делает это незаметно для нас и так, что рано или поздно мы начинаем смотреть на прошлое в позитивных, или «розовых тонах».

**Розовая ретроспекция** — это подвид ретроспективного искажения, заключающийся в том, что в целом человек воспринимает прошлые события более позитивно, чем когда переживал их на самом деле. Примеры его проявления очевидны в различных сферах жизни и варьируются от конкретных фактов (например, отпуск, проведенный с семьей) до более общих воспоминаний об определенных периодах жизни, таких как детство или студенческие годы.

Я помню, когда сам в первый раз обратил внимание на розовую ретроспекцию. В 2013 году мы вместе с коллегой посещали одну профессиональную конференцию и, общаясь между собой, удивлялись тому, насколько

она была скучной и несодержательной. Увы, такое бывает. Однако через три года я увидел в его социальных сетях фото с этой конференции и его комментариев к посту: «Уже три года прошло с этой великолепной конференции. Как сейчас помню замечательные и интересные доклады!». И здесь дело не только в стремлении к позитивной официальной точке зрения для друзей в социальных сетях и двуличности: за это время модальность воспоминаний меняется, и они становятся более позитивными. Решения, которые мы принимали в прошлом, и те действия, которые мы совершали, ретроспективно будут казаться более позитивными и правильными.

В некоторых ситуациях наши воспоминания не просто становятся более позитивными, а поляризуются: к примеру, вспоминая отпуск, люди могут давать совершенно разные оценки для разных составляющих. Так, в воспоминаниях пойманная рыба становится больше, местная еда — вкуснее, а не во всем вежливые местные жители — поголовными грубиянами.

С одной стороны, розовая ретроспекция очень полезна — в тех случаях, когда помогает справиться с прошлыми негативными ситуациями, создать приятные и теплые воспоминания и подтолкнуть на риск участия в чем-то интересном. С другой стороны, она может привести к появлению проблем, когда человек в очередной раз наступает на одни и те же грабли: через некоторое время негатив забывается, и люди опять готовы повторять уже неоднократно совершенные ошибки.

Ретроспективные искажения демонстрируют, насколько субъективна и изменчива человеческая память. Для профайлинга это означает необходимость учитывать, что рассказ человека о прошлом почти всегда искажен, а потому требует критической проверки. Знание о ретроспективных искажениях позволяет специа-

листу по профайлингу точнее анализировать поведение собеседника, понимая, что его воспоминания окрашены результатами и эмоциями, а не только фактами.

## Профайлинг и парадокс Лапьера

Парадокс Ричарда Лапьера в оригинале звучит так:

**«Высказанные человеком установки, которых он, как сам заявляет, придерживается, не совпадают с его реальным поведением в ситуациях, в которых эти установки должны реализоваться».**

По сути: если человек говорит, что он «будет так поступать», то это еще не значит, что в реальности он так поступит. Установка на поведение и само поведение — это не одно и то же. Обещать — не значит жениться.

Но когда мы спрашиваем человека: «За кого вы будете голосовать?» или «Как вы будете поступать в этой ситуации?», мы слышим слова, которые могут быть весьма далеки от реального поведения.

Ричард Лапьер, психолог из Стэнфордского университета, еще в 1934 году провел эксперимент, в котором установил социально-психологический феномен несоответствия между реальным поведением человека и высказанными им установками, намерениями и ценностями, которые он признает как присущие ему. Явление получило название **парадокс Лапьера**. Высказанные человеком установки, которых он, как сам заявляет, придерживается, не совпадают с его реальным поведением в ситуациях, где эти установки должны реализоваться. То есть они не позволяют прогнозировать реальное поведение человека.

Исследователь изучал социальные установки, которые проявляются при общении и взаимодействии

с другими людьми. Психологи того времени считали, что заявленные человеком позиции реализуются в поведении, и, исходя из этого, активно разрабатывали опросники для определения характера. При этом они ожидали, что в реальных ситуациях люди будут вести себя так, как они высказываются.

Лапьер убедительно продемонстрировал, что ответы человека относительно того, как он будет вести себя в гипотетической ситуации, не являются прогностическими, и абсолютного соответствия между «символическим» и реальным поведением нет.

«Люди говорят одно, а делают совсем другое», — вывод, который сделал Лапьер в своем эксперименте. Высказанные вербальные социальные установки не связаны или слишком слабо связаны с реальным поведением.

### **Эксперимент Лапьера состоял из двух этапов.**

В первой части Лапьер и его китайские друзья — молодая супружеская пара — дважды совершили путешествие на автомобиле по США. Они объехали все Тихоокеанское побережье и преодолели около 16 тысяч километров. Молодые супруги были американцами уже не в первом поколении (активная ассимиляция китайцев в США началась в середине XIX века). Лапьер не ставил своих друзей в известность о том, что во время поездки он изучает отношение к ним людей, обслуживающих их в заведениях. Друзья, не зная о цели, вели себя естественно.

За период путешествий с 1930 по 1933 год Лапьер с друзьями посетили 67 отелей (турбаз, мотелей) и 184 ресторана. Он наблюдал и фиксировал реакции клерков, коридорных, горничных и лифтеров на присутствие супружеской китайской пары.

Следует учитывать, что в США 30-х годов относительно выходцев из Азии были распространены край-

не негативные установки. Их считали людьми «второго сорта» и часто не обслуживали в ресторанах и общественных заведениях.

Во второй части эксперимента, через полгода после поездки, Лапьер разослал в заведения, которые они посещали, письма с опросником. Центральный вопрос был таким:

**«Согласны ли вы принять в своем заведении представителей китайской национальности?»**

Исследователь получил заполненные опросники из 81 ресторана и 47 отелей (примерно с половины посещенных заведений). Одновременно он разослал такие же анкеты в другие заведения того же региона, которые они не посещали. Ответы пришли из 32 отелей и 96 ресторанов.

Сбор всех данных о зависимости между социальными установками и социальным поведением длился около трех лет.

### **Результаты эксперимента.**

При посещении 251 заведения во время путешествия только один раз китайской паре отказали в обслуживании. Однако в опросе почти **90% владельцев** ресторанов, кафе, гостиниц и кемпингов заявили, что не обслуживают китайцев.

Таким образом, налицо было явное несоответствие установок и реального поведения: 90% заведений декларировали отказ, но фактически только одно из 251 реально отказало.

Получив результаты, Лапьер пришел к выводу, что с помощью опросников определить реальную диспозицию личности и прогнозировать ее действия в конкретных ситуациях невозможно.

Эксперимент вызвал волну исследований. Одни ученые пытались критиковать и опровергать выводы

Лапьера, другие — объяснить несоответствие между словами и поступками, выявить факторы, влияющие на реальное поведение. Позже парадокс Лапьера был неоднократно перепроверен в масштабных исследованиях и подтвержден.

Несмотря на то, что сегодня трудно понять тогдашнюю открытую дискриминацию в США, многие установки подобного рода не исчезли и в наши дни — в том числе и у нас.

Таким образом, слова и поведение человека нередко расходятся. Правило «держать слово» является социально одобряемым, однако люди часто высказываются так, как «принято» в их социальном круге. В реальной ситуации на человека сильнее влияют конкретные обстоятельства и люди, чем абстрактные взгляды.

Поэтому, когда вы спрашиваете кандидата на собеседовании: «Как вы будете поступать в ситуации X?», помните — его ответ лишь условность.

Понять истинное отношение к установкам и прогнозировать поведение помогают знания профайлинга: они позволяют видеть комплекс реакций человека и отличать декларируемое поведение от реального.

## Склонность к подтверждению в профайлинге и в жизни

Это одна из наиболее распространенных ошибок логического рассуждения и когнитивных искажений.

Особенно ярко склонность к подтверждению проявляется в политике, спорте, обучении, споре... в любой ситуации, где эмоции неизбежны. Давно известно, что восприимчивость людей к каким-либо политическим аргументам напрямую зависит от уже имеющихся

у них убеждений: наблюдая за дебатами между двумя политиками, приверженцы каждого из них считают, что более убедительно выглядит именно их кандидат. Каждая сторона куда лучше воспринимает аргументы своего кандидата, чем суждения оппонента — это явление еще называют «предубеждением своей стороны». То же самое происходит, когда мы смотрим, например, футбол: если «наша» команда проигрывает, мы считаем, что соперник выигрывает незаслуженно. Дальше неизбежно включается механизм разделения всех на «своих» и «чужих».

Влияние склонности к подтверждению на политические вопросы и мнения выросло лавинообразно с распространением социальных сетей. Социальные сети устроены так, чтобы человек в первую очередь видел сообщения своих друзей, которые с большой вероятностью будут иметь похожее мнение и только укреплять его в уже существующих убеждениях. Этот феномен называют «пузырем фильтров». Более того, в социальных сетях нередко распространяется неверная или вводящая в заблуждение информация — фейк-ньюс. При этом многие пользователи под влиянием склонности к подтверждению воспринимают фейк-ньюс за чистую монету, особенно если «лживая» информация подтверждает их устоявшиеся убеждения.

Склонность к подтверждению не ограничивается только политикой, спецоперацией или «не спецоперацией»... в общем, она вовсе не ограничена.

Уверен, вам много раз в последнее время хотелось сказать: «Да почему этот идиот ничего не понимает?!». Он понимает, но по-другому. И дело в том, что от предвзятости подтверждения высокий интеллект не защищает.

Да, если у вас высокий уровень критического мышления, вы не поверите банальным фейкам. Но какими

бы ни были наши способности к критическому мышлению, нам всем легче поверить в хорошую историю, которая подкрепляет наше мнение, чем в ту, которая возмущает нас или ставит под сомнение привычные нам факты. Поэтому мы можем стать жертвами собственных предубеждений и когнитивных искажений, даже если весьма профессиональны и добросовестны.

Склонность к подтверждению особенно усиливается, когда несколько фактов укладываются в одну связную правдоподобную историю. И неважно, что в ней могут быть ложные корреляции. Важно, чтобы были хоть какие-то корреляции. А чтобы история была совсем правдоподобной, у нее должен быть авторитетный для вас автор — например, ваш друг. Одно дело — если вы услышите историю из уст человека, которому вы не доверяете (и неважно, чей это президент). А совсем другое — если вы услышите ту же самую историю от человека, которому вы верите. Эффект будет совершенно иным. При этом, если эта история еще и опирается на наши неосознаваемые убеждения, то вера в нее будет железобетонной.

А какому автору мы доверяем больше всего на свете? Конечно, самим себе. Когда мы сталкиваемся с ситуацией, которую необходимо осмыслить, то первый сюжет, который приходит нам в голову, — тот самый, которому мы будем усердно искать подтверждение, — рассказывает нам наша собственная память на основе опыта похожих ситуаций.

При этом многие руководители уверены, что они невосприимчивы к сюжетным искажениям и предвзятости подтверждения. По их мнению, есть простое и эффективное средство: верить только фактам, а не историям. «Факты и цифры!» Это же гарантия от любых ловушек, верно?

Оказывается, нет. Даже когда мы свято верим, что принимаем решение исключительно на основе фактов, мы уже рассказываем себе историю. Мы не можем рассматривать объективные факты, не составляя — осознанно или нет — сюжета, который придаст этим фактам смысл. И лучшей иллюстрацией здесь будет пример из жизни и работы ученых.

За последние двадцать лет все больше научных экспериментов, информация о которых опубликована в академических изданиях, оказалось невозможно повторить с описанным результатом. В медицине и экспериментальной психологии бушует «кризис репликации»: все больше результатов научных статей не воспроизводятся незаинтересованными лабораториями.

Конечно, этому есть множество объяснений, но склонность к подтверждению играет среди них важнейшую роль.

Теоретически научный метод должен надежно защищать от риска предвзятого подтверждения. К примеру, если мы испытываем новое лекарство, то основная часть экспериментов не должна быть направлена на доказательство его эффективности. Вместо этого мы должны серьезно проверять «нулевую гипотезу» — что лекарство не работает. Если результат эксперимента с достаточной вероятностью опровергает нулевую гипотезу, тогда альтернативная гипотеза — что лекарство работает — будет скорее верна, а заключение исследования — положительным. Формально процесс научного исследования должен прежде всего искать возможные опровержения первоначальной гипотезы.

Но на практике все несколько сложнее. В процессе исследования сталкиваются с множеством методологических вопросов, на каждый из которых существует несколько приемлемых ответов. И если не брать во вни-

мание примеры намеренной фальсификации данных (которые довольно редки), выбор ответов и создает пространство для влияния склонности к подтверждению. Имея самые благие намерения и проявляя абсолютную добросовестность, исследователь тем не менее может влиять на результат работы, приближая его к той гипотезе, которую стремится доказать. И если это влияние не слишком ярко выражено, его могут не заметить в процессе экспертной оценки. Так и получается, что научные журналы публикуют «ложноположительные» исследования, которые кажутся технически безупречными и соответствуют всем требованиям статистической значимости. Вот только результаты этих исследований невозможно повторить.

Поэтому прежде чем что-либо подвергать оценке и анализу, ответьте себе на вопрос, насколько ваша оценка может быть предвзятой. И если она предвзята, то прежде всего «поработайте» адвокатом дьявола: найдите как минимум несколько причин, почему вы можете ошибаться. И, приходя к какому-либо выводу, понимайте степень своей предвзятости.

Перед тем как соглашаться с «красивой историей», спросите себя: какие данные ее опровергают? Чьи аргументы я проигнорировал? Что бы я думал, если бы симпатизировал противоположной стороне?

## **Склонность к самообману и предвзятость восприятия среднего**

Люди очень любят обманывать... прежде всего себя. Благодаря отлично накачанной «мышце» самообмана мы достигли необыкновенных высот в области культивирования веры в собственное превосходство.

Так, результаты исследования College Board, в котором принял участие миллион человек, показывают: 70% людей считают себя выше среднего по уровню лидерства (и только 2% — ниже). 25% опрошенных уверены, что находятся в топ-1% по способности ладить с другими людьми. 87% студентов МВА Стэнфорда оценивают свою успеваемость выше среднего. Подобных исследований множество.

Объектом раздутой самооценки способно стать все что угодно. К примеру, многие слышали о японцах, спящих на работе, или корейцах, сидящих допоздна в офисах. Это действительно так, но в расчет не берется их отношение к делу и достигаемый результат. В конечном итоге соперничество может смещаться в сторону «кто больше устал», а не «кто принес максимальную пользу компании». Как говорится, скромностью тоже можно хвастаться.

Причем чаще всего люди обманываются совершенно искренне. В глубине души мы уверены, что говорим правду. Что и впрямь, хоть немного, но все же лучше других. И, кстати, не всегда отдаем себе в этом отчет.

Например, в исследовании к реальной фотографии участника добавили еще две. Одну улучшили с помощью украшающих фильтров. Вторую ухудшили, добавив неприятных черт. После этого участников просили найти свое фото среди множества других. Быстрее всего они находили улучшенную версию, затем реальную фотографию. А вот среди «страшненьких» искали себя в последнюю очередь.

Так что помним: согласно исследованиям, люди склонны переоценивать себя в сравнении с другими — особенно в знакомых областях и при решении задач умеренной и высокой сложности.

**Дэн Ариэли выделяет 6 основных причин обмана в контексте «бытовой лжи»:**

- 1. Легкость рационализации.** Принять нечестное решение проще, если мы точно понимаем, что получим и какие риски нам грозят. Особенно это усиливается при конфликте интересов. Голосовать за проект, который уменьшит твой бонус, не хочется, а если это коснется других — то пожалуйста.
- 2. Один аморальный поступок.** В правде, как и в личной жизни, важна безупречная репутация. Стоит человеку раз оступиться — и дальнейшее падение будет происходить значительно проще и быстрее. Ложь — как мышцы: чем чаще вы лжете, тем легче и увереннее это получается.
- 3. Ложь во благо.** Иногда проще соврать, чем что-то долго объяснять и отвечать на ненужные вопросы. Сказать: «Как дела? — Замечательно!» оказывается удобнее, чем честно описывать проблемы.
- 4. «Заражение».** Легко быть честным, если все вокруг тоже честные. Но если вы видите, что кто-то врет и получает от этого преимущества, возникает мысль: «А чем я хуже? Может, и я так могу?»
- 5. Истощение.** Усталому, голодному или замученному дедлайнами сотруднику сложнее найти силы и отказаться от выгодного, но нечестного предложения. В состоянии стресса соблазн соврать выше.
- 6. Креативность.** Творческие люди способны находить больше вариантов развития ситуации. Вспомним Остапа Бендера, знающего четыреста способов отъема денег у населения. Как говорится: «Не обманешь — не продашь».

Кстати, по данным того же Ариэли, на вероятность мошеннических действий никак не влияет сумма, которую можно заработать. Звучит странно, но в целом

верно: человек либо принимает для себя возможность «брать откаты» — и тогда в счет идет каждая копейка, либо считает это в принципе неприемлемым.

Самообман и предвзятость восприятия среднего — это универсальные механизмы, присущие большинству людей. Они помогают нам сохранять психологический комфорт, но искажают объективную картину и повышают риск ошибочных решений. Человек может искренне верить в то, что говорит, даже если его слова расходятся с фактами. Для профайлера важно учитывать: самообман — не сознательная ложь, а естественный защитный механизм.

## Профайлинг и принцип Поллианны

«Поллианна» — детская книга, написанная и изданная Элиной Портер в 1913 году. Она знакомит нас с очень оптимистичным персонажем — девочкой Поллианной, которая, несмотря на все невзгоды, сохраняла позитивный настрой и оценивала проблемы с точки зрения оптимизма, добропорядочности и благожелательности. Что бы ни происходило в ее жизни, она во всем видела прекрасное, положительное, успешное и находила примеры позитивной для нее обратной связи. Это был не просто глупый, ничем не подкрепленный оптимизм: Поллианна всегда старалась, как сегодня сказали бы, **рефреймировать негатив в сторону позитива**.

Известно, что наш мозг обрабатывает приятную для нас информацию быстрее и надежнее, чем неприятную. Все дело в том, что позитивная информация воспринимается некритично: мы ее практически не перепроверяем, а значит, она не циркулирует долго в коре головного мозга и не уточняется повторно. Мы сразу верим

в позитивную информацию только потому, что хотим верить, что все хорошо. А вот негативные стимулы и обратная связь перепроверяются нами чаще, вызывают сомнения и поиск подтверждений или опровержений. Это приводит к тому, что негативная информация дольше циркулирует в сознании и создает более устойчивые негативные ощущения и восприятие ситуации.

Тем не менее, хотя позитивная информация усваивается легче и быстрее, для закрепления она требует значительно большей дозы, чем негативная.

Исследования показывают, что позитивные моменты проще вспоминаются по сравнению с негативными. Например, когда мы учим биологию, химию или физику и при этом переживаем позитивный эмоциональный фон, в будущем мы с большей вероятностью вспомним материал. Да, негативный контекст помогает быстрее «вбить» знания в память, но не обеспечивает качества. Позитивное восприятие дает более качественное, хотя и более медленное обучение.

Мы помним, что люди в целом постоянно ищут информацию, которая могла бы поддержать их самооценку, похвалить и подтвердить, что они хорошие и правильные. Это приводит к тому, что человек склонен воспринимать позитивную обратную связь некритично и искать любые положительные сообщения о себе, избегая критики. Никто не любит слушать исключительно негатив! Именно это и есть **принцип Поллианны** — концентрация на позитивной информации о себе и игнорирование любой негативной.

## **Следствия принципа Поллианны:**

### **1. Правильная обратная связь.**

Хорошая практика в обучении и менеджменте — начинать с позитивного: сначала отметить, что у человека

получилось хорошо, и лишь затем указывать, что следует улучшить. Последовательность именно такая: позитив → корректировка. Это помогает «зайти» через доверие и позитивное подкрепление, прежде чем перейти к зоне дискомфорта.

## 2. Отказ от критики.

Однако некоторые руководители принципиально не воспринимают негативную обратную связь. Похвалу, комплименты и лесть они принимают как должное, но любую критику отвергают или даже запрещают. Особенно этим грешат авторитарные и деспотичные руководители, а также тревожные личности. Итог очевиден: снижение качества анализа и управленческих решений. Герман Греф, например, отмечал, что в Сбербанке одной из ключевых компетенций руководителя является умение конструктивно воспринимать критику. Это действительно важный навык современного лидера.

## 3. Зависимость от внешней оценки.

Чрезмерная концентрация на позитиве может привести к тому, что человек начнет ориентироваться исключительно на ожидания общества и значимых людей, стремясь слышать от них лишь похвалу. Это снижает самостоятельность и объективность управления.

И.А. Крылов еще в своей басне писал:

Уж сколько раз твердили миру,

Что лесть гнусна, вредна; но только все не впрок,

И в сердце льстец всегда отыщет уголок.

Темная сторона принципа Поллианны — это банальная **лесть**, которая нравится слуху, но рано или поздно снижает эффективность деятельности руководителя.

### Практическое применение.

- **В профайлинге.** Принцип Поллианны можно использовать, чтобы снять стресс у проверяемого

и усилить его готовность к сотрудничеству: позитивная обратная связь снижает сопротивление.

- **В маркетинге и продажах.** Принцип изначально встроен в работу: клиенту почти никогда не говорят негатив, а наоборот, поддерживают его выбор и подчеркивают достоинства.
- **В манипуляциях.** Принцип Поллианны превращается в инструмент лестного подчинения более статусному человеку. Тот, кто сообщает только хорошие новости и комплименты, зачастую продвигается по карьерной лестнице быстрее других.

Таким образом, чтобы не стать жертвой «сладкой» лжи, полезно сознательно искать конструктивную критику и тренировать толерантность к ней — это расширяет зону комфорта и позволяет объективнее смотреть на собственное развитие.

## Психотипы, здравый смысл и когнитивные искажения

Если я скажу вам, что психотип человека проявляется и определяется в стрессе, вы подумаете: «Да, конечно! Так и есть. Как мы можем определить психотип человека в его зоне комфорта? Там же нет никакой динамики!».

С другой стороны, если я скажу, что психотип человека правильно определять по его поведению в зоне комфорта, как мы обычно и делаем в предтестовой беседе, то вы тоже можете согласиться: «Конечно! В стрессе поведение человека все равно становится защитно-агрессивным. Как мы в этом состоянии можем что-то определить? Надо ориентироваться на зону комфорта».

И оба вывода кажутся вполне очевидными.

Людам вообще кажутся понятными и очевидными любые выводы, имеющие имидж «научности» или социальной поддержки. Скажите коллегам: «Психологи доказали, что противоположности притягиваются» — согласятся. Скажите другим: «Психологи доказали, что люди тянутся к таким же, как они, ведь рыбак рыбака видит издалека» — тоже никто не удивится.

Скажите: «Расставание усиливает чувства» — кивнут. Скажите: «С глаз долой — из сердца вон» — снова кивнут.

А самое главное: основными критериями оценки таких утверждений люди называют «здравый смысл», «практику» или личный опыт.

Проблема только в том, что с точки зрения здравого смысла, практики и личного опыта все приведенные утверждения можно как подтвердить, так и опровергнуть. Любой из нас может найти в своем опыте и то, что «люди тянутся к таким же, как они», и то, что «противоположности притягиваются». Но какое же утверждение правильное?

При ответе на этот вопрос нужно учитывать как минимум два момента:

**Во-первых**, при выборе между «удобно» и «правильно» большинство людей выбирают «удобно». Как бы люди ни говорили, что даже в ситуациях морального выбора они будут поступать «правильно», не волнуйтесь: чаще всего они все равно будут поступать так, как удобно.

- Думать так, как удобно.
  - Замечать то, что удобно замечать, и не замечать того, что неудобно.
  - Выбирать то, что удобно, а не то, что правильно.
  - Принимать удобные решения, а не правильные.
  - Работать так, как удобно, а не так, как правильно.
- ...и не только они. Но и вы тоже.

**Во-вторых,** огромное количество когнитивных искажений направляют наше внимание на то или иное утверждение из пары «подобное притягивает подобное» и «противоположности притягиваются». Именно они определяют, какой полюс из этих дихотомий мы выберем.

Здравый смысл и личный опыт ненадежны как критерии оценки: их легко подкрепить противоречащими примерами. Настоящую основу выбора формируют когнитивные искажения, а не рациональный анализ. Люди склонны выбирать не правильное, а удобное. Это универсальная закономерность, которую стоит учитывать в управлении, переговорах и принятии решений. Если вам кажется, что ваш выбор очевиден и «здраво обоснован», задайте себе вопрос: а не слишком ли он удобен? Это поможет вовремя заметить когнитивные искажения и выйти из ловушки самообмана.

## Стресс и когнитивные искажения

Сегодня никто не будет отрицать, что большинство людей испытывают высокий уровень стресса. В этих условиях при принятии решений необходимо делать поправку на то, что стресс может усиливать ряд когнитивных искажений или иных психологических тенденций.

С эволюционной точки зрения за счет активации нервной системы стресс позволяет организму справиться с ситуациями, когда от него требуется предпринять важные для выживания действия — в частности, обеспечить собственную защиту. Одним из примеров эволюционно полезного состояния при стрессе является реакция «бей или беги». Недавно было доказано,

казалось бы, очевидное: подобные реакции заставляют мозг полагаться больше на интуитивное и автоматизированное принятие решений, чем на произвольное, сознательное и целенаправленное.

В соответствии с обзором, опубликованным несколько лет назад, это предположение подтверждается рядом экспериментов, в которых стресс влияет на принятие решений. Список этих аспектов с моими краткими комментариями приведен ниже.

### **1. Чувствительность к вознаграждению**

Один из первых шагов принятия решения — взвешивание всех «за» и «против» с учетом потенциальных положительных и отрицательных последствий. Большая часть исследований свидетельствует о том, что острый стресс снижает восприимчивость к вознаграждению. Также напрямую демонстрировалось влияние кортизола («гормона стресса») на систему вознаграждения в мозге: чем выше стресс, тем более действенной становится мотивация наказанием или угрозой.

### **2. Чувствительность к наказанию или угрозе**

В целом мы по умолчанию нацелены избегать потерь, угроз и наказаний. Склонность обнаруживать потенциальные риски усиливается под воздействием стресса. В частности, установлено, что при хроническом стрессе внимание фокусируется на негативных элементах окружающей среды, что приводит к обнаружению угроз и рисков там, где их на самом деле нет. Также исследования показывают: стресс усиливает обучение через наказание в задачах, где участник выбирает из нескольких опций и может базировать решение либо на предпочтении «вознаграждающих» ответов, либо на избегании «наказывающих».

### 3. Анализ рисков

Во время стресса может проявляться искажение, при котором человек склонен избегать рисков относительно положительных исходов ситуации и допускать их относительно отрицательных. Это так называемый эффект псевдоуверенности и минимизации рисков.

Пример: из двух опций — с вероятностью 100% потерять 20 долларов или с вероятностью 20% потерять 100 долларов — в состоянии стресса человек чаще выберет последнюю. В целом продемонстрировано, что под воздействием стресса люди рискуют больше. Однако в некоторых экспериментах отмечается половой эффект: мужчины в стрессе рискуют чаще, а женщины, напротив, стремятся избегать риска.

### 4. Когнитивный контроль

Стресс захватывает значительные ментальные ресурсы, вследствие чего нарушается когнитивный контроль и способность рассматривать все альтернативы или перепроверять автоматические решения. Побочные эффекты обусловленного стрессом снижения когнитивного контроля включают:

- нарушения в регуляции эмоций,
- неспособность предпринимать целенаправленные действия,
- предпочтение привычных сценариев вместо вариативных.

В результате действия человека становятся менее разнообразными и более стереотипными: стресс ограничивает поведенческий репертуар.

### 5. Социальные тенденции

Исследования показывают, что люди склонны к большей кооперации и альтруизму, если им нужно

быстро принять решение в условиях внешнего стресса или давления. В ряде экспериментов участники в состоянии стресса проявляли больше доверия и щедрости. Одно из объяснений заключается в том, что социальное взаимодействие может служить буфером, обеспечивающим взаимовыгодные условия выживания при общей угрозе. Однако при хроническом стрессе наблюдаются противоположные тенденции — снижение доверия и рост агрессии.

В стрессовых условиях человек действует не так, как в зоне комфорта. Его решения становятся более рискованными, менее рациональными и сильнее подверженными искажениям, что важно учитывать при анализе поведения.

## Предпочтение нулевого риска в профайлинге

Большинство людей при принятии решений отбрасывают более выгодный, но при этом более рискованный вариант и останавливаются на менее выгодном, но более надежном.

Мозг при анализе вариантов решений предпочитает безрисковые действия, ведущие к предсказуемому результату. Мы склонны максимально снижать несущественные риски, с которыми сталкиваемся крайне редко или вообще не сталкиваемся, вместо того чтобы хотя бы немного уменьшить высокие риски.

По словам Д. Канемана, именно исследование этого феномена у него и А. Тверски пробудило интерес к изучению принципов оценки рисков нашим мышлением. Предпочтение нулевого риска легло в основу их первой работы и стало началом длительной совместной исследовательской деятельности.

Канеман и Тверски выяснили, что люди в целом плохо умеют оценивать риски наступления тех или иных событий. Все началось с того, что они отметили: каждый раз после теракта (в 60-е годы для Израиля это была актуальная проблема) люди существенно завышали риск того, что они сами станут жертвами. В опросах респонденты порой оценивали вероятность пострадать от теракта выше, чем вероятность попасть в автокатастрофу, хотя статистически все наоборот: риск погибнуть в ДТП в сотни раз выше.

Сначала исследователи предположили, что причина только в эвристике доступности. Действительно, после любого теракта число упоминаний в СМИ резко возрастает. Но оказалось, что ошибки в оценке рисков редких событий наблюдаются постоянно, независимо от информационного фона.

В целом, если оба риска встречаются редко (как в дискуссии из «Мастера и Маргариты» — риск попасть под трамвай или получить кирпичом по голове), то более реальным кажется тот, у которого в голове рисуются более трагичные последствия. Субъективное восприятие этих последствий бывает настолько ярким, что человек готов на многое, лишь бы их предотвратить. С этим, например, связано антивакцинаторство: люди боятся осложнений от вмешательства врачей сильнее, чем заболеваний и даже смерти из-за отказа от лечения.

### Как мы ощущаем риски?

Люди по-разному оценивают изменения вероятности.

**Пример 1. Увеличение вероятности позитивного события:**

- от 0 до 5%,
- от 5 до 10%,
- от 60 до 65%,
- от 95 до 100%.

**Пример 2. Увеличение вероятности негативного события:**

- от 0 до 5%,
- от 5 до 10%,
- от 60 до 65%,
- от 95 до 100%.

Эмоциональные реакции на эти изменения совершенно разные. Мы почти не волнуемся, если вероятность события очень низка. Большинство людей не испытывает сильных ощущений при вероятности до 15%. Но после этого порога каждый процент добавляет напряжения.

**Пример 3. Снижение вероятности позитивного события:**

- от 100 до 95%,
- от 65 до 60%,
- от 10 до 5%,
- от 5 до 0%.

**Пример 4. Снижение вероятности негативного события:**

- от 100 до 95%,
- от 65 до 60%,
- от 10 до 5%,
- от 5 до 0%.

Наибольшие положительные эмоции мы испытываем, когда вероятность негативного события снижается до нуля. Тогда мы можем забыть об этом риске и расслабиться. Менее радикальные снижения рисков тоже приятны, но полного спокойствия не дают. Именно поэтому мы часто концентрируемся не на тех рисках, на которых стоило бы.

Если подставить вместо «негативного события» — риск заболеть коронавирусом, а вместо «позитивного события» — успешную безболезненную вакцинацию, то эмоциональная окраска восприятия изменится очень явно.

В целом люди нередко борются не с теми угрозами. Мы предпочитаем снизить до нуля малозначительный риск, чтобы «стереть его из памяти», и при этом спокойно живем с крупными угрозами. Например, мы не готовы мириться с рисками авиакатастроф (которые крайне редки), но легко привыкаем к тому, что на дорогах ежегодно гибнут десятки тысяч человек.

### **Риски и бизнес**

Страховые компании строят бизнес на продаже ощущения снижения рисков, используя особенности нашего мышления.

Классический кейс: вам досталось наследство в 1 млн рублей, но родственник пытается его оспорить. Адвокат уверяет, что вероятность положительного исхода для вас 95% и выше, но предупреждает: все может быть. Тут появляется страховой агент и предлагает сразу выкупить ваши права на наследство за 940 тысяч. Большинство соглашается: ведь это избавляет не только от риска, но и от переживаний. Так работает бизнес страховых компаний.

Мы все любим гарантии и готовы доплатить, чтобы снизить даже незначительные риски до нуля. Поэтому в рекламе так популярны формулировки «гарантия возврата денег», «никаких рисков», «100% гарантия».

### **Личностные особенности**

Особенно сильно стремление к нулевому риску проявляется у людей с тревожной или паранойяльной акцентуацией характера. На этом часто строятся манипуляции: им внушают, что риски слишком велики или есть скрытые угрозы. Это ведет к дополнительным расходам на безопасность и росту ее бюджета.

Авторитарные менеджеры, ориентированные на контроль, также склонны фокусироваться на минимизации

рисков в сфере безопасности, подозревать предателей и искать «пятую колонну». Это отражение паранойяльного мышления.

Подумайте:

- каких рисков вы избегаете и как их оцениваете?
- возможно ли, что вы концентрируетесь на незначительных рисках, снижая их до нуля, вместо того чтобы уделить внимание более существенным?
- какие риски ваши клиенты хотят минимизировать с помощью вашего товара или услуги?
- какие риски они страхуют, а какие считают менее значимыми?

## Эгоцентрическое искажение в оценке человека

Эгоцентрическое искажение — одно из классических когнитивных искажений, заключающееся в склонности вспоминать свое прошлое в самовозвеличивающей манере. Этому искажению подвержены абсолютно все люди, а не только истероидные личности (хотя они, конечно, подвержены ему сильнее и масштабнее).

Эгоцентрическое искажение приводит к тому, что мы лучше помним именно то, что нас превозносит, выгодно отличает от других, демонстрирует нашу успешность. Память и мозг с удовольствием в этом подыгрывают, начиная «приукрашивать» события.

Дело в том, что нашей памяти гораздо проще удерживать информацию, которая напрямую связана с нами: все остальные воспоминания для нее менее значимы (а значит, быстрее стираются). Вообще все, что «мое», запоминается лучше и проще, чем все «чужое». К тому же «мое» по умолчанию ценится гораздо выше.

Мы ценим свой телефон больше, чем точно такой же, но чужой. Своих детей — больше, чем чужих. Свой вклад в общее дело — выше, чем вклад других. И так далее.

Часто при разделе имущества, активов или прибыли именно из-за эгоцентрического искажения возникает взаимонепонимание: мы больше ценим свой собственный вклад, а другая сторона — свой. И даже если юридически все поделено 50 на 50, субъективно это воспринимается иначе.

В профайлинге это искажение особенно важно: каждый раз, когда вы слышите чью-либо личную историю или перечень достижений, имейте в виду — вам, скорее всего, совершенно искренне «приукрашивают» события. Особенно люди с истероидным компонентом личности. И по-другому почти невозможно, потому что так работает память. Именно поэтому собеседования, интервью, самопрезентации, биографии, рассказы о своих достижениях и даже обычные разговоры о себе изначально пропитаны эгоцентрическим искажением.

Помним, что любой рассказ о себе изначально искажен. Поэтому при анализе необходимо учитывать эгоцентрическую предвзятость и перепроверять информацию, особенно в контексте собеседований и самопрезентаций.

## Ориентация на процесс или результат?

Представьте два сценария.

**Первый.** На крупном военном производстве происходит утечка секретной информации. На место срочно прибывает группа следователей во главе с легендарным детективом. В условиях хаоса и нехватки фактов они распутывают сложное дело, выявляют шпионов и пре-

дотвращают новую, куда более масштабную катастрофу. История напряженная, кинематографичная, заслуживающая аплодисментов.

**Второй.** Сотрудник отдела информационной безопасности вовремя обнаруживает уязвимость и закрывает ее. Итог — никакой утечки, никакой драмы. О происшествии никто даже не узнает.

Теперь два вопроса:

1. Какой сюжет вы бы выбрали для фильма?
2. В какой ситуации вы бы хотели оказаться в реальной жизни?

Большинство без колебаний выберет первый вариант для экрана — яркий и героический. Но в жизни мы предпочли бы второй — спокойный, безопасный, незаметный.

Именно здесь проявляется интересный психологический парадокс.

- Пилот, сумевший посадить неисправный самолет, становится героем новостей. А службы, которые годами предотвращают аварии еще до их возникновения, — остаются в тени.
- Хирург, спасающий пациента на операционном столе, вызывает восхищение. А профилактические меры и ограничения воспринимаются как обременительные и «лишние».

Наша психика так устроена: мы ценим видимый результат больше, чем тихий незаметный процесс. Лечение кажется «реальным делом», а предотвращение проблемы — рутинной, которую мы даже не замечаем.

Это и есть одно из ключевых когнитивных искажений: мы недооцениваем процесс и переоцениваем результат. В бизнесе и безопасности это приводит к типичной ошибке — ресурсы направляются на ликвидацию последствий, а не на предотвращение рисков.

Чтобы противостоять искажению, полезно:

- **Считать невидимые победы.** Вести статистику предотвращенных инцидентов и показывать ее так же, как успехи «героических» спасений.
- **Вознаградить профилактику.** Делать заметным труд тех, кто предотвращает катастрофы, а не только тех, кто тушит пожары.
- **Думать стратегически.** Задавать себе вопрос: «Что я делаю для того, чтобы эта проблема не возникла?» — а не только: «Как я буду ее решать?»

В итоге именно процесс — грамотная профилактика, системное планирование и постоянная защита — создает настоящую устойчивость. А результат без процесса всегда будет лишь временным эффектом.

## Хоторнский эффект в профайлинге

Сегодня уже общеизвестно: люди, за которыми наблюдают, исследуют, контролируют или опрашивают, сознательно или бессознательно изменяют свое поведение — на то, которое ожидают от них наблюдатели. Например, эффективность труда почти всегда растет в период проверки, но после ее завершения быстро возвращается к прежним значениям. Это и есть хоторнский эффект, или, шире, эффект наблюдателя.

Хоторнский эксперимент — один из самых обсуждаемых и продолжительных в психологии. Он проходил в городе Хоторн под Чикаго в 1920-х годах на фабрике **Western Electric**. Компания столкнулась со снижением производительности и пригласила консультанта Элтона Мэйо, известного исследованиями человеческих отношений и коммуникаций на работе. В будущем именно эти идеи вырастут в доктрину

«неформальных человеческих отношений» и развитие корпоративных культур.

Мэйо с командой в 1924-1930 годах проводил многочисленные эксперименты, начиная с влияния освещенности на производительность. Первоначально выяснилось: повышение освещенности повышает эффективность, но вскоре показатели возвращались к прежним. Дальше изучали социальные взаимодействия, перерывы, дизайн помещений, даже наличие воды для работников.

Команда Мэйо насчитывала 49 человек, многие из которых позже стали профессорами. Все эксперименты показали одно: как только начинался эксперимент, производительность росла, но после его окончания возвращалась к исходным значениям. Объяснений было множество: удовлетворенность трудом, мотивация лидеров, стремление не выделяться или страх увольнения. В итоге задача повышения производительности так и не была решена, но возникла целая новая отрасль — организационная психология.

Позднее повторные анализы подтвердили: при наблюдении работники меняют поведение на то, которого ждут наблюдатели. Более того, выяснилось, что многие сотрудники просто опасались психологов и работали усерднее, пока шел эксперимент.

Важно понимать: хоторнский эффект проявляется не только в труде, он внеконтекстуален. Работники «расслабляются», когда уверены, что за ними не следят, и активизируются, как только появляется контроль. Поэтому не стоит обольщаться: положительные результаты проверок не означают, что после них ситуация сохранится.

Полностью избежать искажения невозможно. Постоянная работа «на уровне проверки» быстро ведет к истощению. Частным случаем является **эффект плацебо** — улучшение самочувствия за счет веры в эффек-

тивность воздействия, даже если оно нейтрально. Нередко разница между плацебо и лекарством составляет всего несколько процентов.

В профайлинге и верификации лжи это особенно критично: при тестировании человек почти всегда подстраивает ответы под ожидания исследователя. Поэтому мы используем нетестовые методы психодиагностики.

В управлении персоналом эффект проявляется через видеонаблюдение, пропускной режим, DLP-системы. Но чрезмерный контроль приводит к обратному результату: сотрудники уходят в «итальянскую забастовку» и работают строго по правилам.

В клиентском опыте эффект проявляется в маркетинговых опросах. Респонденты дают социально-желательные ответы, а в России это заметно особенно: «главное — пройти проверку, дальше можно расслабиться». Поэтому при изучении клиентов полезно обозначать им ложные цели, отвлекая от реальных интересов исследователя.

Хоторнский эффект показывает: человек почти всегда меняет свое поведение, когда знает, что за ним наблюдают. В профайлинге это значит, что тесты, анкеты и даже формальные интервью искажают картину — человек старается соответствовать ожиданиям. Поэтому для достоверной оценки важны не прямые, нетестовые методы и наблюдение в естественной среде. Профайлер должен уметь отличать «демонстрационное» поведение от настоящего.

## Когнитивные искажения в атрибуции моральности и способностей

В социальной психологии и психодиагностике актуальны феномены асимметрии при оценке морального облика и способностей человека. Их понимание позво-

ляет повысить точность оценки и избежать типичных ошибок в работе с людьми.

Каждый из нас формирует представления о людях на основе их поступков. Однако исследования показывают, что не все поступки оцениваются одинаково: негативные действия в моральной сфере вызывают более сильную реакцию, чем позитивные, а успех в профессиональной сфере воспринимается как более показательный для оценки способностей, чем неудачи, объясняемые внешними обстоятельствами.

**Отрицательная асимметрия в атрибуции моральности** — это эффект, при котором негативные моральные поступки (ложь, обман, воровство и пр.) оказывают непропорционально сильное влияние на оценку личности по сравнению с позитивными (помощь, благотворительность, поддержка).

Например, сотрудник, однажды уличенный в небольшом обмане, надолго утрачивает репутацию «честного человека», и последующие позитивные действия не воспринимаются столь убедительно в глазах коллег.

Одним из первых на такие закономерности обратил внимание Соломон Аш (1946). Он выявил и доказал, что отрицательная информация формирует более устойчивое впечатление о человеке, чем положительная. Ученый объяснял это тем, что быстрое распознавание угроз повышало шансы на выживание, а негативный поступок расценивался как потенциальная опасность для группы, вызывая повышенный интерес и более жесткую оценку.

Кроме того, эксперименты показывают: даже неподтвержденная информация о негативном поступке может вызвать «теневой» эффект недоверия. Люди предпочитают перестраховаться, чем пропустить потенциальную угрозу.

**Положительная асимметрия в атрибуции способностей** — склонность объяснять успех высокими способностями человека, а неудачу — внешними причинами или временными обстоятельствами.

Например, если менеджер успешно руководил сложным проектом, в коллективе закрепляется мнение, что он «прирожденный лидер» и «всегда добивается результата», даже если в будущем проект провалится по независимым причинам.

Розен и Смит (Rosen & Smith, 1998) показали, что успех в сложных задачах с высокой неопределенностью воспринимается группой как признак выдающихся компетенций, а провалы — чаще объясняются нехваткой ресурсов или случайностью. При этом сам успех может быть случайным, но восприниматься будет как свидетельство высокой компетентности лидера.

Этот эффект ведет к так называемой «снисходительности к талантам». Исследование Филлипса и Джонсона (Phillips & Johnson, 2010) выявило: более 80% опрошенных склонны оправдывать мелкие ошибки человека с репутацией «талантливого», ссылаясь на неблагоприятные обстоятельства, а не на личные недостатки.

Понимание таких закономерностей позволяет лучше контролировать асимметрии и повышает объективность оценки человека. При отборе и оценке персонала важно помнить, что одиночные негативные инциденты могут чрезмерно влиять на решение, а один яркий успех не гарантирует стабильной компетентности. У многих из нас бывали ситуации, когда один негативный поступок перевешивал множество позитивных. И наоборот — один успех формировал устойчивый образ «способного», хотя он не был подтвержден системой достижений.

Для профайлера эти искажения особенно опасны: одиночная ошибка не всегда показатель истинной моральности, а единичный успех — не гарант компетентности. Нужно оценивать поведение человека системно и в динамике, а не по отдельным эпизодам. Важно проверять источники информации и избегать доверия к неподтвержденным слухам. Практически это означает: делать акцент на устойчивых паттернах поведения, а не на исключениях.

## 2. ЛОЖЬ И ДЕТЕКЦИЯ ЛЖИ

### Основные стратегии лжи и рекомендации по их выявлению

В профайлинге выделяют несколько стратегий лжи.

#### **I. Ложь неподготовленная**

Не все люди быстро адаптируются к изменившимся обстоятельствам. Большинство действует с опорой на стандартные защитные механизмы.

**1. Отрицание.** Классика жанра. Лгущий человек не готов прямо отвечать на уличающие вопросы и начинает все отрицать, отказываться от диалога, замыкаться.

На уточняющие вопросы вроде *«Пройдешь полиграф?»*, *«Кто это сделал?»*, *«Может быть, ты?»* обычно следует эмоциональный ответ: *«Вы меня оскорбляете этим! Я вам ничего не скажу! Все, я не буду с вами разговаривать!»* У таких людей страх разоблачения особенно силен.

**2. Нейтрализация.** Люди, понимающие, что им придется врать, испытывают спектр негативных эмоций и стараются их подавить. В результате возникает заметное несоответствие между словами

и контекстом (невербаликой, голосом). Отрицание того факта, что поведение выглядит подозрительным, без вступления в диалог с верификатором, и есть нейтрализация.

Отрицание и нейтрализация чаще встречаются в бытовых коммуникациях особенно у неподготовленных людей.

## II. Ложь контролируемая

Здесь человек не уклоняется от диалога и отвечает так, будто вопросы ему понятны. Его слова, голос и невербалика частично или полностью соответствуют содержанию.

**3. Легенда.** Продуманная история лжи, доведенная до мелочей. Она основана на некоторых фактах и потому трудна для разоблачения. Степень проработки зависит от подготовки и опыта лжеца.

*«Легенда не должна быть похожа на китайскую корзину: дернешь за один прут — развалится вся конструкция. Если у «нелегала» дома была кошка, он должен знать ее кличку, масть и даже повадки».*

**4. Аппроксимация.** Уровень выше. Умение «со-скальзывать» с неудобных деталей и достраивать легенду по ходу — настоящее искусство.

Аппроксимация заключается в замене одних элементов другими, близкими к исходным, но более простыми. Человек импровизирует, создавая новые детали по реакции собеседников.

— Стой! Кто идет?

— Дождь, — быстро ответил Штирлиц и забарабанил пальцами по стеклу.

Легенда и аппроксимация чаще встречается в криминальных делах, разведке, при динтервью и опросах.

### III. Ложь творческо-фантазийная

Люди с быстрой и подвижной психикой могут выдумывать на ходу. Экспромт — их сильная сторона. Они не избегают разговора, а напротив, охотно в него включаются.

**5. Забалтывание.** Начинается с конкретного вопроса, но ответ превращается в поток лишней информации. Болтун активно жестикулирует, говорит быстро, сбивает темп беседы. Его цель — не дать задать проверочные вопросы и «заболтать» собеседника.

**6. Восторг обмана.** Для некоторых ложь — вызов обществу или конкретному человеку. Совесть отходит на второй план. Вместо вины они испытывают удовольствие от процесса и презрение к тем, кто попадает на их уловку. Особенно, если им удастся убедить собеседника. Таких лгунов нередко сравнивают с Остапом Бендером.

Забалтывание чаще встречается у людей с развитой коммуникацией — менеджеров, торговых представителей и пр. Восторг обмана — у психопатических личностей, азартных игроков, профессиональных аферистов.

### IV. Комбинированная ложь

**7. Комплексный подход.** Доступен немногим. Позволяет переключаться между стратегиями: начать с отрицания, перейти к легенде, а затем использовать забалтывание. Такая гибкость позволяет максимально уходить от угрозы разоблачения.

Комбинированная ложь часто встречается у опытных манипуляторов, имеющих большой опыт ложных коммуникаций, или людей, проходивших спецподготовку.

Большинство людей не умеют «прыгать» между стратегиями, а используют те, которые уже помогали

им раньше. Исключение составляют специально подготовленные или уникально одаренные коммуникаторы, умеющие варьировать подход.

| № | Стратегия     | Группа                | Основные признаки  | Типичные ошибки лжеца   |
|---|---------------|-----------------------|--|---|
| 1 | Отрицание     | Неподготовленная      | Резкий отказ от диалога, обида, возмущение, уход от контакта; эмоциональные всплески           | Слишком категоричные заявления («я не буду с вами говорить»), чрезмерная защита, заметный страх |
| 2 | Нейтрализация | Неподготовленная      | Подавление эмоций, разрыв между словами и невербаликой (жесты, голос); видимое напряжение      | Невозможность убедительно скрыть неестественность поведения, «замороженные» эмоции              |
| 3 | Легенда       | Контролируемая        | Детализированная история, основанная на фактах; уверенный тон                                  | «Пробелы» в деталях, которые проверяются неожиданными вопросами; чрезмерная заученность         |
| 4 | Аппроксимация | Контролируемая        | Импровизация, дотраивание истории на ходу; гибкость ответов; ориентация на реакцию собеседника | Непоследовательность деталей; чрезмерная «гладкость» при отсутствии проверяемых фактов          |
| 5 | Забалтывание  | Творческо-фантазийная | Поток лишней информации, быстрый темп речи, активная жестикуляция                              | Теряется логика, собеседник устает, легко фиксируются несоответствия                            |

| № | Стратегия          | Группа                | Основные признаки  | Типичные ошибки лжеца  |
|---|--------------------|-----------------------|--|--|
| 6 | Восторг обмана     | Творческо-фантазийная | Удовольствие от процесса; демонстративность; пренебрежение к проверяющему                        | Излишняя самоуверенность; игнорирование очевидных улик; «игра на публику»                |
| 7 | Комплексный подход | Комбинированная       | Переключение между стратегиями (от отрицания к легенде, от забалтывания к аппроксимации и т. д.) | Несогласованность при смене тактик; повышенные когнитивные затраты — человек «сбивается» |

### Простые рекомендации по противодействию стратегиям лжи:

- Задавать неожиданные уточняющие вопросы.
- Возвращать собеседника к теме («Вы начали рассказывать, но не ответили на вопрос...»).
- Проверять внутреннюю согласованность легенды через повторное обращение к деталям.
- Замедлять темп разговора при забалтывании.
- Отслеживать переключения между стратегиями — это может быть важным индикатором неискренности.

## Страх быть обманутым

Давайте разберем этот страх? Удивительно, но именно на нем держится множество социально-психологических закономерностей нашего мышления и поведения.

Большинству из нас крайне неприятно быть обманутым. Если нас кто-то обманул, мы запоминаем это надолго: эксперименты показывают, что память о таком опыте трансформируется и исчезает гораздо медленнее, чем воспоминания о других событиях. Это эволюционно оправдано: мы учимся избегать одних и тех же ошибок, не повторять сотрудничество с ненадежными людьми и не проявлять избыточного доверия. Страх быть использованным или обманутым в корыстных целях — проявление здравого смысла.

Но иногда этот страх перерастает в паранойю. Некоторые люди настолько боятся обмана, что перестают доверять вообще кому-либо и чему-либо. При этом параноики нередко используют этот же страх в манипулятивных целях: «осторожно, все вокруг хотят вас обмануть, но только не я». Согласитесь, ощущение, что «чужие» обманывают, еще более неприятно, чем подозрение к «своим».

В 2007 году Кэтлин Вохс, Рой Баумейстер и Джейсон Чин, исследователи в области экспериментальной психологии, ввели термин **сугрофобия** — страх быть обманутым.

На первый взгляд сугрофобия кажется частной проблемой отдельных людей, но ее влияние шире: она формирует атмосферу недоверия в группах, организациях и даже странах.

Казалось бы, я как профайлер и тренер должен, наоборот, нагнетать этот страх и убеждать: «Все хотят вас обмануть, поэтому приходите на мои курсы по детекции лжи и социальной инженерии». Приходите, конечно, — но здесь важно другое: нужно отличать здоровую осторожность от патологического страха. Обман действительно распространен, но обманывают не все.

Страх быть обманутым может выйти за рамки рационального благоразумия и превратиться в автоматиче-

скую реакцию, определяющую социальное поведение. Каждый сталкивался с ситуацией, когда говоришь правду — а тебе не верят.

На личном уровне этот страх заставляет избегать риска и сотрудничества — а без них невозможны ни новые проекты, ни развитие. На системном уровне он закрепляет предвзятости и стереотипы: «этим доверять можно, а тем — нет». Национальные, политические и культурные клише лишь усиливают сугрофобию.

Любопытно, что мы терпимее относимся к обману «своих» или более статусных людей, объясняя это «благими намерениями» или «правом сильного». Но когда нас обманывают «чужие» или подчиненные, реакция гораздо жестче.

Еще интереснее — наше отношение к обману со стороны человека и компьютера. Исследования показывают, что большинство предпочитают доверить рискованное решение алгоритму, а не человеку. Так, в эксперименте с инвестициями (70% вероятность удвоить вклад и 30% — потерять все) более 80% участников выбрали «компьютер» вместо человека. Причина проста: от компьютера обман не так обидно терпеть, ему не нужно «смотреть в глаза».

Человеческий обман воспринимается болезненнее: мы чувствуем себя глупыми, обманутыми, «кинутыми». Чтобы избежать повторения этих чувств, люди готовы на чрезмерные ограничения, даже мешающие нормальному взаимодействию.

В широком смысле страх быть обманутым активно используется в манипуляциях. Конструкция «Они хотят вас обмануть» апеллирует к нежеланию чувствовать себя дураком — а ради этого люди готовы отказаться от доверия, сотрудничества и даже здравого смысла.

Подобные механизмы имеют нейробиологическую основу. Так устроен наш мозг: в сложных ситуациях он ищет простые правила — даже если в них неизбежно будут исключения.

**Итак, развивайте навык различать осторожность и сугрофобию.** Одно дело — разумная проверка фактов, совсем другое — отказ доверять вообще кому-либо: как своим, так и чужим. **Отслеживайте собственные предвзятости.** Мы терпимее к обману «своих» и статусных, но строже судим «чужих». Это — почва для огромного количества манипуляций. Помните, что **в работе и жизни лучше искать баланс:** проверять информацию, но не закрываться полностью от сотрудничества.

## **Игра «Лжец»: игра на тренировку навыка детекции лжи**

Игра «Лжец» была придумана мной еще в 2014 году и быстро получила распространение в профессиональных кругах, связанных с детекцией лжи и профайлингом. Сегодня у нее появилось множество модификаций и ответвлений. Ее ценность заключается в том, что она одновременно тренирует два ключевых навыка: определение лжи и умение обманывать, используя стратегии манипуляции.

Когда мы искали подходящий тренировочный формат, важно было сохранить три условия, максимально приближенные к реальности:

- 1. Угроза наказания или потерь.**
- 2. Высокая значимость ситуации.**
- 3. Наличие социального взаимодействия и стратегий.**

Классическая игра «Мафия» не полностью отвечает этим требованиям: в ней отсутствует угроза наказания, а значимость темы минимальна. Поэтому и был создан новый формат.

### Основная идея

Участники (от 6 до 9 человек) делают денежные взносы, из которых формируется общий «банк». Случайным образом выбирается один игрок, которому достается роль **Лжеца** и сам банк. Остальные участники становятся **верификаторами** и должны в ходе игры (обычно 40–60 минут) вычислить Лжеца, используя наблюдательность, вопросы, провокации и любые психологические приемы.

Если Лжец разоблачен — банк возвращается игрокам, а его доля идет «на чай» или на общие расходы. Если Лжеца не раскрыли или сделали неверный выбор — он оставляет банк себе. После завершения обязательным этапом становится **разбор стратегий и обратная связь**, где обсуждаются тактики обмана и признаки лжи, которые проявились в ходе игры.

Такой формат оказался невероятно продуктивным. В свое время мы играли в «Лжеца» несколько раз в неделю — как в профессиональном сообществе полиграфологов и профайлеров, так и среди любителей. Каждый раз игра давала уникальный опыт и ценную практику.

### Подробные правила игры

Игра «Лжец» — это обучающая групповая игра, цель которой — тренировка навыков верификации лжи в условиях, максимально приближенных к реальным, а также развитие умений публичного обмана, манипуляции и сохранения ресурсного состояния в неблагоприятных условиях.

Ход игры регулируется **ведущим**, который имеет право вносить изменения в сценарий.

**Этапы игры:**

1. **Знакомство участников.** Формируется группа (6–9 человек).
2. **Взносы.** Каждый вносит заранее определенную сумму.
3. **Создание банка.** Все взносы объединяются.
4. **Жеребьевка.** Ведущий случайным образом определяет Лжеца, передает ему банк и гарантирует конфиденциальность его роли.
5. **Игровой процесс.** Остальные игроки, выступающие в роли верификаторов, должны большинством голосов выявить Лжеца. Продолжительность игры — 40–60 минут. Участники свободны в выборе стратегий: можно провоцировать, манипулировать, использовать знания по детекции лжи. Запрещены лишь физическое воздействие и требование показать карманы. В ходе игрового процесса необходимо разоблачить лжеца.
6. **Голосование.** Каждый игрок имеет один голос.
  - В случае равенства подозреваемым дается по минуте для самооправдания, затем проводится повторное голосование.
7. **Завершение.** Если Лжеца вычислили, деньги возвращаются игрокам. Если нет — банк остается у Лжеца. В любом случае после игры он раскрывает свою роль.
8. **Разбор.** Ведущий организует обратную связь: обсуждаются стратегии, ошибки, признаки обмана и способы их сокрытия.

**Роли в игре**

- **Игрок** — любой участник игры, кроме ведущего. Следует правилам и указаниям.

- **Ведущий** — главный модератор, объясняет правила, следит за конфиденциальностью и корректностью, проводит разбор. Его решения обязательны.
- **Лжец** — получает банк, скрывает свою роль, обманывает и манипулирует, стараясь сохранить деньги.
- **Верификаторы** — остальные игроки, взаимодействуют друг с другом, чтобы выявить Лжеца и вернуть банк.

### Цели и задачи

#### Для Лжеца:

- Слиться с группой и выдать себя за честного.
- Уводить подозрения и запускать ложные версии.
- Манипулировать и сбивать игроков с толку.
- Сохранить спокойствие и выдержку под давлением.

#### Для верификаторов:

- Доказывать собственную честность.
- Задавать вопросы, провоцировать, анализировать реакции.
- Выносить на голосование наиболее подозрительных игроков.
- Сохранять объективность и избегать ложных обвинений.

#### Для ведущего:

- Обеспечить конфиденциальность выбора Лжеца.
- Поддерживать динамику игры и равные условия.
- Обеспечивать этичность процесса.
- Проводить финальный разбор и обучение.

### Этикет

- Конфиденциальность роли Лжеца — абсолютное правило.
- Допускаются любые формы речевых провокаций и манипуляций.

- Запрещено применять физическую силу.
- Каждый игрок имеет право обвинять других и выдвигать их кандидатуру на голосование.
- Некорректное поведение — основание для исключения из игры.

Игра «Лжец» — это уникальный симулятор реальных коммуникационных ситуаций, где переплетаются недоверие, риск и необходимость сотрудничества. Она тренирует:

- умение **распознавать ложь** в условиях неопределенности и давления;
- способность **обманывать убедительно**, сохраняя самообладание;
- навыки **ведения переговоров и командного взаимодействия**;
- стрессоустойчивость и готовность к работе в ситуации конфликта интересов.

Эта игра может использоваться не только в обучении профайлеров, полиграфологов и специалистов по безопасности, но и как инструмент развития командных компетенций в бизнесе и переговорах.

## Игра «веришь — не веришь»: игра на определение доверия

Эта игра предназначена для тренировки навыка определения доверия.

Многие знают карточную игру «Верю — не верю». Недавно я рассказывал о другой разработке — игре «Лжец», которая тренирует навык выявления лжи. Но еще до появления «Лжеца» мы вместе с коллегами придумали другую игру, условно названную «Веришь — не веришь». Ее цель — развить способность понимать, **верят ли вам собеседники.**

Когда я занимался исследованием талантливых лжецов и мошенников, в интервью с ними всплыла одна простая, но важная мысль:

«Если я вижу, что мне верят на 100% — самое время начинать обманывать».

Успешные мошенники прекрасно умеют считывать степень доверия собеседника. Именно этот навык позволяет им вовремя включать обман. Поняв это, мы решили развивать у себя аналогичное умение — **определять уровень доверия к себе**. Так появилась игра «Верить — не верить».

### **Правила игры**

В игре участвуют минимум два человека (лучше 3–4).

#### **1. Роли.**

- Один игрок становится **Лжецом**.
- Остальные — **Партнерами**.

#### **2. Задача Лжеца.**

Он рассказывает историю продолжительностью 2–4 минуты. История может быть полностью правдивой, частично вымышленной или полностью ложной. В процессе рассказа Лжец внимательно отслеживает невербальные реакции Партнеров и отмечает моменты, в которые, по его мнению, они поверили или усомнились.

#### **3. Задача Партнеров.**

После окончания истории каждый Партнер индивидуально (без обсуждения с другими) записывает в блокнот:

- моменты, в которые он поверил рассказчику;
- моменты, в которых возникло сомнение;
- степень доверия или недоверия.

#### **4. Сверка.**

Лжец озвучивает свои предположения о том, где именно ему поверили или не поверили Партнеры. После этого записи сравниваются и проводится разбор.

### Особенности и сложности

1. Чем больше Партнеров, тем труднее Лжецу: приходится держать в памяти гораздо больше информации о реакциях.
2. Чем лучше Партнеры контролируют свои невербальные проявления, тем труднее становится их «читать».
3. При регулярной тренировке навыки быстро улучшаются у всех участников.

Истории Лжеца могут быть разными:

- полностью правдивыми (и вы удивитесь, что даже тогда всегда найдется момент, которому не поверят);
- смешанными (правда + вымысел);
- полностью вымышленными (и даже здесь в чем-то вам поверят).

Часто мы рассказывали истории о прошедшем дне или моделировали собеседование.

### Практическая ценность игры

Игра дает навык понимать:

- **верят ли вам собеседники;**
- **в какие именно моменты** возникает доверие или недоверие;
- **что способствует доверию, а что его разрушает.**

Для Партнеров это тоже полезный опыт: они учатся отличать правду от лжи и видят, насколько часто ошибаются в этих оценках.

Мы начали играть в «Верить — не верить» около десяти лет назад. Эта практика многому научила: умение определить, доверяют ли вам, — один из самых востребованных навыков, который пригодится в переговорах, продажах, общении с коллегами, руководителями и близкими людьми.

Играйте и тренируйтесь. Это и увлекательно, и полезно. Умение определять, верят ли вам собеседники, открывает огромные возможности — от эффективных переговоров и продаж до повышения личной убедительности. Игра «Верись — не верись» позволяет в безопасной форме тренировать этот навык, превращая интуицию в осознанный инструмент. Чем чаще вы практикуетесь, тем точнее учитесь замечать моменты доверия и недоверия — а это ключ к влиянию и успешной коммуникации.

## Хотите поговорить об этом?

Умение задавать вопросы — важный навык, который необходим не только полиграфологам и профайлерам, но и каждому человеку.

Альберт Эйнштейн говорил: «Если бы у меня был один час для решения какой-то проблемы и моя жизнь зависела бы от ее разрешения, я бы потратил первые 55 минут на то, чтобы сформулировать вопрос. И только 5 минут, чтобы ответить на него».

И он был прав: грамотная постановка вопроса — самый важный шаг на пути к решению проблем и достижению целей.

По моим наблюдениям, у «обычного» человека репертуар вопросов не слишком велик: «Сколько?», «Когда?», «Почему?». Ничего необычного или нестандартного. А ведь характер задаваемых вопросов — это косвенный показатель того, как человек учится: творчески и эффективно или шаблонно и долго.

Чтобы расширить этот «вопросительный репертуар», мы придумали игру с условным названием «Хотите поговорить об этом?». Ее суть — научиться

задавать разные, нестандартные и действительно эффективные вопросы. Только неординарные люди способны формулировать по-настоящему неординарные вопросы.

### **Правила игры**

В игре участвуют минимум два человека (лучше 3-5).

1. Один игрок задает другому вопрос на заранее выбранную тему. Например: работа, отдых, спорт, путешествия.
2. Второй игрок должен ответить не утверждением, а встречным вопросом, содержащим намек на ответ.

### **Примеры:**

1. Вы часто путешествуете?  
— А вы бы хотели услышать о месте, которое запомнилось мне больше всего?
2. Вам нравится ваша работа?  
— А как вы думаете, может ли работа приносить радость и усталость одновременно?
3. Вы рано встаете по утрам?  
— А разве не удивительно, как по-разному люди ощущают утро?
4. Вы любите спорт?  
— А вы замечали, что иногда спорт дает не меньше энергии, чем отдых?

И так продолжается разговор — столько, сколько хватит выносливости участников. Мы когда-то играли в такую игру часами.

### **Чего делать нельзя?**

Ответ вопросом на вопрос не должен быть:

1. «Переводом стрелок» («Хотите поговорить об этом?», «Правда, сегодня прекрасная погода?»).

2. Простым встречным вопросом по теме без ответа («А вы как думаете?»).
3. Состоять только из формулы «...не так ли?» — это слишком легко.

### **Как должен выглядеть правильный ответ?**

Он обязательно включает хотя бы намек на содержание.

Пример:

- Сколько вам лет?
- А вы задумываетесь над тем, что у человека в 40 лет может быть недостаточно жизненного опыта?

### **Подводные камни**

1. Вопрос сам по себе создает иерархию, а ответ вопросом может восприниматься как вызов. Контролируйте интонацию и сохраняйте конструктивный настрой. Для мозга постоянная вопросительная интонация звучит как давление.
2. Упражнение на самом деле довольно сложное, мозг будет уставать. Но это часть тренировки — используйте ее.
3. Избегайте однообразных формулировок. Записывайте интересные конструкции и используйте их позже.

Ну что, понятно?

Игра «Хотите поговорить об этом?» тренирует гибкость мышления, умение поддерживать диалог и формулировать неожиданные вопросы. Она помогает научиться слышать собеседника и создавать вопросы, которые развивают разговор, а не обрывают его. Такой навык полезен в переговорах, профайлинге, интервью и любом общении, где важно удерживать доверие и сохранять инициативу.

## Профайлинг и склонность к обману

Большинство людей стремятся быть честными или, по крайней мере, хотели бы воспринимать себя именно такими. Но здесь есть одна особенность: наш внутренний контроль честности активизируется далеко не всегда и не во всех ситуациях. Чаще всего он срабатывает только тогда, когда мы размышляем о значительном проступке или преступлении. Например, человек способен задуматься о том, стоит ли украсть со склада несколько коробок ручек. Но если речь идет о мелочи — взять всего одну-две ручки, — то подобное действие может даже не восприниматься как нехороший или нечестный поступок.

Малые проявления нечестности легко маскируются рационализацией. Мы объясняем их себе логикой выгод и затрат: если что-то можно получить легко, быстро и без серьезных последствий, то вроде бы и нечего беспокоиться. Взять пару ручек проще и быстрее, чем тратить время на поход в магазин. Мы понимаем, что никаких ощутимых санкций не будет, и поэтому позволяем себе некорректное поведение, не особенно задумываясь о его этической стороне.

### Исследования Дэна Ариэли

Известный исследователь нечестности Дэн Ариэли посвятил этой теме огромное количество экспериментов. Его цель заключалась в том, чтобы понять, какие обстоятельства подталкивают человека к мелкому мошенничеству, а какие, наоборот, удерживают его от него.

Одно из его исследований проводилось в Гарвардской школе бизнеса — учебном заведении, выпускники которого составляют примерно 20% руководителей компаний из списка Fortune 500.

### Ход эксперимента:

Группу студентов попросили выполнить тест из 50 вопросов на общую эрудицию с вариантами ответов. Вопросы были самыми разными: «Какая река считается самой глубокой в мире?», «Кто написал роман «Война и мир»?» и т. п. На выполнение задания отводилось 15 минут. После окончания времени студенты должны были перенести свои ответы с черновика на специальный бланк, а затем сдать и черновик, и бланк инспектору. За каждый правильный ответ полагался 1 доллар.

**Контрольная группа.** Участники этой группы выполняли задание честно, без возможности жульничать. Средний результат оказался на уровне **32,6 правильных ответов**, то есть примерно **32,6 долларов** за тест.

### Группы с соблазном

Во второй группе условия изменили. Студентам разрешили самостоятельно проверять правильность своих ответов и выдали бланк с правильными вариантами. Если участник изначально отвечал неправильно, у него был выбор: оставить все как есть или подкорректировать результат в свою пользу. В итоге средний показатель вырос до **36,2 правильных ответов** — примерно на 10% выше, чем в контрольной группе.

В третьей группе искушение усилили. Студентам снова выдали бланк с правильными ответами, но теперь им нужно было лишь обводить кружком те вопросы, где они ошиблись. Правильные ответы были уже отмечены по умолчанию. И хотя это, казалось бы, упрощало возможность жульничать, средний результат оказался на уровне **35,9**.

В четвертой группе контроль полностью сняли: студентов просто просили озвучить количество пра-

вильных ответов, после чего им сразу выдавали соответствующую сумму. Средний результат составил около **37 долларов**.

### **Интерпретация результатов:**

Если уровень мошенничества в этих условиях кажется не очень высоким, то вы правы. Несколько дополнительных долларов не представляли собой серьезного стимула для студентов Гарварда. Кроме того, дисциплина и социальная среда там достаточно строгие.

Но и эти результаты показали важные закономерности:

1. На обман способны практически все. Исследование показало, что дело не в наличии небольшой группы заведомо нечестных людей, которые портят статистику. Наоборот, почти каждый участник хоть немного «подправил» свои результаты.
2. Риск быть пойманным играет меньшую роль, чем принято думать. Даже когда у студентов не было ни малейшей угрозы разоблачения, уровень нечестности оставался примерно тем же. Люди не становятся абсолютно бесчестными, даже если уверены, что им ничего не грозит.
3. Для профайлера важно наблюдать за тем, насколько легко человек поддается искушению обмануть в условиях, когда выгода минимальна, а риск наказания отсутствует. Если человек готов врать ради мелкой выгоды и без страха разоблачения, это многое говорит о его склонности к нечестности в более серьезных обстоятельствах.

Дэн Ариэли проводил аналогичные эксперименты в MIT, Принстоне, Калифорнийском университете в Лос-Анджелесе и Йеле — и везде результаты оказались сопоставимыми.

Склонность к мелкому обману свойственна большинству людей, и именно по мелочам часто проявляется подлинное отношение к честности. Для профайлера важно учитывать, в каких условиях человек способен позволить себе быть нечестным: при отсутствии контроля, при минимальной выгоде или когда он уверен в безнаказанности. Эти наблюдения помогают не только точнее оценивать личность, но и прогнозировать поведение человека в реальных, более значимых ситуациях.

## Как реагировать, если вас подозревают в обмане?

Уверен, многие из вас играли в «Мафию», а некоторые — и в «Лжеца». И почти каждый хотя бы раз оказывался под подозрением группы или конкретного, особенно близкого человека. Возникает вопрос: **как лучше реагировать на подозрения**, если срабатывает «ошибка Отелло» — когнитивное искажение, при котором **любой** поведенческий сигнал подозреваемого интерпретируется как признак виновности.

Ученые Университета Айовы провели серию исследований, пытаясь определить наиболее эффективную реакцию на ложные обвинения. Главный, пусть и неприятный, вывод (спасибо им за напоминание): **люди — плохие детекторы лжи.**

Участникам показывали видео с людьми, которых **ложно** обвиняли в мелких проступках и которые оправдывались. Если человек **злился, повышал голос, демонстрировал агрессию**, его считали виновным **более чем в 86%** случаев. Если человек **молчал** — показатель был ниже, но все равно высок: около **73%**.

Исследователи резюмируют: естественная реакция на несправедливость — **гнев, желание атаковать и наказать клеветника** — только усиливает подозрения. Молчание — тоже. И то, и другое подпитывает «ошибку Отелло»: наблюдатель видит сильные эмоции/закрытость и автоматически приписывает их **вине**, а не **стрессу невинности**.

**Что делать?** В оригинальных публикациях это описано скупо. Поэтому сформулируем рабочий протокол ответа на ложные обвинения, который хорошо работает и в играх («Мафия/Лжец»), и в реальности (переговоры, работа, бытовые конфликты).

**Что делать вместо крика и молчания? Для ответа на этот вопрос вспомним вполне подходящий для таких ситуаций протокол S.P.A.C.E.**

**S — Stop (Пауза 2–3 секунды).**

Короткая пауза снижает эмоциональную насыщенность момента и возвращает контроль дыхания и темпа речи, а также вашу сосредоточенность.

**P — Posture & Prosody (Позу и голос — под контроль).**

Относительно расслабленная, удобная поза, открытые ладони, плечи опущены, подбородок нейтрален. Речь ровная, темп умеренный, фразы короткие.

**A — Acknowledge (Признать важность вопроса).**

«Понимаю, что это серьезно», «Хочу прояснить максимально ясно». Это **не** признание вины, это признание значимости темы.

**C — Clarify (Уточнить формулировку обвинения).**

Попросите конкретику: «Правильно ли я понимаю, что речь о ... (дата/сумма/действие)?», «Какая именно часть вызывает сомнения?» Уточнение переводит разговор из зоны эмоций и подозрений в зону фактов.

**Е — Explain/Evidence (Изложить позицию + опорные факты).**

Коротко, по пунктам (1-3 тезиса), где каждый тезис подкреплён проверяемыми данными: время/место, документы, свидетели, переписка и пр.

**Мини-скрипт:**

«Понимаю, что вопрос серьёзный. Чтобы не говорить общо, уточню: вы утверждаете, что [конкретика]? У меня есть три пункта: (1) [факт/док], (2) [факт/ссылка], (3) [свидетель/процедура]. Готов предоставить материалы и пройти проверку по принятому порядку».

**Невербальная часть: короткий чек-лист**

- **Дыхание:** медленный выдох длиннее вдоха.
- **Темп:** чуть ниже вашего обычного; паузы между тезисами.
- **Позиция:** корпус развернут на  $\frac{3}{4}$ , не «в лоб»; ноги устойчиво на полу.
- **Жестикуляция:** открытые ладони, жестикулируйте в «зоне пресса» (не выше груди).
- **Взгляд:** 60–70% контакта, остальное — на материалы/записки.

**Чего не делать (усиливает «ошибку Отелло»)**

- **Кричать, перебивать, переходить на личности.** Агрессия читается как защита вины.
- **Уходить в тишину/уклонение.** Молчание трактуется как отсутствие аргументов.
- **Сарказм, обесценивание, «контратака» обвинениями.** Это повышает ставки и закрывает канал доверия.
- **Длинные оправдания без структуры.** Поток слов выглядит как «объясняю, потому что виноват».

### Почему это работает?

- Вы **снижаете когнитивную нагрузку** на наблюдателя: даете структуру вместо эмоций.
- Вы **переключаете фрейм** с «виновен/невиновен» на «факты/проверка».
- Вы **демонстрируете кооперативность**, а не оборону или агрессию — это маркер добросовестности.

При ложных обвинениях **ни крик (встречная агрессия), ни молчание не помогают** — оба паттерна усиливают «ошибку Отелло» и повышают вероятность, что вас сочтут виновным. Оптимальная реакция — короткая пауза, признание серьезности вопроса, уточнение конкретики и **структурный ответ фактами** с предложением прозрачной проверки. Держите под рукой протокол S.P.A.C.E. — он превращает стрессовый эпизод в управляемый процесс и возвращает вам инициативу.

## Самообман, эгоизм и принятие решений

Встречали ли вы ситуации, когда человек намеренно верит в ложь, лишь бы не принимать правду?

Это встречается чаще, чем кажется. Например, кто-то говорит: «Он не мог мне изменить, ведь он меня любит!» Или: «Они не могли так поступить, потому что они — свои. А свои так не поступают!»

Сегодня подобное намеренное «нежелание знать» относят к проявлениям нашего нерационального мышления. В античности это называли невежеством и выделяли его три основных разновидности.

### Три формы невежества

1. **Принятие желаемого за действительное** (сегодня это чаще называют «положительной иллю-

зией»). Мы склонны верить в то, что совпадает с нашими желаниями и ожиданиями. Даже если поступающая информация опровергает наши представления, нам проще отвергнуть новые данные, чем разрушить собственные «воздушные замки».

2. **Эпистемиологическая акрасия** (термин Сократа; *акрасия* по-гречески означает «безволие»). Человек понимает, как правильно, но сознательно избегает размышлений о проблеме. «Я знаю, что курить вредно. Но я все равно курю, потому что у меня нет сил бросить. Чтобы не мучиться когнитивным диссонансом, я вообще стараюсь об этом не думать». Стоики называли это безволием, а современная психология — стратегией избегания.
3. **Самообман** — самая широкая и, пожалуй, самая интересная форма. Человек осознает, что его убеждения больше не соответствуют реальности, но все равно продолжает жить так, будто ничего не изменилось. Причины разные: нежелание менять статус-кво, затраты энергии на перестройку модели мира, страх утраты привычных ориентиров. В конце 80-х — начале 90-х в СССР многие по инерции продолжали верить в коммунизм и социализм, хотя фактически уже было понятно, что система рушится.

### Современные исследования

Недавний метаанализ, опубликованный в **APA PsycNet**, впервые обобщил исследования по умышленному самообману — сознательному отказу от важной информации. В анализ вошли данные **22 статей, 6531 участника и более 33 000 решений**.

**Вот краткие результаты этого обзора:**

1. **Умышленный самообман / отказ от полной важной информации: оказывает сильное влияние на усиление эгоистического поведения и ослабляет просоциальное, альтруистическое.** 39,8% участников избегают информации о том, как их решения влияют на других, что приводит к снижению альтруистического поведения на 15,6 процентных пунктов, даже когда информация легко доступна.
2. В непрозрачных условиях получения информации (когда можно уверенно сказать: «при принятии решения я не был поставлен в известность об всех известных аспектах события», хотя на самом деле этот человек сам отказался от полной информации) наблюдается устойчивое снижение альтруистического поведения и преобладание эгоистического. **В ситуации, о которой человек имеет более полную информацию, он склонен принимать более альтруистичное просоциальное решение.**

**Оправдательная ценность незнания** также подкрепляется результатами исследований, согласно которым участники считают эгоистичный выбор, сделанный при наличии полной информации, более морально проблематичным, чем эгоистичный выбор, сделанный в условиях (самонавязанного) незнания (не виноватая я, не знала, мне никто не сказал, я не слышал!).

То есть, когда мы сами себя обманываем, не желая знать, что и где происходит, **мы прежде всего думаем не о других, а о себе.** Потому, что **знание рождает ответственность** поступать в соответствии с этими знаниями, что порой для нас может быть сильно неудобно.

3. **Те, кто активно выбирает информацию, более альтруистичны, чем те, кто пассивно получил**

**информацию.** Навык поиска и оценки противоречивой информации свидетельствует о высоких способностях конкретного индивида к менее эмоциональному анализу информации и при этом высокой активности лобных долей мозга, что сильно коррелирует с альтруистическим поведением.

4. **Множественность имеет значение.** Самообман и сознательный отказ от полной информации эгоистично подкрепляется. **«Слезть» с такого способа принятия решений трудней, чем попасть в него.** Поэтому сила и количество самообмана со временем нарастает.
5. Многие (до 40%) **готовы даже пойти на дополнительные жертвы и заплатить**, чтобы сознательно не воспринимать диссонирующую информацию и остаться в неведении, сохранить картину мира и основные установки.

Итак, для профайлера и любого специалиста по поведению важно уметь отличать:

- где человек действительно **не знает**;
- а где он сознательно **не хочет знать**.

Самообман не только искажает личную картину мира, но и напрямую влияет на решения, повышая вероятность эгоистичного поведения и снижая про социальное.

Часто самообман — не случайное явление, а системная стратегия защиты эго, которая укрепляется с каждым разом, когда мы сознательно отворачиваемся от фактов. Он делает человека более эгоистичным и снижает готовность действовать во благо других. Поэтому один из ключевых навыков осознанного развития — замечать собственные попытки «не знать» и намеренно включать в картину мира информацию, которая кажется неудобной.

## Чем больше стресса, тем больше лжи?

Сегодня достаточно данных, чтобы рассматривать силу воли как своеобразную «мышцу». Если ее не тренировать, она ослабевает, и человек становится менее устойчивым перед соблазнами. При желании, дисциплине и правильном подходе силу воли можно «прокачать» — это требует времени и систематической практики, но вполне реально.

А как обстоит дело с обманом?

Неудивительно, что чем больше стресса испытывает человек, тем выше вероятность, что он начнет лгать. Конечно, все имеет предел: не каждый стресс ведет к нечестности. Но чем сильнее нагрузка и чем больше внешних проблем, тем выше соблазн «компенсировать» их сиюминутной выгодой, которую может дать обман. При этом стоит только начать лгать — и остановиться все труднее: формируется поведенческий паттерн. Обратное также верно: чем комфортнее среда и чем ниже уровень стресса, тем меньше склонность человека к обману.

### Эксперименты Дэна Ариэли

Известный исследователь нечестности Дэн Ариэли, о котором мы тут уже упоминали, и его команда провели множество экспериментов, подтверждающих связь стресса и лжи.

Один из классических примеров: группе студентов сообщали, что всем предстоит решить одну и ту же задачу. На деле задачи различались по сложности: одним давали легкие, другим сложные. После выполнения тестов студентов проверяли на склонность к обману — через задания из теории игр (например, дилемму заключенного и ее модификации) или через предложе-

ние заработать деньги, решив дополнительные задачи, где можно было «схалтурить» и приписать себе лишний результат.

Результаты оказались показательными: студенты, которые получали более сложные задания и испытывали интеллектуальную нагрузку сверх ожиданий, значительно чаще обманывали, чем те, кто находился в более комфортных условиях.

### Повседневные примеры

Тенденция проявляется и в обычной жизни. Допустим, вы решили отказаться от сладостей и фастфуда. Первое время это дается легко, даже если вкусы лежат на виду. Но по мере накопления усталости и стресса самоконтроль снижается, и через пару дней вы срыгаетесь — не только на «запрещенный» торт, но и на другие привычки, от которых пытались отказаться: алкоголь, лишний сон, прокрастинацию.

То же происходит и с обманом: под стрессом снижается контроль, растет импульсивность и вероятность обмануть резко увеличивается.

Важный нюанс для профайлера: когда вы фиксируете признаки лжи, учитывайте состояние собеседника. Если он воспринимает общение как «войну» или угрозу, вероятность обмана возрастает. Как и на настоящей войне, где даже при наличии кодексов чести люди часто нарушают правила, под сильным стрессом собеседник может переступить границы честности.

Итак, несколько практических выводов:

- 1. Стресс снижает честность.** Чем больше нагрузка (эмоциональная, интеллектуальная, социальная), тем выше вероятность, что человек начнет искажать информацию.

2. **Ложь закрепляется как привычка.** Один раз «схитрив» под стрессом, человек легче повторяет обман в будущем.
3. **Комфортная среда снижает риск обмана.** Спокойные условия и отсутствие давления делают поведение людей более честным.
4. **Профайлинг требует контекста.** Ловя ложь, всегда учитывайте уровень стресса собеседника — он может объяснять не только сам факт обмана, но и его форму (агрессия, уклончивость, резкость).

## 3. ЛИЦО И ЭМОЦИИ

### Какие лица способствуют формированию доверия?

**Д**оказано, что первое впечатление о человеке формируется почти мгновенно. Достаточно всего **100 миллисекунд**, чтобы у нас сложилось мнение, и чаще всего в дальнейшем мы склонны подтверждать именно это первое впечатление.

То же касается и лиц: доверие или недоверие к ним возникает в первые мгновения — уже через **50 мс** мозг получает эмоционально значимую информацию («нравится — не нравится», «добрый — злой» и пр.), на основе которой сознание выстраивает окончательный вывод.

В целом доверие вызывают лица, приближенные по конфигурации к «детской схеме»: большие глаза, округлый выпуклый лоб, маленький нос, слабо выступающий подбородок, относительно круглая форма головы.

Некоторые имиджмейкеры выделяют даже «проклятие детского лица». Обладателей таких черт часто воспринимают как милых, вызывающих симпатию, но при этом менее доминантных. Это снижает их возможности в установлении равноправных или власт-

ных отношений. Подобный эффект был описан еще в «Одиссее» Гомера, где герой с «детскими чертами» вызывал симпатию, но не уважение.

### **Закономерности формирования доверия**

1. **Экстраверсия.** Людям с открытым, общительным и доверчивым выражением лица доверяют чаще, чем интровертам.
2. **Интеллект.** Парадоксально, но лица, ассоциирующиеся с высоким интеллектом, нередко вызывают недоверие.
3. **Усредненность.** Чем ближе лицо к «среднему» типу популяции, тем больше оно вызывает доверия. Яркие особенности или резкие отличия от нормы снижают доверие, даже если лицо красивое. Особенно важны пропорции рта и нижней части лица.
4. **Простота.** Людям с простыми, «неизощренными» чертами доверяют больше, чем тем, кто кажется умным или слишком утонченным. («Горе от ума» в действии).
5. **Статус.** Лица, ассоциирующиеся с высоким положением или принадлежностью к элите, вызывают больше доверия.
6. **Привлекательность.** Красивым людям доверяют больше, чем некрасивым.
7. **Знакомство.** Знакомым лицам доверяют сильнее, чем незнакомым.
8. **Открытость.** Улыбка и дружелюбное выражение лица значительно повышают уровень доверия.
9. **Эмоциональный фон.** Доброжелательные лица вызывают доверие, агрессивные — отталкивают.
10. **Возраст.** Молодым и детям доверяют больше, чем пожилым.

Отмечу, что восприятие черт лица, вызывающих доверие не универсально — оно зависит в том числе от культурных норм и социальных традиций

1. Западные культуры (Европа, США).
  - Больше ценится открытая мимика и активное выражение эмоций.
  - Улыбка и прямой зрительный контакт усиливают доверие.
  - «Детские черты» лица чаще воспринимаются как признак дружелюбия и безвредности, но одновременно снижают ощущение компетентности (например, у мужчин в деловой сфере).
2. Восточные культуры (Китай, Япония, Корея).
  - Здесь больше ценится сдержанность и «усредненность» лица.
  - Излишне экспрессивные эмоции могут вызывать недоверие.
  - Доверие формируется через ощущение гармонии, симметрии и предсказуемости в выражении лица.
3. Средиземноморские культуры (Италия, Испания, Греция).
  - Высокая эмоциональность — норма.
  - Открытая мимика, жестикуляция и яркие выражения лица не воспринимаются как угроза, а наоборот усиливают доверие.
4. Скандинавские страны.
  - Уважение к личным границам и дистанции выше.
  - Излишне «детские» или слишком улыбчивые лица могут восприниматься как неискренние.
  - Сдержанная улыбка и спокойное выражение лица вызывают больше доверия.

### 5. Россия и постсоветское пространство.

- Улыбка не всегда автоматически означает доверие. Стереотип «смех без причины — признак «дурачины» все еще влияет на восприятие.
- Доверие формируется больше через знакомство, статус и «свое лицо» (социальная принадлежность), чем через универсальные детские черты.

Итак, подведем итоги:

1. Черты лица, вызывающие доверие, зависят не только от биологии, но и от культурного контекста.
2. В деловой и межкультурной коммуникации важно учитывать разницу: улыбка и открытость работают не везде одинаково.
3. Универсальные черты (усредненность, симметрия, доброжелательность) усиливают доверие в большинстве культур, но их восприятие все же окрасивается традициями общества.
4. Для практики профайлера важно помнить: «доверительное лицо» не всегда означает честность или компетентность. Это лишь отправная точка для дальнейшего анализа.

## Лицо и социальный статус

В кризисные времена люди начинают чаще думать и говорить о деньгах и задавать вопрос: **«Можно ли только по лицу определить — перед тобой бедный или богатый?»** Для многих тема особенно актуальна именно сейчас.

Если говорить строго, социальный статус и богатство определяются не по лицу, а по повадкам, манере

общения, воспитанию. Но раз уж вопрос звучит именно так: что же можно увидеть **во внешности, а именно в лице?**

### **Что говорят исследования?**

За последние 5–7 лет опубликовано немало работ на эту тему (например: R. Thora Bjornsdottir & Nicholas O. Rule, 2020; R. Thora Bjornsdottir, 2019; Pentland, Burgoon & Twyman, 2019; Babaei & Srivastava, 2019; Carlson, 2018; Jaeger, Evans & Stel, 2019 и др.).

Сразу стоит оговориться: простые «физиогномические» штампы (например — «у богатого большой рот, ямочка на подбородке или мясистая мочка уха») — это мифология и субъективные фантазии. Научных подтверждений им нет.

Но и ко многим исследованиям этой темы можно предъявить вопросы: к выборке (часто студенты), к определению понятия «богатство» (богатство — дело относительное: для кого-то это одна сумма, а для другого — другая), к методике (как измерять и оценивать). Тем не менее, если убрать второстепенные нюансы, результат остается любопытным: **по лицу люди определяют социальный статус с точностью выше случайного совпадения — от 53 до 72%.**

Это неплохой результат, учитывая, что многие сознательно «дорисовывают» себе статус внешними средствами, стараясь выглядеть более обеспеченными, чем есть на самом деле. При этом некоторые обеспеченные люди часто стараются выглядеть проще. На точность влияют и дополнительные факторы: возраст оценивающего (люди в возрасте определяют статус по внешности лучше, чем молодые), место жительства (жители мегаполиса более точны,

чем жители провинции), а также собственное благосостояние (люди с более высоким доходом определяют статус других успешнее).

### Как проводятся эксперименты?

Классический дизайн: участникам показывают фотографии людей с заранее известным уровнем дохода, оформленные в одном стиле. Задача — оценить, кто из них более состоятельный. В основе таких суждений лежат опыт и стереотипы самих участников — фактически работает эвристика доступности, о которой мы с вами уже говорили.

Чтобы минимизировать влияние стереотипов, исследователи использовали более изощренные приемы: показывали перевернутые фотографии или только часть лица (глаза, рот, верхнюю или нижнюю половину лица). Даже при таких условиях находили **небольшие, но устойчивые корреляции**.

### Какие черты чаще связывают с высоким статусом?

Научно подтверждено, что более состоятельные люди воспринимаются как:

- **Более привлекательные.** Здесь работает «математика симметрии»: более гармоничные лица кажутся более статусными.
- **Моложе своего биологического возраста.** Ухоженность и здоровый образ жизни часто коррелируют с доходом.
- **Открытые.** Лицо расслабленное, взгляд прямой, без прищура, выражение более дружелюбное.
- **Улыбающиеся.** Даже легкая улыбка усиливает восприятие статуса и благополучия.

Других надежных «лицевых маркеров богатства» на данный момент наука не выявила. Все осталь-

ное — уже влияние прически, одежды, походки, речи и поведения.

Важно помнить, что доверие к лицу и его восприятие как «богатого/бедного» не всегда отражает реальность, поэтому нельзя полагаться только на первое впечатление. Для практиков (HR, профайлеров, переговорщиков) ключевой навык — разделять визуальные стереотипы и реальные индикаторы статуса, чтобы минимизировать риск ошибки.

## Базовая эмоция страх. Нейрохимия

Эмоция страха — одна из самых базовых, если не самая базовая. Именно она появилась первой в ходе эволюции, и поэтому на ней «завязано» огромное количество процессов. Принято думать, что для счастливой жизни человеку нужна радость. Но на деле для большинства людей источником устойчивости и даже ощущения «счастья» оказывается именно страх. Увы, это хорошо знают те, кто управляет информационными потоками и формирует повестку в СМИ.

С точки зрения нейробиологии удовольствие от страха — вполне нормальный механизм. Он имеет критическое значение для выживания. Эволюционно люди с плохо развитой реакцией на угрозы жили меньше и чаще становились жертвами хищников или случайных опасностей.

Когда мозг чувствует угрозу, еще до того, как сознание успеет ее обработать, миндалевидные тела в обоих полушариях посылают сигнал для перевода организма в режим «бей или беги».

Кортиколиберин, кортизол, адреналин и норадреналин в большом количестве попадают в кровь, сердце-

биение учащается, зрачки расширяются, начинается потоотделение, создавая состояние сильного возбуждения и бдительности для того, чтобы приготовить тело к действию и, собственно, — действовать.

Однако, как только наш мозг определит, что угроза не смертельна или не значительна, лобные доли (а не гормоны) снова берут верх над ситуацией. **Способность мозга самостоятельно успокаиваться очень приятна, и именно поэтому люди ищут этого ощущения снова и снова.** А дальше — парасимпатическая нервная система переходит в режим отдыха и расслабления, высвобождая нейромедиатор дофамин. **И чем больше был страх, тем больше дофамина выделяется. А дофамин приносит небывалое (особенно на контрасте со страхом) чувство удовольствия и расслабления.** Таким образом, паттерн закрепляется, но при этом становится патологическим, поскольку мы попадаем в ловушку биохимии нашего мозга. Стремясь к дофаминовой разрядке (большой разовой выброс дофамина в кровь), мозг начинает стимулировать наше внимание на поиск страха, и мы начинаем сами его искать и хотеть, чтобы потом, на фоне этого страха расслабиться, подумать, что все не так уж и плохо, и получить очередную порцию дофамина. И как всегда, эту петлю мы не осознаем.

Так формируется паттерн: мозг закрепляет связку «страх → разрядка → удовольствие». В итоге человек начинает искать страх сам, чтобы получить дофаминовую награду.

- У одних это перерастает в **адреналиновую зависимость** — стремление к опасным видам спорта, рискованным ситуациям, постоянному поиску приключений.

- У других проявляется иначе: в виде хронической **неуверенности и стеснительности**. Это микросостояния страха, которые тоже дают небольшой дофаминовый «бонус».

Неожиданный вывод: даже неуверенность — это биохимический способ получать удовольствие!

Попытки разорвать эту цепочку прямыми внушениями («не верь», «не бойся», «не проси», «будь уверен») редко работают. Для большинства людей подобные фразы не снижают, а усиливают тревожность.

Поэтому лучший путь — осознанность и наблюдение за собственными паттернами страха. Когда мы понимаем, где именно запускается эта петля, мы можем перехватить управление и не дать биохимии вести нас по привычной траектории.

Итак, несколько практических выводов:

1. **Страх — не враг, а базовый эволюционный инструмент.** Он защищает, но его механизмы легко становятся ловушкой.
2. **После страха мы испытываем удовольствие.** Именно это закрепляет паттерн и делает нас склонными искать новые ситуации тревоги.
3. **Неуверенность и стеснительность** — это тоже формы страха, которые организм может использовать для дофаминовой «награды».
4. **Сделать шаг к управлению страхом можно через наблюдение.** Отслеживание своих реакций и понимание, что это всего лишь работа нейробиологии, помогает снизить их власть над поведением.
5. **Изменение требует практики, а не лозунгов.** Вместо самовнушения лучше использовать техники осознанности, дыхательные практики и упражнения на телесное расслабление.

## Лицо и политические взгляды: новые данные

Михал Косински — известный исследователь лица, с коллегами в 2023-м году опубликовали очередное исследование о предсказании политических взглядов только по лицу человека.

**На самом деле в этой теме не все так однозначно**, как кажется на первый взгляд — есть данные, говорящие, что это в целом возможно с достоверностью около 70%, и данные о том, что это всего лишь шум и эффект социальной самопрезентации человека.

По моему мнению, правда где-то посередине: нужно разбираться в аргументах обеих точек зрения, о которых сейчас и поговорим.

Михал Косински известен тем, что он последовательно продвигает «физиогномический» подход в профайлинг. Суть его в том, что он считает, что есть точные корреляции между некоторыми признаками лица и характеристиками личности человека: нужно их просто найти и доказательно обосновать. Более того, у него есть ряд публикаций на эту тему в серьезных журналах. Однако его нейросети по определению криминального поведения и сексуальной ориентации по лицу были раскритикованы 4–6 лет назад, о чем я тоже писал в предыдущей книге. И вот появилась работа по политическим взглядам.

Совсем не секрет, что политические взгляды сильно влияют на характер человека и вполне могут проявляться на лице. Во всяком случае, простые люди по лицу определяют политические взгляды друг друга достоверно лучше случайного угадывания, в среднем с точностью около 60%.

Кстати, Александр Тодоров, основной критик М. Косински, отмечает, что такой предсказательный эффект возникает не из-за оценки врожденных черт, а за счет «аксессуаров» лица — прически, положения головы, очков, макияжа и других изменчивых признаков, которые можно контролировать. Также на политические предпочтения влияют демография, возраст, этническая принадлежность, уровень образования, доход, здоровье и множество других факторов.

### **Детали исследования М. Косински**

М. Косински с коллегами предполагают, что определенные особенности лица на уровне восприятия способствуют формированию впечатления (например: доминантность или подчиняемость). И такой эффект действительно есть. А дальше — независимо от правильности этого впечатления — по принципу самоисполняющегося пророчества формируются и личностные черты (Wilson & Sibley, 2013; Windhager et al., 2011).

Например, люди с более крупными челюстями, которые воспринимаются как социально доминирующие (а это косвенно связано с политическим консерватизмом), со временем могут действительно становиться более доминирующими. Это подтверждается и статистическими корреляциями в нескольких исследованиях.

Исследования однойцевых близнецов показывают, что вклад генов во внешний вид лица превышает 50% (Richmond et al., 2018). Удивительно, но это же касается и политических взглядов (Alford et al., 2005).

Поведенческие привычки также важны:

- Либералы чаще улыбаются интенсивно и искренне (Wojcik et al., 2015), что оставляет следы в виде морщин (Pierard et al., 2003).

- Консерваторы в среднем более дисциплинированы и, как следствие, более здоровы: меньше алкоголя и табака, лучше питание (Chan, 2019; Subramanian & Perkins, 2010), что влияет на распределение жира на лице и состояние кожи.

М. Косински публикует значительную часть данных в открытом доступе, и их еще предстоит внимательно изучить. Но видно, что на этот раз он провел серьезную работу над ошибками.

В исследовании М.Косински участвовало 596 человек (340 женщин и 256 мужчин, средний возраст — 22 года). Никто не имел пластических операций или вмешательств. 74% выборки составили европеоиды.

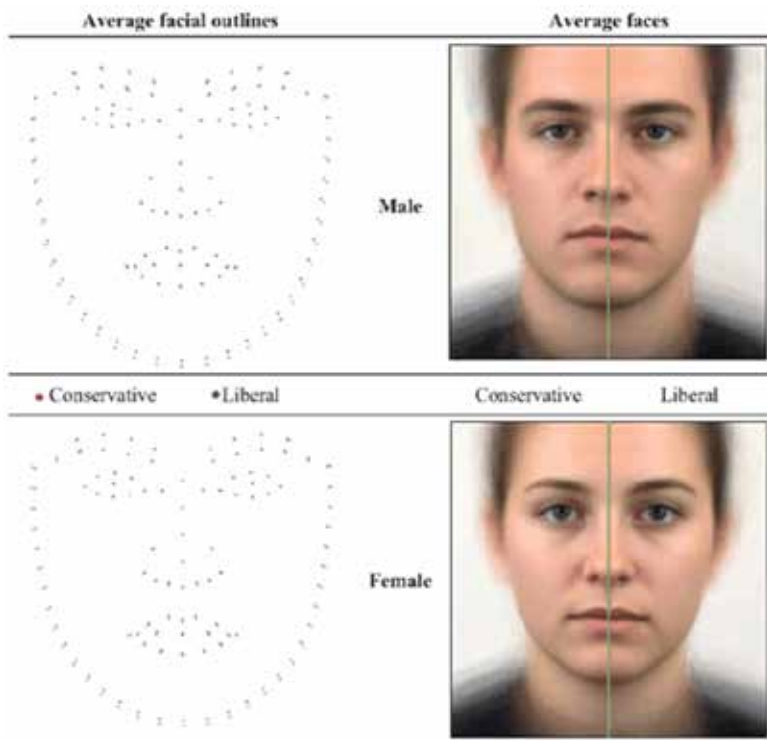
Этапы исследования:

1. Участники заполнили анкеты о своих личностных качествах и политических взглядах.
2. Их сфотографировали в стандартизированных условиях: черные футболки, уложенные волосы, одинаковая прическа.
3. Более 1000 случайных людей оценивали политические взгляды людей на фото по 5 случайным фотографиям. В среднем точность угадывания составила 60%.
4. На этих же данных обучили нейросеть. Она определяла политические предпочтения уже с точностью 70%, превысив результат людей.

**Выводы Косински частично соответствуют уже имеющимся взглядам:**

- Лица сторонников либеральных взглядов чаще имеют меньший подбородок, губы и нос направлены вниз.
- Консерваторы характеризуются более широкими скулами, крупными чертами лица и выраженной нижней челюстью.

- Эти различия могут быть прогностическими признаками наряду с эффектами самопрезентации (прически, макияж, косметология).
- В дальнейшем планируется переход к анализу 3D-отпечатков лица, что, по мнению авторов, повысит точность прогнозов.



### Практические выводы

1. Люди и алгоритмы способны определять политические взгляды по лицу с точностью выше случайной, но эти данные стоит трактовать осторожно: эффект ограничен и частично объясняется социальными факторами.
2. Для профайлинга такие исследования интересны как дополнительный источник информации,

но они не могут заменить комплексного анализа личности.

3. Риски искажения восприятия велики: стереотипы и самопрезентация могут «подменять» врожденные черты, создавая ложное впечатление.
4. Для практики важно понимать: достоверность таких методов пока не превышает 70%, что недостаточно для реального прогнозирования без дополнительных данных.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Приматы с богатой мимикой чаще становятся лидерами. А люди?

Исследователи из Университета Ноттингем-Трент (Великобритания) проанализировали девять социальных групп макак-резусов (*Macaca mulatta*), находящихся в неволе. Каждая группа включала одного взрослого самца, несколько самок и их потомство. Для анализа мимики ученые применили специально разработанную систему кодирования MaqFACS, отслеживающую 17 различных движений лицевых мышц макак. Социальную жизнь всех 66 обезьян оценивали, измеряя частоту их взаимодействий и время, проводимое вместе.

Результаты показали, что самцы, демонстрирующие более разнообразные мимические выражения, использовали их для ясной передачи намерений и снижения уровня неопределенности в группе. Это способствовало формированию более тесных и равномерных социальных связей. Экспрессивные доминирующие самцы занимали более выгодные позиции в иерархии, укрепляя лидерские роли и снижая напряженность в сообществе.

Такой стиль лидерства можно назвать более толерантным: он делает группу сплоченной и уменьшает количество конфликтов. Способность формировать стабильные и сложные общества давала социальным приматам серьезные эволюционные преимущества — от расширенного доступа к ресурсам до защиты от угроз. Именно поэтому исследователи предполагают, что выраженная мимика эволюционировала как инструмент облегчения социальных отношений и поддержания кооперации.

Доктор Джейми Уайтхаус, ведущий автор исследования, отметил: «Это исследование демонстрирует, как индивидуальные различия в экспрессивности могут формировать социальную динамику приматов, включая людей. Более широкий спектр выражений помогает эффективнее управлять социальными отношениями. Люди с выразительной мимикой лучше подготовлены к созданию прочных связей, что может дать им преимущества — от расширенного доступа к ресурсам до большего доверия в сообществе».

Если перевести эти выводы в человеческий контекст, то мы видим параллели в бизнесе, политике и личной жизни: харизматичные лидеры с богатой мимикой чаще оказываются успешнее в переговорах, быстрее завоевывают доверие и легче удерживают внимание группы.

### **Выводы:**

1. Богатая мимика играет роль не только в выражении эмоций, но и в управлении социальными отношениями, снижая неопределенность и конфликты в группе.
2. Экспрессивность напрямую связана с лидерством: она помогает занимать более высокие позиции в иерархии и удерживать их через доверие и сплоченность.

3. Развитие осознанной экспрессивности может стать конкурентным преимуществом: лидеры (тут имеются ввиду уже люди, а не макаки), умеющие управлять своим лицом и эмоциями, получают расширенный доступ к ресурсам, возможностям и поддержке.

## Профайлинг и «правило Мехрабиана»

Скорее всего, вы слышали о том, что якобы согласно исследованиям 55% информации между людьми передается невербально (мимикой и жестами), 38% — паравербально (интонациями голоса), и только 7% — непосредственно словами. Это называют «правилом Мехрабиана» (55–38–7).

Я-то думал, что уже все знают: это правило **не работает** в том смысле, в каком его обычно цитируют... Но оказывается — не все. Поэтому давайте разбираться, что к чему.

Альберт Мехрабиан — действительно авторитетный психолог; ему почти 86 лет, он живет и работает в Лос-Анджелесе, являясь профессором местного университета. Миф базируется на **неправильной трактовке** двух его статей 55-летней давности. В чем они заключались?

**Первое исследование.** Исследователи записывали на аудио, как две девушки произносят 3 позитивных (например, «спасибо»), 3 негативных (например, «ужасно») и 3 нейтральных (например, «возможно») слова; каждое произносилось тремя разными тонами: положительным, отрицательным и нейтральным.

Испытуемых (всего **30 человек**) делили на три равные группы: одни обращали внимание только на слово, вторые — только на тон, третьи — и на слово, и на тон.

При прослушивании каждого из слов, произнесенных по-разному, участники оценивали, насколько «позитивен» говорящий, по шкале. Результат: при **оценке одного слова** испытуемые больше опирались на **тон**, чем на его смысловую составляющую.

**Второе исследование.** Выбрали максимально нейтральное слово «может быть», записали, как три девушки произносят его в положительном, нейтральном и отрицательном тоне, и сделали снимки с тремя выражениями лица — радостным, нейтральным и печальным. Испытуемым одновременно показывали фотографию и воспроизводили голос; они снова оценивали «позитивность» по шкале. Итог: при восприятии **одного слова** люди больше опирались на **невербальную** (выражение лица), чем на **паравербальную** составляющую (тон).

В результате каким-то образом авторы «скомбинировали» два исследования (как именно — не объяснили) и получили зависимости с коэффициентами **0,07**, **0,38** и **0,55**.

А теперь — о самой формуле:

1. Мехрабиан исследовал **не** передачу «информации как таковой», а ее **эмоциональную оценку** (нравится/не нравится, позитив/негатив).
2. Изучалась **неконсистентная (она же — неконгруэнтная) коммуникация**: когда словами говорим одно, а телом — другое.
3. Материалом были **не предложения и не диалог**, а **одиочные слова**. Смысл слова, предложения и разговора — большая разница.
4. В исследовании участвовали **только девушки**; в статье выводы распространены на «людей вообще», без учета гендерных различий. Все участницы были одеты в **белые халаты**. Учтите это,

когда где-то прочитаете, что «в 55% входит весь внешний вид, включая одежду и жесты»: в работах речь шла **только о выражении лица**; о жестах и позах вообще не говорилось.

5. Эксперименты проводились **с помощью магнитофона и фотографий**, а не в живой беседе.
6. Выборка — **30 человек**. Пытаться вывести «универсальную формулу» на основании двух разных мини-исследований — очень сомнительная история.

Удивительно, но сам Мехрабиан не раз подчеркивал: результаты его работ **были вырваны из контекста** и тиражированы журналистами. Он пытался остановить распространение мифа, но безуспешно.

Относитесь критично к подобным «правилам». Невербальные характеристики важны — никто не спорит, — но к формуле и к самим исследованиям есть обоснованные претензии. Не позволяйте ни себе, ни другим (особенно «профессионалам») делать далеко идущие выводы на основе откровенно слабой базы полувековой давности.

**Не абсолютизируйте 55–38–7.** Формула касается оценки **эмоционального подтекста при неконгруэнтности** и на материале **одного слова**; к реальному общению она не применима как «универсальный закон». Всегда оценивайте **комплексно**: содержание речи, контекст, цели, взаимоотношения сторон, поведенческие паттерны и только потом — невербалика и паравербалика. И конечно же **фильтруйте популярны**е «лайфхаки». Любая «магическая» цифра без прозрачной методологии должна вызывать сомнение. Проверяйте первоисточники и дизайн исследований.

## Мы все становимся более эмоциональными и менее рациональными

Мышление людей становится все более эмоциональным и подверженным когнитивным искажениям, особенно если сравнивать его с периодом 100–150 лет назад.

Кажется, что все должно быть наоборот, но то, о чем вы прочитали в первых двух строчках, является доказанным фактом.

Удивительно, но 150 лет назад большинство людей не обладало даже завершенным школьным образованием, однако мыслило более рационально. В этом стоит разобраться, потому что сегодня мы наблюдаем ренессанс эмоциональных манипуляций на любой вкус и цвет: они повсюду, и нашему мозгу и сознанию трудно этому что-либо противопоставить.

В 2021 году междисциплинарная группа авторитетных голландских и американских ученых провела масштабный психолого-лингвистический анализ литературы за последние 150 лет.

Для этого они использовали известную базу данных Google Ngrams, где собрана информация о частоте употребления слов и понятий в литературном языке за полтора столетия (исследование проводилось для английского, немецкого и испанского языков). Ученых интересовали глобальные изменения в частоте использования слов, ассоциирующихся с рациональным или эмоциональным восприятием мира, а также с индивидуалистическим или коллективистским восприятием социума. В итоге было проанализировано более 9 млн самых читаемых книг на предмет лингвистических признаков 12 основных когнитивных искажений.

Результаты показали: более ста лет, начиная с 1850-го, в литературном языке постепенно преобладали рациональное и коллективистское начала, а эмоциональное и индивидуалистское вытеснялись. Однако около полувека назад произошел резкий разворот, и субъективная оценка реальности снова начала доминировать. В последние полтора десятилетия процесс вытеснения рационального эмоциональным в языке значительно ускорился. Авторы связывают этот переход с наступлением на Земле эпохи постправды.

**Постправда** определяется как состояние, при котором апелляция к фактам имеет меньшее значение при формировании общественного мнения, чем обращение к личным убеждениям и эмоциям. Чаще термин используют в выражении «эпоха постправды» — последние два десятилетия, когда возможности манипулировать сознанием с помощью «фейковых новостей», полуправды и своевременных «вбросов» информации стали практически безграничными.

Сам термин появился в академической среде в начале 1990-х, но активно проник в обиход лишь в середине 2010-х. Первым масштабным и типичным примером постправды можно считать неподкрепленный фактами ажиотаж вокруг связей правительства Саддама Хусейна с террористами и разработки Ираком оружия массового поражения, что привело к операции американских войск в Междуречье Тигра и Евфрата. За свежими примерами постправды далеко ходить не нужно...

Однако, как отмечают исследователи, общественные манипуляции эмоциями и восприятием лишь отражают **индивидуальные коммуникативные стили**. Мы сами стали такими же: в оценке событий и людей все чаще опираемся на личные убеждения и эмоции, а не

на факты. Сегодня важен не столько сам факт, сколько его трактовка. Мы — отражение эпохи.

Авторы статьи довольно пессимистично оценивают выявленный тренд. Они сомневаются, что общество в ближайшее время сможет вновь сделать ставку на рациональное мышление. Вместо этого они предлагают искать баланс между двумя стилями — рациональным и эмоциональным, признавая важность первого, но стремясь максимально эффективно использовать второй для решения фундаментальных задач.

В целом исследование выполнено на высоком профессиональном уровне. Данные, полученные на материале художественных книг, хорошо согласуются с результатами анализа научно-популярной литературы, документальных книг и газетного языка, а также частично коррелируют с поисковыми запросами в Google. Это указывает на связь книжного языка с более широкими интересами публики. Тенденции, выявленные для английского и испанского языков, совпадают с тенденциями для других крупных языков, включая русский.

Итак, подведем некоторые итоги:

1. Современное общество становится все более уязвимым для эмоциональных манипуляций: язык, медиа и коммуникации постепенно смещаются от фактов к эмоциям.
2. Индивид, даже при наличии образования и доступа к информации, склонен доверять не рациональным данным, а собственной интерпретации и внутренним убеждениям.
3. «Эпоха постправды» означает, что важно не только владеть фактами, но и уметь критически их интерпретировать, отделять данные от эмоций.

4. Для специалистов в области коммуникаций, профайлинга и психологии ключевой навык — распознавать эмоциональные и когнитивные искажения как у других, так и у себя.
5. Баланс рационального и эмоционального мышления — реальный вызов ближайших десятилетий. Те, кто научится осознанно управлять этим балансом, получают конкурентное преимущество в работе, переговорах и социальной жизни.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Как ии может определять личностные качества по лицу? И что это значит для карьеры?

В 2024 году вышла весьма интересная статья, посвященная тому, как ИИ оценивает человека по лицу и какие доказательные предсказания он может сделать о том, как лицо связано с карьерой.

Авторы статьи исследуют перспективный подход к цифровой оценке лица и его прогностические способности в отношении карьеры. Кратко суть подхода такова: люди интуитивно считывают определенные личностные качества по лицу, и А. Качур с коллегами, используя большую выборку, описали эти закономерности.

Новое исследование опирается на более чем **96 000 профилей выпускников разных программ MBA**, используя изображения из социальных сетей и университетских фото-каталогов.

**Цель:** выяснить, как черты личности, определенные по лицу, связаны с карьерными достижениями. Есть ли лица, способствующие карьерному продвижению, или нет?

В основе исследования лежит модель «Большой пятерки» (Big Five): открытость, добросовестность, экстраверсия, доброжелательность и невротизм. Эти черты считаются ключевыми в психологии и напрямую связаны с образовательными и карьерными успехами.

ИИ-модель обучена на данных KODSN (2020), где фотографии были размечены по результатам опросников Big Five. Итоговые коэффициенты корреляции составляют до **0,36** — для психологии это хороший показатель (0 — связи нет, 1 — стопроцентная связь).

## Основные результаты

### 1. Учебное заведение.

- Чем выше добросовестность по фото, тем выше рейтинг школы MBA, которую окончил выпускник.
- Экстраверсия, напротив, отрицательно связана с престижностью школы.

### 2. Доход после MBA.

- Мужчины с «экстравертными» лицами зарабатывают в среднем на 8,4% больше, женщины — на 11,8%.
- У мужчин доход выше за счет экстраверсии; добросовестность по лицу никак не влияет (!).
- У женщин доход связан и с экстраверсией, и с добросовестностью.
- Воспринимаемая открытость новому опыту снижает зарплату у обоих полов.

### 3. Рост дохода через 5 лет.

- У мужчин добросовестность по фото коррелирует с устойчивым ростом дохода.

- У женщин высокая добросовестность дает стартовую зарплату выше, но через 5 лет связь исчезает и даже слегка уходит в минус.
4. **Уровень должности.**
    - Экстраверсия и добросовестность по фото предсказывают более высокие должности (эффект выражен сильнее у женщин).
  5. **Стабильность карьеры.**
    - Добросовестность и доброжелательность связаны с длительной работой на одном месте.
    - Экстраверсия и невротизм — с частой сменой компаний и отраслей (эффект у женщин сильнее).
  6. **Фото vs. оценки.**
    - Корреляции между Photo Big Five и экзаменационными баллами низкие (0,06-0,09).
    - Но личностные качества по фото все равно остаются предсказателями зарплаты и успеха.

## Выводы

1. **ИИ-предсказание личностных качеств по лицу — это уже рабочий инструмент.** Его точность умеренная, но сопоставима с тем, как нас оценивают коллеги, и выше случайного мнения.
2. **Личностные качества важны для карьеры не меньше способностей.** Экстраверсия и добросовестность связаны с зарплатой, ростом, профессией и устойчивостью в работе.
3. **Этика остается открытым вопросом.** Использование таких технологий несет риск предвзятостей и дискриминации, поэтому обсуждать их рамки и ограничения необходимо уже сейчас.
4. ИИ фиксирует не сущность, а восприятие. Модель анализирует именно то, как лицо воспринимается другими, а не то, каким человек является в действ-

вительности. Это значит, что карьерный успех часто определяется не реальными качествами, а впечатлением о них.

5. «Открытость опыту» не всегда полезна. Хотя в психологии она считается положительной чертой, в карьерных данных она ассоциируется с более низким доходом. Вероятно, из-за повышенной склонности к смене сфер и нестандартным карьерным шагам.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## 4. ПСИХОТИПОЛОГИИ

### Психотип и правила его определения

**Н**есмотря на то, что тема психотипов — одна из самых популярных, до сих пор существует довольно много различий в их интерпретации, а тем более в правилах определения.

Кто-то говорит о дискретных моделях психотипологий, кто-то — о динамичных, а кто-то вообще относится к ним с опаской.

Конечно, ключевой тренд сейчас — это оценка **поведения**, а не психотипа. Однако человеческий мозг устроен так, что он практически всегда связывает поведение с личностными характеристиками. Причем других мы оцениваем по «ярлыкам», а себя — по нашим мыслям.

**Почему важно оценивать именно поведение человека?**

1. Мы не можем заглянуть человеку в голову и прочитать его мысли. Мы видим только поведение.
2. В своих мыслях мы все, как минимум по «официальной версии», самые замечательные. А вот в поведении — далеко не всегда.

3. Наши ценности, мысли и приоритеты не всегда отражаются в поведении. Декларируемые ценности и мотивы не гарантируют того, что человек будет вести себя в соответствии с ними.

Еще один важный момент: мы довольно часто путаем (или считаем равноупотребимыми синонимами) такие понятия, как **темперамент**, **характер**, **психотип** и **радикал**. Да, они похожи, но не равнозначны. Давайте это уточним.

1. **Темперамент** — совокупность устойчивых динамических особенностей психических процессов человека: темпа, ритма, интенсивности. Физиологической основой темперамента является тип высшей нервной деятельности — генетически заданные свойства нашей центральной нервной системы.
2. **Характер** — совокупность относительно устойчивых свойств и качеств личности, которыми один человек отличается от другого. Упрощенно — это комплекс личностных качеств, индивидуально выраженных у конкретного человека.
3. **Психотип** — комплекс психологических характеристик, составляющих обобщенную модель поведения и реакций человека на внешние и внутренние стимулы, созданный с целью объяснения различий между людьми.
4. **Радикал** — психологический тип, сформированный на основе чрезмерно выраженных личностных черт.

В этой системе все, кроме темперамента, меняется (что-то быстрее, что-то медленнее). Хотя уже есть исследования, показывающие, что и базовые характеристики темперамента можно по-разному измерять и оценивать в зависимости от условий эксперимента.

Так исторически сложилось, что в российском профайлинге ведущей является система **7 Радикалов**. По этой системе можно найти множество материалов и инфографики в профессиональных каналах и статьях.

Сама система не является ни «правильной», ни «неправильной» для тех, кто понимает основы характеристики. Она закономерно упрощает подходы К. Леонгарда и А. Личко, которые, в свою очередь, стали результатом упрощения методик Миннесотской школы психодиагностики.

Кстати, американская система диагностики пошла другим путем: вместо упрощения они пошли по пути детализации. Это ярко видно в современной модификации **DSM-V**.

Лично я в своей практике принимаю подход **7 Радикалов**, дополняя его **Большой пятеркой** (мы еще о ней детально поговорим в других главах), которая, кстати, сегодня медленно, но верно уходит в закат, сменяясь на чуть более продвинутый ее вариант — **HEXACO**.

## **ПРАВИЛА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПСИХОТИПА:**

- 1. Определение контекста**, в котором нам интересен психотип человека. Это может быть работа, отношения, деловое сотрудничество или что-то другое. Яркий психотип будет проявляться во всех контекстах, что мы потом и проверим, но для начала важно разделять контексты друг от друга.
- 2. Наблюдаем за параметрами, характеризующими психотип.** Подробно о них можно узнать в моей книге «Психотипы: полный гайд по определению». Да, какие-то моменты могут не полностью совпадать. В некоторых случаях мы можем увидеть даже прямо противоположные, взаимоисключающие параметры. Но надо помнить, что человек — суще-

ство сложное и противоречивое и вполне может сочетать в себе разные, в том числе и противоположные качества.

**В этом случае мы обращаем особое внимание на:**

**А. Интенсивность этих параметров.** Возьмем распространенный вариант: например, мы в одном и том же человеке можем наблюдать как общительность, коммуникабельность, так и замкнутость, отстраненность. Отметив это, мысленно оцените выраженность этих качеств по 10-балльной шкале. Что бросается в глаза как более интенсивно выраженное? Этот параметр и будет более значимым. Акценты тех или иных личностных черт в рамках одного психотипа — это совершенно нормальное явление. Например, у одного истероида может быть чрезмерный акцент на внешность при в целом сдержанных эмоциях, а у другого — наоборот, яркая эмоциональность и демонстративность при сдержанной заботе о внешнем виде.

**Б. Устойчивость.** Важно отмечать именно устойчивые, стабильные, а не эпизодические особенности характера человека. Личностные качества, наблюдаемые мельком, которые быстро изменяются, значат в определении психотипа гораздо меньше, чем стабильные. Например, если в одном и том же контексте исследуемый нами человек стабильно необщителен и, как бы вы ни старались его растормошить, не особо ведется, значит, замкнутость у него выражена устойчивее и является его базовой чертой характера. То есть устойчивость — это то, насколько жестко исследуемый «держит» то или иное качество

и не переключается на другое даже при ваших попытках сделать это.

**В. Длительность.** Это про то, насколько длительно человек может «удерживать» то или иное качество, характеристику. Например, пять или десять минут, особенно в своей компании, любой может быть общительным и коммуникабельным. Но посмотрите, как долго это будет продолжаться? Мы можем длительно удерживать только те качества и поведение, которые являются частью нашего характера. А в остальных случаях мы можем лишь недолго играть роль.

**Г. Признаки стресса.** В несвойственных нам амплуа мы выйдем озабоченными и нервными. Это также часто является признаком наносного поведения и презентацией себя под ситуацию. Обращайте внимание на поведение, которое у человека не ассоциируется со стрессом, оно и будет соответствовать его психотипу. Например, человек сидит один и ни с кем не общается, по внешним признакам видно, что ему хорошо, он не испытывает от этого стресса. Значит, некоторая замкнутость — это составляющая черта его психотипа.

**3. Строим предположение,** рабочую гипотезу о ведущем психотипе человека на основе отмеченных нами характеристик. Важно не вешать сразу на человека тот или иной ярлык — мы делаем гипотезу, которую потом проверим, и если она не подтвердится, то будем наблюдать дальше.

**4. Проверка гипотезы.** Допустим, что мы сделали предположение о психотипе исследуемого на основе наблюдения и оценки признаков по четырем описанным нами параметрам — интенсивность,

устойчивость, длительность и стрессовость. Теперь эту гипотезу надо проверить. Эта проверка строится на следующих принципах:

- Отмечаем черты психотипа, которые точно присутствуют в поведении.
  - Оцениваем, все ли черты этого психотипа присутствуют у человека. Чем более целостен набор этих черт, тем интенсивнее проявляется психотип.
  - Исключаем из оценки те психотипы, проявления которых практически отсутствуют. Это нам поможет лучше сфокусироваться и сэкономить собственное внимание.
- 5. Корректировка первоначальной гипотезы.** При существенном дополнении и изменении приоритетов необходимо скорректировать первоначальные предположения. Часто это происходит из-за смешения психотипов в одном человеке с разной выраженностью. Ведущим при этом будет тот, который определяет реакцию на стресс. А остальные — дополнительными.
- 6. Построение коммуникации** с человеком, исходя из его психотипа, и повышение эффективности взаимодействия с ним.

**Итак, сформулируем несколько практических выводов:**

1. Для практиков профайлинга в идеале ключевым ориентиром должно быть **поведение**, а не психотип как абстракция. Поведение наблюдаемо, проверяемо и дает возможность для анализа.
2. Не стоит путать понятия «темперамент», «характер», «психотип» и «радикал» — у каждого свой уровень обобщения и применения. Путаница мешает качественной диагностике.

3. Системы психотипологии — это не абсолютная истина, а **рабочие модели**, которые упрощают сложность человеческой психики. Их ценность — в практической применимости.
  4. Для профайлера важно гибко сочетать разные подходы (например, 7 Радикалов и Big Five), чтобы видеть картину целостно и учитывать как поведенческие проявления, так и глубокие личностные структуры.
- Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Меняется ли психотип или нет?

С регулярной периодичностью всплывают разговоры о том, меняется ли психотип или нет. Давайте разобраться, ведь этот вопрос действительно важен и является индикатором того, насколько глубоко человек (и даже специалист по профайлингу) разбирается в теме.

Для ответа сначала нужно определиться с базовыми понятиями — «темперамент», «характер» и «психотип». Как мы уже говорили, — многие их путают.

- **Темперамент** — совокупность устойчивых динамических особенностей психических процессов: темпа, ритма, интенсивности. Его физиологической основой является тип высшей нервной деятельности — генетически заданные свойства нервной системы.
- **Характер** — совокупность относительно устойчивых свойств и качеств личности, которыми один человек отличается от другого. По сути, это комплекс индивидуально выраженных личностных качеств.

- **Психотип** — комплекс психологических характеристик, составляющих обобщенную модель поведения и реакций человека на внешние и внутренние стимулы.

### Основные выводы из этих определений

1. **Темперамент** в большей степени — биологическое понятие. Меняется ли биология? Да, но в ограниченных рамках и не быстро. Тренировка, образ жизни, опыт влияют на нервную систему и могут постепенно смещать «норму».
2. **Темперамент влияет на характер**, но далеко не линейно. На поведение и личностные качества воздействуют сотни факторов: воспитание, образование, деятельность, окружение, питание и т.д. Генетика — это фундамент, но не единственный.
3. **Характер** отражает личностные качества и установки человека и является более изменчивым. Он меняется вместе с опытом, обстоятельствами, приоритетами. Многие изменения незаметны в моменте, но проявляются при сравнении «каким я был 5 лет назад и какой я сейчас».
4. **Психотип** — инструмент описания характера, форма упрощения. Он выделяет наиболее выраженные личностные черты, а они тоже могут изменяться. Не быстро, но гораздо легче, чем темперамент.

Таким образом, исключительно биологизаторский подход к типологиям — чрезмерное упрощение. Он удобен, но неверен. На «кухонных посиделках» можно сказать: «Люди не меняются», но правильнее будет уточнить: «Люди не меняются, если не меняется их мотивация, окружение, опыт, ценности и условия».

Профайлинг как концепция всегда опирается на поведение, а оно изменчиво и зависит от множества факторов. Это сложнее, чем фиксированные ярлыки, но это ближе к реальности.

### **Актуальные данные: как изменить характер?**

В 2019 году было опубликовано масштабное исследование по техникам осознанной коррекции характера.

Характер описывается через модель «**Большой пятерки**» (**Big Five**). Это 5 наиболее значимых для характера качеств, которые могут иметь различные значения на прямых:

- Открытость новому опыту ↔ замкнутость;
- Сознательность ↔ спонтанность;
- Экстраверсия ↔ интроверсия;
- Доброжелательность ↔ неприязнь;
- Эмоциональная стабильность ↔ невротизм.

Каждая черта варьируется между двумя полюсами, формируя уникальный профиль. И самое главное — «Большую пятерку» можно не только измерить тестами, но и **регулировать**, словно частоты в эквалайзере, с помощью простых упражнений.

В исследовании участники каждую неделю выполняли несколько социальных и психологических практик, направленных на развитие выбранных характеристик. Уже через 4 месяца они смогли «перепрограммировать» свой характер в желаемую сторону. При этом результаты зависели не столько от сложности упражнений, сколько от регулярности.

### **Итак, какие выводы можно сделать?**

1. **Темперамент меняется с трудом**, но характер и психотип — гораздо гибче и могут трансформироваться под влиянием среды, опыта и сознательных практик.

2. **Регулярная работа над собой** (еженедельные упражнения, осознанные поведенческие практики) реально приводит к устойчивым изменениям характера.
3. **Профайлинг должен опираться на динамику поведения**, а не на статичные ярлыки. Человек меняется, и успешный специалист учитывает это.
4. **Big Five можно использовать как «эквайзер» личности**, регулируя нужные черты, — это открывает перспективы для развития как в личной жизни, так и в профессиональной сфере.
5. **Главный фактор изменений — не гены и не обстоятельства, которые конечно важны, а готовность человека работать над собой.**

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Проблемы типологий в профайлинге

**Почему именно истероид, шизоид, эпилептоид, эмотив, гипертим, параноял и тревожный, спрашиваете вы?**

**Откуда взялись эти названия и почему они именно такие?**

Для того, чтобы ответить на этот вопрос, давайте слегка углубимся в историю. Контекст понимать очень важно: те, кто критикует сложившийся консенсус, часто не принимают во внимание историю и контекст развития психотипологий.

Тот, кто уже несколько разбирается в профайлинге, понимает, что большинство профайлинговых психотипологий **родом из психиатрии**.

Вот уже более ста лет в психиатрии используется устоявшаяся парадигма, основы которой были заложены

жены Эмилем Крепелиным. В 1904 году он описывает 7 типов «психопатической личности», названия которым были даны согласно сходству с проявлениями основных психических расстройств: шизоидная — напоминающая шизофрению, циклоидная — перекликается со знаковыми проявлениями маниакально-депрессивного психоза, истероидная — напоминающая истерию и так далее. Понятно, что все это удивительно напоминает модель «7 радикалов» В. Пономаренко, которая описывает чуть менее выраженные изменения. Но она родом именно оттуда.

Однако до появления общепринятой психиатрической классификации и номенклатуры, каждый уважающий себя психиатр создавал свою классификацию: это не хорошо и не плохо — так развиваются все общественные и медицинские науки. Собственно, и Крепелин в этом был далеко не первый, — просто авторитетный.

И это я еще не пишу про психиатрические научные школы Европейских стран (русская, французская, немецкая, австрийская и даже итальянская) и школы признанных мэтров (начиная с Сеченова и Павлова и заканчивая даже Фрейдом и Юнгом). Если упрощенно говорить, то каждая новая классификация отражала взгляды либо конкретного ученого, либо научной школы. Например: если тот или иной мэтр занимался изучением, допустим, шизофрении, то шизоидных типов личности в его классификации будет много... а всего остального — гораздо меньше, потому что это все остальное просто не входило в зону интереса этого мэтра или его школы.

А у психологов вообще своя вселенная, и там каждый, кто считает себя мэтром, придумывает и продвигает свою типологию. Вообще любой приличный мэтр должен

иметь свою типологию — это как входной билет в список мэтров.) И вообще можно с сарказмом спросить: «**Какой ты мэтр, если у тебя нет своей типологии?**»

**Именно поэтому так много неразберихи в наименованиях и психотипологиях.** Есть и другие причины, но они менее значимы.

Однако, как бы это ни звучало удивительно, психиатрам в целом удалось **договориться об унификации терминологии** и, относительно — о типологии. Сегодня в психиатрии есть **два подхода к классификации**: первый, созданный под эгидой ООН (международная классификация болезней, МКБ), вторая — под эгидой Американской психиатрической ассоциации (DSM-5).

При этом и МКБ, и DSM в последнее время существенно изменились. Последние классификации в МКБ-11 (внедрена с 2020 года, а в РФ она пока «на паузе») предлагают новый подход, который **упраздняет все специфические категории акцентуаций и расстройств личности**, кроме одной: самого факта наличия расстройства личности. Проще говоря, сегодня у **психиатров нет таких понятий**, как «истероид» или «шизоид» — все это вынесено из МКБ, потому что считается нормой. И, в общем-то, правильно сделано.

**Почему так сделали?** Потому, что (и это главный камень в огород 7Радикалов) у половины ярких акцентуантов, однозначно имеющих ярко выраженные критерии одного радикала, **также обнаруживаются яркие признаки других радикалов.** И как узнать, какой из них писать в основной диагноз? **Оба? Нереально.** При этом большое количество людей, имеющих серьезные личностные нарушения, **не вписываются в критерии ни одного из существующих «радикалов».**

Поэтому решили сделать так: для начала **решить, есть ли вообще личностное расстройство или нет.**

А если есть, то насколько сильно оно выражено по 4-х балльной шкале. А само личностное расстройство уже оценивается в свете модели BigFive, о которой мы много говорили.

**Что это все значит для простых людей, интересующихся профайлингом?**

**Отвечаю:** для вас это все просто интересная дискуссия. Не более. Профайлинг не тождественен психиатрии, и мы не обязаны ориентироваться на все изменения в психиатрических классификациях. При этом, конечно, будет неправильно, если в профайлинге будет столько классификаций, сколько в психологии. **Какие-то правила и стандарты должны быть.**

Все это хорошо объясняет **интегративно-динамический подход в профайлинге**. Он гармоничным образом объединяет в себе и психиатрию, и психологию, и даже когнитивистику. **Он застраховывает нас от двух наиболее частых ошибок — фундаментальной ошибки атрибуции и шума, по сравнению с которыми все остальное — мелочи. Этой теме посвящена моя другая книга «Психотипы: полный гайд по определению».**

Если вы знаете принципы интегративно-динамического подхода, то **названия тех или иных типологий становится неважным**. Это на научном, а не на практическом уровне терминология очень важна. И на защите диссертации можно придирается терминологии. Но в реальной практике это бессмысленно: важно разделять общее информационное поле, **понимая принципы**, а не спорить о деталях систематики.

**Итак, подведем итоги:**

- 1. Названия условны.** «Истероид» или «шизоид» — это ярлыки для удобства описания, а не строгие диагнозы. В профайлинге важно понимать, что

это рабочие инструменты, а не истина в последней инстанции.

2. **Интегративный подход эффективнее.** Соединение психиатрии, психологии и когнитивистики помогает избежать крайностей и ошибок, делая систему более устойчивой и применимой.
3. **Практика важнее терминологии.** Для профайлера главное — уметь видеть поведение и объяснять его логику, а не спорить о названиях типов.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## И.П. Павлов и психотипы

Недавно мы писали про свойства нервной системы и психотипологии. Удивительно, но в этой теме до сих пор много непонимания. Поэтому давайте вернемся к базовой физиологии ЦНС.

Чаще всего в разговорах ссылаются на три базовых свойства нервной системы, которые в начале прошлого века описал И.П. Павлов:

- **сила нервной системы,**
- **ее уравновешенность,**
- **подвижность.**

Исходя из комбинации этих свойств, Павлов якобы описал четыре основных темперамента:

- **Сангвник** — сильная, уравновешенная, подвижная НС.
- **Холерик** — сильная, неуравновешенная, подвижная НС.
- **Флегматик** — сильная, уравновешенная, инертная НС.

- **Меланхолик** — слабая, неуравновешенная, инертная НС.

На первый взгляд — все так. Но это не вся картина.

Учение Павлова претерпело значительные изменения после того, как он получил Нобелевскую премию в 1904 году. Однако в советский период его поздние работы почти не читали, хотя именно там содержится много ценнейших идей.

Если обратиться к трудам самого Павлова и его учеников — Б.Н. Теплова и В.Д. Небылицына, — то мы увидим уже **четыре базовых свойства нервной системы:**

1. **Сила** (выносливость процессов возбуждения и торможения).
2. **Динамичность** (легкость возникновения нервного процесса).
3. **Подвижность** (скорость переключения между возбуждением и торможением).
4. **Лабильность** (скорость возникновения и прекращения нервного процесса).

Каждое свойство можно рассматривать по отдельности для процессов возбуждения и торможения. Например, один человек может быть более вынослив в процессах торможения, а другой — в процессах возбуждения.

Напомню, что у И.П. Павлова и его учеников **сила нервной системы** рассматривалась через два основных процесса:

- **возбуждение** — активация, включение организма в работу, готовность действовать;
- **торможение** — способность снижать или останавливать активность, переключаться, отдыхать, «гасить» реакции, сохранять спокойствие.

Что значит, когда **человек более вынослив в процессах возбуждения?** Это тот, кто может долго находиться в состоянии активности, стресса, давления и при

этом сохранять продуктивность. Он «держит» высокую нагрузку, не ломается, выдерживает длительное возбуждение нервной системы.

Например: менеджер, который способен несколько часов подряд вести переговоры или работать в режиме дедлайнов без заметного падения эффективности.

Что значит, когда **человек более вынослив в процессах торможения?** Это тот, кто лучше справляется с подавлением реакций, умеет долго «держаться в руках», сохранять спокойствие, терпеть. Его сила в умении выдерживать дисциплину, сдержанность и самоконтроль.

Например, хирург, который в критической ситуации не поддается панике и не включается в «возбуждение», а наоборот — умеет гасить лишние эмоции и действовать размеренно.

Таким образом, возвращаясь к поздним взглядам И.П. Павлова, вместо привычных четырех «типов темперамента» — холерик, сангвиник, меланхолик и флегматик — мы получаем **16 комбинаций свойств нервной системы**, а в некоторых интерпретациях — даже до 24.

И это еще не все. Соотношение процессов возбуждения и торможения дает еще одно свойство — **уравновешенность**, которая показывает общую направленность нервной системы. Это снова удваивает количество возможных комбинаций.

Итак, как мы видим, все гораздо сложнее, чем в упрощенных моделях. Простые схемы полезны для анализа больших массивов данных (например, корпусов более 500 человек). Но если речь идет о **персоналогии**, то есть об изучении конкретного человека, то грубые округления становятся неуместными.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Личностные расстройства в МКБ-10 и МКБ-11. В чем разница подходов?

Тема различий в подходах к личностным расстройствам в международных классификациях болезней десятого (МКБ-10) и одиннадцатого (МКБ-11) пересмотров для понимания общих трендов профайлинга весьма важна. Да, МКБ-11 у нас пока внедряется и, скажем так, «забуксовала» на этом этапе, но ее особенности нужно знать — это глобальный тренд, который рано или поздно придет и к нам.

### Почему это важно?

В профайлинге мы далеко не всегда имеем дело с «личностной нормой». И это хорошо. Потому что норма — это человек полностью адаптированный, гибкий в поведении, способный переключаться между контекстами, менять стратегии, сохранять устойчивость и при этом быть счастливым. Таких людей, как вы понимаете, почти не существует.

**Патология от нормы отличается, пусть и очень упрощая, тремя важными признаками:**

#### 1. Адаптивность (функциональность)

- Норма: человек справляется с задачами, строит отношения, работает.
- Патология: устойчивая дезадаптация, снижение качества жизни.

*Пример: тревога перед экзаменом — норма; тревога, мешающая выйти из дома — патология.*

#### 2. Устойчивость и выраженность нарушений

- Норма: эмоции и реакции ситуативны, обратимы.
- Патология: симптомы длительные, повторяющиеся, могут прогрессировать.

*Пример: грусть после утраты — норма; стойкая депрессия больше 2 недель — патология.*

### **3. Контроль и осознанность (критичность)**

- Норма: человек осознает свои состояния и управляет ими.
- Патология: утрата контроля, отсутствие критики к собственному состоянию.

*Пример: злость, сдержанная на работе — норма; агрессивные вспышки без контроля — патология.*

## **Стадии изменений личности**

### **1. Норма.**

**2. Психологический радикал (психотип)** — термин из популярной психологии.

**3. Акцентуация характера** — термин научной психологии.

**4. Личностное расстройство** — уже психиатрический термин.

**5. Психопатия** — устаревший термин, в МКБ-11 не используется (ранее применялся в постсоветской традиции для описания диссоциального расстройства личности).

То есть, очень упрощая, можно сказать, что личностные расстройства — это «психотип на максималках»: устойчивая модель мышления и поведения, нарушающая адаптацию.

В МКБ-10 выделяли 10 личностных расстройств:

- Параноидное — условный «параноял на максималках»;
- Шизоидное — условный «шизоид на максималках»;
- Диссоциальное — условный «шизоидный гипертим на максималках»;
- Эмоционально неустойчивое — условный «истероидный гипертим на максималках»;

- Истерическое — условный «истероид на максималках»;
- Ананкастное — условный «эпилептоид на максималках»;
- Зависимое — условный «эмотив на максималках»;
- Тревожное — условный «тревожный на максималках»;
- Другие / неуточненные — не входящие в перечисленные личностные расстройства.

### К каким проблемам приводил такой подход?

- **Коморбидность:** у одного человека наблюдалось сразу несколько признаков.

Я много раз встречал ситуации, когда профайлеры чуть ли не до конфликта спорили, кто перед ними: истероидный гипертим или гипертимный истероид? Или еще кто-нибудь. И старались оценить это в баллах: например — Истероид (5), Гипертим (4), Параноия (3). Но наступит завтра и в другом контексте тот же самый человек может иметь следующую формулу: Параноия (5), Гипертим (4), Истероид (3).

**Да, такое весьма часто.**

- **Низкая валидность:** отсутствие четких границ между (некоторыми) типами.

Если быть предельно честным, то некоторые личностные расстройства (да и психотипы — тем более) похожи между собой. А ну-ка попробуйте мне **ГАРАНТИРОВАННО** за несколько минут отличить гипертима от истероида? **Это не всегда быстро решаемая задача, как бы кто ни говорил.**

- **Слабая клиническая применимость:** категории плохо коррелируют с выбором методов терапии и прогнозами. Как лечить? Психотерапия — это конечно хорошо. Но медикаментозно раньше лич-

ностные расстройства а) почти не лечили, б) если лечили, то почти одинаково.

С 2022 года Всемирная организация здравоохранения утвердила новую модель в МКБ-11, где отказались от множества отдельных диагнозов.

Теперь личностное расстройство описывается через степень выраженности нарушений + доминирующие черты личности.

**Шаг 1. Диагностируется само расстройство личности**  
**Ключевой критерий — стойкое нарушение функционирования личности, затрагивающее:**

- чувство идентичности (отношение к себе),
- межличностные отношения (отношения к другим и с другими),
- регуляцию эмоций и поведения (паттерны поведения),
- когнитивные схемы и адаптивность (паттерны мышления и адаптации).

**Шаг 2. Определяется степень выраженности расстройства личности.**

- **Легкое** — незначительное нарушение в одной сфере, сохраняется социальная адаптация. То есть человек не может себя изменить и адаптироваться как минимум в одном контексте.
- **Умеренное** — нарушение нескольких сфер, снижается качество жизни и адаптация. Нарушается социальная адаптация.
- **Тяжелое** — повсеместная дезорганизация, высокая степень социальной/профессиональной дезадаптации. Это уже жесть.

**Степень выраженности личностного расстройства говорит о том, насколько все запущено. И в целом тут**

может быть динамика, как положительная, так и отрицательная (что бывает чаще).

**Шаг 3. определяют доминирующие паттерны черт личности. Их в МКБ-11 выделяют 5:**

1. **Негативная аффективность** — тревожность, эмоциональная нестабильность, депрессивность.
2. **Диссоциальность** — отсутствие эмпатии, враждебность, манипулятивность.
3. **Дизинтеграция** — необычные убеждения, перцептивные искажения, параноидность.
4. **Отстраненность** — социальная изоляция, эмоциональная холодность.
5. **Обсессивность** — перфекционизм, ригидность, контроль, негибкость.

Каждый человек может демонстрировать комбинацию черт разной интенсивности. Таким образом, диагноз может звучать так: «У пациента умеренное личностное расстройство с выраженной обсессивностью и тревожными чертами».

**Что нам дает такой подход:**

1. **Самое главное — динамику.** Это неизбежный и ключевой тренд. Невозможно быть все время «шизоидом», «истероидом» и прочее. Состояние — это динамика. **Об этом, кстати, я довольно подробно рассказал в своей последней книге по психотипам.**
2. **Возможность сравнения:** мы видим, насколько улучшается или ухудшается положение (поведение) конкретного человека относительно самого себя.
3. **Комплексность:** система показывает то, как «психотипы» смешиваются в рамках одной патологии и порой переплетаются так, что уже становится

**неважно, кто перед тобой: истероид или шизоид на максималках?** Просто видно, что это уже не норма.

Итак, несколько выводов:

1. Для профайлера важно помнить: психотипы и радикалы — это удобные рабочие инструменты, но они не равны медицинской диагностике.
2. Текущие тренды психотипологии и диагностики идут в сторону оценки динамики состояния и поведения человека, а не просто навешивают на него ярлык.
3. Простая категоризация вроде «истероид/шизоид» полезна в бытовом или учебном контексте, но в профессиональной практике лучше смотреть на комбинации черт и их выраженность.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Есть ли совместимость психотипов в отношениях и браке?

Сколько лет я занимаюсь профайлингом, постоянно слышу о том, что существует некая «совместимость» или «несовместимость» психотипов. При этом никаких серьезных исследований на эту тему не приводится, да и найти их не удастся. Но об этом упорно говорят, как о факте. В целом, это скорее миф, чем научный факт.

Во-первых, что вообще понимать под совместимостью и как ее измерить? Это удовлетворенность браком? Отсутствие конфликтов? Сексуальная гармония? Долговечность отношений? Все это разные показатели,

и они зависят от множества факторов, среди которых психотип играет далеко не главную роль.

Но если исследований по психотипам нет, то есть интересный аналог — по знакам зодиака. В мае 2024 года вышло масштабное исследование на эту тему. Предыдущие работы были слишком незначительными, а здесь участвовало солидное число людей — 12 791 человек. Причем изучали их четыре раза в период с 2016-го по 2022-й год.

В исследовании оценивалась не только удовлетворенность браком (аналог условной «совместимости»), но и целый ряд других параметров: уровень субъективного благополучия, выраженность симптомов депрессии, психологический стресс, удовлетворенность работой, финансовая удовлетворенность и общее здоровье.

Статистика исследования выглядела безупречно: выборка большая, методология прозрачная, но был один нюанс — все параметры измерялись с помощью самоотчета. Это в целом стандартно, но накладывает некоторые ограничения.

### **Что же показало исследование?**

Уровень всех перечисленных восьми параметров никак не коррелировал ни с каким знаком зодиака. За исключением крошечного эффекта: Раки оказались чуть более неудовлетворенными своим финансовым положением, чем другие знаки зодиака. Во всем остальном — никаких связей. В том числе и уровень удовлетворенности браком, и гипотетическое влияние на него «совместимости» знаков зодиака, о котором также говорят астрологи.

Если переносить этот результат на психотипы (хотя прямых данных у нас нет), логика подсказывает примерно то же самое. Никаких устойчивых доказательств

того, что сочетание психотипов предопределяет успех или провал отношений, на сегодняшний день нет.

Таким образом, можно точно сказать, что разговоры о совместимости или несовместимости психотипов — это миф, не подтвержденный исследованиями. На удовлетворенность браком влияют другие факторы: ценности, уровень доверия, коммуникация, эмоциональный интеллект. Да, понятно, что люди часто используют психотипы (или гороскопы) как удобные ярлыки, чтобы объяснить успехи или проблемы в отношениях, но это иллюзия контроля. Для практики профайлинга полезнее фокусироваться на анализе поведения и навыков коммуникации, чем на попытках вывести «идеальные пары» психотипов.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Нейробиологически мужчинам сложнее переключаться с одной задачи на другую. Почему?

И это существенно влияет на характер и поведение.

Женщины способны быстрее переключаться с одной задачи на другую — это давно известно науке. Однако долгое время было неясно, чем именно отличаются реакции в отделах головного мозга мужчин и женщин. Оказалось, что при необходимости переключить внимание мозг мужчин начинает потреблять гораздо больше энергии, чем мозг женщин.

У мужчин при этом наблюдается более сильная активация в дорсолатеральных префронтальных областях (часть коры лобной доли, отвечающая за внимание, когнитивную деятельность и моторику), а также в зонах,

где у женщин активации не происходит. Такие различия характерны для молодых мужчин и женщин в возрасте от 20 до 45 лет. Удивительно, но с возрастом эта разница постепенно стирается.

Когда необходимо переключить внимание, активация в определенных зонах мозга происходит у всех людей, вне зависимости от пола и возраста. Речь идет о двусторонней активации в дорсолатеральных префронтальных областях, нижних теменных долях и боковых затылочных извилинах.

Тем не менее эксперименты показали, что мозг женщин реагирует на необходимость переключить внимание «спокойнее». У мужчин же при переключении обнаруживается более сильная активация не только в дорсолатеральных префронтальных областях, но и в дополнительных зонах мозга — в частности, в дополнительной моторной области и островке.

Более сильная активация и подключение дополнительных отделов мозга особенно заметны при выполнении сложных задач. Таким образом, женщины справляются с ними быстрее и без перегрузки ресурсов, а мужчинам требуется задействовать дополнительные когнитивные мощности.

Кроме гендерных различий, исследование выявило и возрастные особенности: до 45-50 лет мозг мужчин и женщин работает по-разному, а после 50 лет эти различия практически исчезают.

Хотя в обычной жизни такие гендерные различия могут быть незаметны, в стрессовых ситуациях они проявляются гораздо ярче: мужской мозг реагирует на стресс более интенсивно. Это выражается в чрезмерных поведенческих реакциях — раздражительности, агрессивности и более низкой устойчивости к стрессовым нагрузкам.

**Итак:**

1. Мужчины и женщины по-разному используют ресурсы мозга при переключении внимания: женский мозг делает это экономнее, что может давать преимущество в многозадачности.
2. С возрастом нейробиологические различия сглаживаются, что указывает на важную роль адаптивных процессов мозга и накопленного опыта.
3. В стрессовых ситуациях мужчины чаще проявляют более резкие эмоциональные реакции, что стоит учитывать в профессиональной и межличностной коммуникации.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## 5. ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА И ЦЕННОСТИ

**Человек — одно из самых агрессивных  
млекопитающих. И это никогда не изменится**

**Н**аучные исследования достоверно показывают, что человек относится к числу наиболее агрессивных млекопитающих. Ожидаемый уровень летальной внутривидовой агрессии для *Homo Sapiens* составляет около 2% (два убийства представителей своего вида на каждую сотню смертей). Для сравнения: средний показатель у млекопитающих примерно в **семь раз ниже**.

Истоки человеческой жестокости и агрессивности обсуждаются уже тысячелетиями. Одни мыслители, например, философ Томас Гоббс, полагали, что агрессия заложена в самой природе человека. Другие, такие как Жан-Жак Руссо, считали, что поведение определяется культурой и воспитанием, а изначально человек нейтрален. Современные исследования в области психогенетики подтверждают, что истина находится посередине: агрессивность зависит как от культурных условий, так и от генетики. Высокая наследуемость агрессивного поведения указывает на его биологические корни.

В 2016 году под руководством эволюционного биолога Хосе Марии Гомеса было проведено масштабное исследование уровня внутривидовой агрессии у млекопитающих. Ученые собрали данные по **1024 видам** из 137 семейств (около 80% всех семейств млекопитающих).

### Ключевые результаты исследования:

- Убийства сородичей отмечены почти у 40% исследованных видов.
- Средний уровень летальной агрессии у млекопитающих составил **0,3 ± 0,19%** (до трех убийств сородичами на тысячу смертей).
- У приматов показатель достигает **2%**, что близко к уровню у человека.

Таким образом, склонность *Homo sapiens* к внутривидовому насилию отчасти унаследована от предков-приматов.

На характерный уровень агрессии влияют не только эволюционные факторы, но и два ключевых параметра:

1. **Социальность** — жизнь в группах неизбежно повышает вероятность конфликтов.
2. **Территориальность** — защита территории и ресурсов усиливает риск кровопролития.

Виды, сочетающие оба признака, демонстрируют наиболее высокий уровень внутривидового насилия. Удивительно, но самыми агрессивными млекопитающими оказались **сурикаты**: 19,4 убийства на каждые 100 смертей.

Человеческая психология может как усиливать, так и смягчать эти биологические тенденции. Стивен Пинкер — известный популяризатор науки, в своих работах утверждает, что за последние тысячелетия человечество стало менее насильственным благодаря развитию культуры и социальных институтов. В то же время Нассим Талеб приводит данные, указывающие, что уровень

насилия в современных обществах остается сопоставимым с прошлым и в отдельных случаях даже возрастает.

В любом случае очевидно, что агрессия — фундаментальная составляющая человеческой природы. Но способность к коммуникации, развитию переговорных практик и социальных норм позволяет сдерживать ее проявления. Важно формировать механизмы, которые предотвращают эскалацию насилия и переводят конфликты в русло диалога.

Осознание такой врожденной агрессивности человека позволяет перестать нам идеализировать «человеческую природу» и понимать, что управление конфликтами — это не временная мера, а фундаментальная необходимость для любого общества. Современные технологии делают проявления агрессии гораздо масштабнее (информационные войны, кибератаки, вооруженные конфликты), поэтому умение сдерживать ее социальными институтами становится вопросом нашего выживания.

В повседневной жизни это знание помогает реалистичнее оценивать людей: не ожидать «безусловной доброты», которая скорее является исключением и результатом культурного воспитания, а уметь работать с эмоциями и поведением — своим и чужим.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Личностные качества и образ жизни

Современный ритм жизни заставляет многих людей становиться более активными. Количество информации, событий, контактов и впечатлений увеличивается с каждым днем.

Еще Гиппократ утверждал: «Тот, кто активнее по жизни, тот умнее». На первый взгляд это кажется спорным: часто образованные люди ведут сдержанный, спокойный образ жизни, а те, кто много времени посвящает спорту и активности, не всегда фокусируются на образовании и интеллекте. Но такие наблюдения субъективны. Чтобы разобраться, ученые решили проверить эту связь научно.

В июне были опубликованы результаты масштабной работы — метаанализа более 1300 исследований, охватившего свыше 2 миллионов человек из 50 стран. Задача — выяснить, как образ жизни связан с личностными качествами и когнитивными способностями.

Анализ включал 79 личностных характеристик (от скромности до доброжелательности) и 97 когнитивных способностей (от скорости чтения до памяти). При этом учитывались культурные различия и демографические факторы.

Почему это интересно и важно? Когнитивные способности и личностные качества формируют уникальность человека и определяют его стиль взаимодействия с миром. Личностные черты задают вектор наших действий, эмоций и мыслей, а когнитивные способности отражают умение работать со сложными и абстрактными задачами: речью, математикой, логикой.

### **Основные результаты исследования**

1. В среднем у активных и энергичных людей уровень когнитивных способностей выше, чем у малоподвижных. Особенно это касается памяти, эрудированности и скорости обработки информации.
2. Склонность к тревожности или депрессивным состояниям снижает когнитивные показатели: ухудшается память, усложняется решение логических задач.

3. Открытость новому опыту, непредубежденность и восприимчивость к идеям связаны с более высоким интеллектом.
4. Трудолюбие и эмпатия способствуют лучшему владению речью, умению ясно формулировать мысли и работать с числовыми данными.

### Культурный контекст

Интересно, что представления об активности и ее ценности различаются в разных странах:

- В западных культурах (например, США, Великобритания) активность часто связывается с успехом и личной эффективностью. Здесь энергичность — социальный стандарт.
- В странах Восточной Азии, напротив, акцент делается на усидчивости, дисциплине и глубоком погружении в одно дело. Поэтому когнитивные способности там чаще коррелируют не с активностью в целом, а с устойчивостью к монотонной работе.
- В южноевропейских странах (Испания, Италия) активность трактуется более широко: это не только работа и спорт, но и насыщенность социальной жизни, общительность. Именно этот фактор чаще всего связывается с когнитивной гибкостью.

Таким образом, культурные традиции задают рамку того, как мы понимаем и развиваем свою активность, а значит, и того, какие личностные качества будут усиливать когнитивные способности.

Итак, еще раз подчеркнем выводы. Активный образ жизни (физическая активность, вовлеченность в события, разнообразие деятельности) — это не только здоровье, но и прямой вклад в когнитивные способности. Развитие открытости новому и критическое мышление — это инвестиция в интеллект, которая по-

могает адаптироваться в меняющемся мире. Эмпатия и трудолюбие усиливают не только социальные навыки, но и когнитивный потенциал, делая человека более гибким и конкурентоспособным в разных сферах.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Личностные качества и интеллект: взаимное влияние

В начале 2025 года вышло масштабное исследование о взаимосвязи характера с интеллектом и его составными частями (умственными способностями). Оно, признаться, впечатляет своим объемом и оформлением.

Личностные качества и умственные способности — это два важнейших параметра, характеризующих человека: часто мы ценим человека за его ум и личностные характеристики и особенности. Известно, что они не являются полностью независимыми друг от друга. Например, чем более умный человек, тем он более открыт для нового опыта, информации и пр. Однако большинство этих взаимосвязей до сих пор были слабо систематизированы и не сведены в единый каталог.

Чтобы восполнить этот пробел, группа психологов, перечисление имен которых занимает 10 страниц, провели метаанализ тысяч исследований, охвативших более двух миллионов человек из 55 стран. В итоге удалось собрать данные по 3543 попарным соотношениям между 79 чертами личности и 97 умственными способностями. Это гигантская работа.

В 5% случаев (193 из 3543 соотношений) обнаружались сильные ( $r > 0,3$ ), еще в 13% (449) — средние по

силе ( $0,2 > r > 0,3$ ) корреляции. Наконец, в 1041 паре (29%) обнаружались слабые, но все-таки не пренебрежимо ничтожные корреляции ( $0,1 > r > 0,2$ ).

Больше всего положительных связей с умственными способностями обнаружилось у личностных черт, входящих в состав комплексной характеристики «открытость новому опыту». Отрицательных корреляций больше всего у черт, связанных с комплексным признаком «невротизм».

Основной методикой для исследования после проведенного глубокого анализа была принята «**Большая пятерка**» (**Big Five**) и ее подшкалы. Напомню, что это:

- **Открытость опыту (Openness to Experience)** — любопытство, креативность, интерес к новому, стремление к знаниям и экспериментам.
- **Добросовестность (Conscientiousness)** — трудолюбие, организованность, надежность, умение доводить начатое до конца.
- **Экстраверсия (Extraversion)** — активность, энергичность, общительность, стремление к взаимодействию с людьми.
- **Доброжелательность (Agreeableness)** — эмпатия, доверчивость, склонность к сотрудничеству и альтруизму.
- **Невротизм (Neuroticism)** — склонность к тревожности, эмоциональной нестабильности, депрессии, раздражительности.

В итоговый анализ для статьи вошли данные по 1976 независимым выборкам/исследованиям. В статью обсуждаются только корреляции, подтвержденные как минимум в 10 независимых выборках общей численностью не менее 1000 человек: то есть уровень достоверности выявленных корреляций высокий.

Результаты метаанализа подробно изложены (в виде множества таблиц на более чем 400 страницах) в дополнительных материалах к статье.

Главной задачей исследования было составление подробного каталога корреляций, который станет основой для дальнейших, более углубленных исследований архитектуры человеческой психики.

Кроме того, к статье прилагается великолепный сайт с интерактивным инструментом, позволяющим окинуть беглым взглядом главные результаты. На сайте также приведены классификации и краткие определения рассматриваемых в работе черт личности и когнитивных способностей. Это точно заинтересует тех, кому важно понимать детали.

### **Основные выводы исследования**

Из пяти комплексных личностных характеристик (факторов) «Большой пятерки» больше всего отрицательных корреляций с умственными способностями оказалось у **невротизма (Neuroticism)** и различных его аспектов и граней, связанных с неприятными переживаниями (тревожность, подозрительность, депрессивность, эмоциональная неустойчивость и т.д.). Например, подозрительность отрицательно коррелирует с общим интеллектом, способностью решать не требующие предварительного обучения и знаний логические задачи, кратко- и долговременной памятью, скоростью восприятия и некоторыми вербальными способностями.

Положительно коррелируют со многими умственными способностями личностные черты, тесно связанные с низким невротизмом, такие как общая самооценка, стрессоустойчивость и вера в то, что происходящие с человеком события во многом зависят от него самого, а не от внешних сил или случая.

Авторы не ставили перед собой задачу выяснить природу и направленность причинно-следственных связей, лежащих в основе найденных корреляций. Их изучение — задача будущих исследований, причем задача крайне трудная. У корреляций могут быть самые разные причины. Скажем, в некоторых исследованиях предполагают, что у подозрительности и плохой памяти может быть общий генетический базис.

Также еще раз доказана связь между отрицательными эмоциями и сниженными когнитивными функциями (в целом это не новость — при депрессии когнитивные функции объективно снижаются).

Аспекты другого фактора «Большой пятерки» — **доброжелательности** — в целом слабо коррелируют с умственными способностями. Любопытно, однако, что «сочувствие», отражающее в том числе готовность к альтруистическим поступкам, положительно коррелирует со многими умственными способностями, а «вежливость», понимаемая как стремление к повышению эффективности взаимодействий с другими людьми путем соблюдения принятых социальных норм, наоборот, со многими способностями коррелирует отрицательно. Это косвенно подтверждает социальный стереотип: «если ты вежлив и доброжелателен — значит слаб».

Многие аспекты и грани **добросовестности**, особенно трудолюбие, положительно и сильно коррелируют как с отдельными когнитивными способностями, так и с общим интеллектом. То же самое справедливо для личностных характеристик, отражающих индивидуализм и веру в собственные силы.

Четвертый фактор «Большой пятерки», **экстраверсия**, сам по себе слабо коррелирует с когнитивными способностями. Этого, однако, нельзя сказать о некоторых отдельных гранях этой комплексной характери-

ки. Например, активность (энергичность) положительно коррелирует с интеллектом и многими отдельными способностями, в том числе с мерами скорости обработки информации и практически со всеми «приобретенными» (то есть выученными, основанными на знаниях) умственными способностями.

Такой важный аспект экстраверсии, как **общительность**, отрицательно коррелирует со способностью к количественным рассуждениям и положительно — с вербальными способностями (корреляции слабые). Были также выявлены положительные корреляции между некоторыми умственными способностями и комплексными характеристиками «оптимизм» и «амбициозность» (в последнем случае речь идет в основном о «приобретенных» умственных способностях).

Последний, пятый фактор «Большой пятерки» — **открытость опыту** — во всех своих разнообразных проявлениях, как правило, положительно коррелирует с умственными способностями. В общих чертах эта закономерность была известна давно, но в обсуждаемой работе ее удалось детализировать. Те грани открытости, которые связаны с интеллектуальной активностью, любовью к размышлениям, поиском новых идей и знаний (сюда входят любопытство и генерация идей), коррелируют с умственными способностями намного сильнее, чем связанные с фантазией, эстетическим чувством и поиском новых переживаний.

Результаты метаанализа показывают, что, измеряя какую-то умственную способность, мы попутно оцениваем и целый ряд личностных черт (и наоборот). Например, у людей с хорошими математическими способностями, как правило, будут в среднем более высокие баллы по склонности сыпать идеями и более низкие — по вежливости.

### Какие выводы можно сделать?

1. Это исследование подтверждает: интеллект и личностные качества неразрывно связаны. При оценке одних параметров мы всегда косвенно затрагиваем другие.
2. Для профайлинга такие данные особенно ценны: они позволяют выстраивать более точные прогнозы поведения на основе комплексного анализа.
3. Для развития личности вывод ясен: работа над эмоциональной стабильностью и открытостью новому опыту реально повышает когнитивные возможности.
4. Профайлинг, основанный на доказательной базе, всегда выигрывает перед любимыми «авторскими теориями» без исследований — он показывает, как личность работает в реальности, а не в фантазиях отдельных экспертов.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Профессии и личностные качества. Глобальное исследование взаимосвязей

В конце октября 2024 г. в журнале **АРА** было опубликовано масштабное исследование взаимосвязей личностных качеств и профессий. Работа настолько объемна, что буквально «глаза разбегаются».

Авторы изучали, как личностные черты работников связаны с различными профессиями, используя модель **Большой пятерки**. Мы уже неоднократно говорили об этой модели психодиагностики.

Основная цель исследования — создать обширный психологический профиль для **263 профессий** и выя-

вить, как выраженность тех или иных черт проявляется в профессиональной деятельности. Такой подход помогает лучше понимать, **какие качества наиболее важны для успеха в разных сферах, а также использовать данные для профорientации, подбора персонала и планирования карьерных траекторий.**

### **Методика исследования**

В работе использовались данные из национальной базы Эстонии, охватывающей более **68 000 респондентов** (около 7% взрослого населения страны). Участники проходили опросник по Большой пятерке, указывали свои профессии, карьерные достижения и дополнительные социально-демографические данные. Такой массив информации позволил исследователям делать выводы, значимые на уровне всей популяции, и обеспечил высокую репрезентативность.

Профессии классифицировались по международным стандартам, что сделало возможным сравнение результатов с другими странами.

**Основные результаты интуитивно понятны, но все же полезно, что они наконец доказательно оформлены.**

#### **1. Экстраверсия**

Высокий уровень характерен для профессий, предполагающих активное взаимодействие с людьми: менеджеров, продавцов, специалистов по связям с общественностью.

Низкий уровень экстраверсии чаще встречается у инженеров, ученых и работников технических сфер, где требуется сосредоточенность и индивидуальная работа.

#### **2. Открытость опыту**

Максимально выражена у представителей искусства, науки и образования — художников, писателей, ученых, преподавателей.

Минимальна в профессиях, где важны четкие правила и стандарты: военные, строители, рабочие производственных специальностей.

### 3. Нейротизм (эмоциональная стабильность)

Низкий уровень нейротизма (то есть высокая эмоциональная устойчивость) характерен для менеджеров, руководителей и врачей.

Более высокий нейротизм встречается у представителей творческих профессий, журналистов и дизайнеров — там, где работа связана с неопределенностью.

### 4. Добросовестность

Наиболее развита у бухгалтеров, юристов, медиков и технических специалистов. В этих профессиях ответственность и организованность критически важны.

Менее выражена у творческих профессий, где главные ценности — гибкость и креативность.

### 5. Доброжелательность

Высокая — у социальных работников, учителей, медсестер. Эти профессии требуют эмпатии и терпения.

Низкая — у бизнес-руководителей, предпринимателей и специалистов по продажам, где конкуренция и жесткость нередко важнее, чем эмпатия.

## Различия между профессиями

1. Разница между топ-10 и нижними 10 профессиями по каждой из черт оказалась значительной:

Открытость: **11,14 баллов** (1,14 стандартного отклонения),

Профессии с самыми высокими средними показателями по этой шкале: дизайнеры ( $M=58,52$ ), репетиторы (57,04), писатели (56,89), психологи (56,47), преподаватели ВУЗов (56,18).

Профессии с самыми низкими средними показателями: крановщики и операторы подъемных ма-

шин (43,95), сантехники (44,72), таксисты и водители (44,85), столяры и мебельщики (45,13), рабочие на производстве (45,14).

Нейротизм: **7,81 балла.**

Профессии с самыми высокими средними показателями: актеры (57,94), художники (55,06), дизайнеры (54,76), музыканты (54,03), переводчики (53,97).

Профессии с самыми низкими средними показателями: IT-специалисты по базам данных (45,19), менеджеры здравоохранения (45,44), пилоты (46,08), финансовые менеджеры (46,74), инженеры-электронщики (46,90).

Экстраверсия: **9,19 баллов.**

Профессии с самыми высокими средними показателями: менеджеры по рекламе и PR (55,11), актеры (55,01), организаторы мероприятий (54,83), фитнес-инструкторы (54,78), менеджеры спорт/культурных центров (54,55).

Профессии с самыми низкими средними показателями: инженеры (42,02), программисты (44,90), веб-разработчики (44,94), сборщики электрооборудования (45,23), лаборанты (45,75).

Добросовестность: **6,91 балла.**

Профессии с самыми высокими средними показателями: инженеры (56,07), врачи (55,84), бухгалтеры (55,70), администраторы (55,41).

Профессии с самыми низкими средними показателями: художники (48,48), музыканты (48,77), актеры (48,82), танцоры и хореографы (48,95), дизайнеры (49,16).

Доброжелательность: **6,25 балла.**

Профессии с самыми высокими средними показателями: логопеды (55,23), психологи (54,97), медсестры (54,81), социальные работники (54,60), религиозные служители (54,52).

Профессии с самыми низкими средними показателями: менеджеры по продажам (48,98), предприниматели (49,02), риелторы (49,13), маркетологи (49,13), мясники (49,34).

2. **30% профессий** (74 из 263) оказались уникальными хотя бы по одной черте.

3. **43% профессий** имели умеренные отклонения (около 0,3 стандартного отклонения) от среднего уровня.

4. **4% профессий** показали выраженные отличия по всем пяти параметрам. Например:

Актеры и артисты — выраженные экстремальные значения по открытости, нейротизму и экстраверсии.

Писатели, журналисты и авторы — высокие показатели открытости, но низкая добросовестность и эмоциональная стабильность.

Дизайнеры и архитекторы — очень высокие значения открытости, умеренно низкая добросовестность.

Социальные работники и работники ухода — высокие показатели доброжелательности и добросовестности, низкий нейротизм.

Религиозные деятели (священники) — высокие значения доброжелательности, низкие — открытости и экстраверсии.

Медицинские работники (врачи и медсестры) — высокая добросовестность и доброжелательность, низкий нейротизм.

Учителя (особенно университетские преподаватели) — высокие показатели открытости и добросовестности, ниже нейротизм.

Операторы машин и неквалифицированный труд — низкие значения по открытости и экстраверсии, более высокие по добросовестности.

Впечатляет интерактивная таблица (смотрите в материалах по QR-коду, на английском, но интуитивно

понятна), которую авторы открыто публикуют и разрешают пользоваться: она содержит все полученные данные и результаты кластерного и факторного анализа. С ее помощью можно посмотреть, как те или иные личностные черты соотносятся со средними показателями по профессиям. Это отличная находка не только для профориентологов, но и для нас, профайлеров, поскольку профессия всегда накладывает отпечаток на характер.

Некоторые скажут: ничего особенного, «я это и так знал». Даже если так, теперь это доказано; во всяком случае, стоит посмотреть на таблицы и поработать с ними.

Вы спросите, правомерно ли переносить эстонские данные на другие национальности? Понятно, что ответ: в чем-то — да, а в чем-то — нет. Во всяком случае, материал достоин изучения.

### **Выводы:**

- 1. Профессия формирует личность не меньше, чем личность определяет профессию.** Важно учитывать двустороннее влияние: черты характера влияют на выбор сферы деятельности, а сама деятельность закрепляет или ослабляет эти черты.
- 2. Большая пятерка может быть использована как инструмент карьерного прогнозирования.** Например, при профориентации подростков или при подборе сотрудников в высокострессовые или, наоборот, творческие профессии.
- 3. Результаты исследования подсказывают, что при оценке человека нужно учитывать контекст его профессиональной среды.** То, что выглядит «личностной чертой», может быть следствием профессии или профессиональной деформации.

4. Для развития профайлинга это открывает новые горизонты. Мы можем точнее учитывать влияние профессии на личность, а также строить прогнозы адаптации человека к смене деятельности.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Связь психического здоровья и черт личности

В середине 2025 года в журнале **APA** было опубликовано исследование о взаимосвязи черт личности и психического здоровья — тема, которая сегодня становится все более актуальной, поскольку с психическим здоровьем у нас не очень.

Главный вопрос: как часто выраженные личностные характеристики связаны с психическими проблемами и можно ли по ним предположить вероятность психических заболеваний?

Ученые для своего исследования использовали данные **Эстонского биобанка (о котором мы уже говорили)** с информацией о 16 226 рандомно выбранных добровольцах.

- Средний возраст участников — 46 лет.
- Женщины составили около 70%.
- Почти 80% имели высшее образование.

Каждый из участников прошел оценку по пяти базовым чертам личности тоже уже небезызвестной нам большой пятерки: **экстраверсия, нейротизм, доброжелательность, добросовестность, открытость опыту**. Дополнительно оценивались такие аспекты, как склонность к смущению и потребность в поддержке. Характеристики заполняли не только сами участники, но и их близкие.

На основе анкет и психометрических инструментов оценивалась общая предрасположенность к психическим расстройствам и специфические проблемы — страхи, бессонница, утомляемость, невнимательность, гиперактивность.

### Что получили в результате?

#### 1. Вклад личности в психическое здоровье

Определенные личностные качества объясняют около **25% риска психических проблем**. Это значительно больше, чем считалось ранее, и сопоставимо по силе влияния с биологическими и социальными факторами.

#### 2. Ключевые факторы риска

- **Высокий нейротизм** (склонность к частым переживаниям, тревожности, негативным эмоциям).
- **Высокая доброжелательность** (чрезмерная мягкость, подверженность эмоциональному влиянию).
- **Низкая добросовестность** (импульсивность, проблемы с самоорганизацией и ответственностью).

Иными словами, эмоциональная неустойчивость, повышенная чувствительность и дефицит самодисциплины существенно повышают риск ментальных расстройств.

#### 3. Корреляционные связи

Инфографика исследования показывает, как конкретные качества личности связаны с отдельными проявлениями психических проблем.

Например, если человек гиперактивен, то:

- с вероятностью **31%** он также невнимателен,
- в **45%** случаев будет испытывать выраженный дистресс,
- в **31%** случаев — тревожность,
- в **44%** — гиперчувствительность,
- в **34%** — проблемы со сном.

### Какое практическое значение все это имеет?

1. Для **психологии и психиатрии**: личностные тесты могут стать инструментом раннего выявления риска и профилактики расстройств.
2. Для **HR и образования**: знание связей между чертами личности и уязвимостями позволяет точнее оценивать стрессоустойчивость сотрудников и кандидатов.
3. Для **саморазвития**: понимание своих черт помогает осознать потенциальные слабые места и вовремя обратиться за поддержкой.

Итак, психическое здоровье и личностные черты нельзя рассматривать отдельно. Все это взаимосвязано и и граница между нормой и расстройством условна: некоторые нюансы личности оказываются столь же предсказательными для психических проблем, как и диагностические критерии психических расстройств.

Дополнительные материалы, инфографику и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Всегда ли тестостерон связан с агрессией?

Как оказывается — не всегда. Тогда в каких случаях?

Если про окситоцин я уже писал неоднократно, то напомню кратко: этот гормон не только усиливает доверие к близким людям и стремление расширять социальные контакты, но и повышает агрессивность по отношению к предателям и «чужакам».

А вот о тестостероне мы говорили значительно реже, хотя обсуждать здесь действительно есть что.

Сегодня все больше исследований подтверждают, что с тестостероном ситуация не так однозначна, как считалось ранее.

Традиционно тестостерон связывают с агрессией, драками, антисоциальным поведением и схожими проявлениями. Биологически этот гормон необходим прежде всего для формирования и функционирования мужской половой системы. Но у него есть и выраженные поведенческие эффекты, особенно заметные при повышенном уровне гормона. И речь здесь не только о человеческой психологии — многочисленные эксперименты с животными показывают, что высокий уровень тестостерона делает самцов (и даже самок) более агрессивными и менее социальными.

Однако существует и другая линия данных: тестостерон может усиливать не агрессию, а дружелюбие и просоциальность. Ранее на это обращали мало внимания, но сейчас подобных результатов становится все больше.

Недавнее исследование экспериментально подтвердило эту идею. Ученые проводили опыты с монгольскими песчанками — животными, формирующими постоянные брачные пары и совместно воспитывающими потомство. Для людей (за редкими исключениями) это тоже одна из базовых брачных стратегий.

В обычных условиях самцы песчанок агрессивны к чужакам и активно защищают территорию, но при этом ведут себя дружелюбно с беременными самками и детенышами.

Что же изменялось под действием гормона?

- Если самцу, у которого была беременная партнерша, вводили дополнительную дозу тестостерона, он не становился агрессивнее. Напротив, он начал больше ухаживать за самкой и проявлял больше заботы — из «хорошего супруга» он превращался в «идеального».

- Когда через неделю самку временно пересаживали, а в клетку подсаживали другого самца, поведение хозяина снова удивляло. Обычно в таких условиях он либо атакует соперника, либо хотя бы избегает контактов. Но «тестостероновый» самец демонстрировал к чужаку неожиданную дружелюбность. А между прочим в этот период уровень его тестостерона был примерно вдвое выше нормы.
- Если же вводили еще одну дозу гормона, доводя уровень до состояния «тестостеронотоксикоза», поведение менялось в противоположную сторону: возвращались агрессия или избегание.

Таким образом, первая дополнительная доза тестостерона настраивала самца на более социальный и толерантный лад, а слишком высокая концентрация вновь провоцировала агрессивное поведение.

Авторы исследования делают вывод: тестостерон — это не просто «гормон агрессии». Его функция сложнее: он помогает переключаться между режимами поведения — просоциальным и агрессивным. При этом у грызунов умеренно высокий уровень тестостерона часто сопровождается повышением уровня окситоцина, а значит усиливает как заботу о «своих», так и враждебность к «чужим».

В целом, это подтверждает старую биологическую истину: **все полезно в меру**. И тестостерон не исключение.

Итак, **тестостерон — не однозначный маркер агрессии**. Он играет более гибкую роль, помогая организму адаптироваться к социальным обстоятельствам и переключаться между режимами поведения. Представление о тестостероне как о «гормоне агрессии» слишком упрощенно. В целом эти данные могут оказаться полезными

для понимания механизмов мужского поведения и его связи с гормональным фоном.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Авторитарная личность и ее диагностика

Сегодня много говорят о психопатах, нарциссах и манипуляторах. Эта тема как никогда актуальна: таких людей, по субъективному ощущению, становится все больше. Однако эволюционная психиатрия утверждает, что раньше их доля в популяции была выше. В периоды нестабильности количество людей с подобными чертами возрастает, а в эпохи относительной стабильности — слегка уменьшается. Сегодня мы наблюдаем тенденцию роста легкой и пограничной психиатрии, а также распространения различных психологических акцентуаций.

Одной из таких акцентуаций является **авторитарная личность**.

С психозэволюционной точки зрения авторитарный тип — это человек, сильно зависящий от группы и требующий от нее послушания с тремя важными условиями:

- неукоснительное соблюдение групповых норм,
- подчинение более статусным особям,
- агрессия к непокорным членам группы и внешним противникам.

Иными словами, это своеобразный «вождь племени». Примечательно, что эти признаки (конформность, подчинение и агрессия) почти всегда проявляются совместно — как «пакет». Аналогично тому, как психопатия, нарциссизм и манипулятивность тоже часто идут

в связке в темной триаде личности. При этом уровень интеллекта с авторитарностью напрямую не связан.

С психологической точки зрения существует множество теорий, объясняющих формирование и развитие авторитарной личности.

- Одни связывают ее с невротичностью и стремлением компенсировать чувство собственной ничтожности через подчинение «сильному» и агрессию к «слабому».
- Другие видят в этом стремление к лидерству и вождизму.
- Многие теории объясняют этот феномен особенностями воспитания, влиянием социальной среды, профессиональными факторами, полученным образованием, личными травмами, проблемами со здоровьем и даже климатическими условиями.

Тем не менее исследования показывают значимый вклад генетики. В древности, когда шел жесткий межгрупповой отбор, такие качества, как подчинение нормам и поддержание сплоченности, повышали шансы группы на выживание. Современные мифы о том, что авторитарность — исключительно культурный продукт, не подтверждаются. Научные данные свидетельствуют: **генетика объясняет до 50% вариаций склонности к авторитаризму, а среда — около 35%.**

**Какие признаки типичны для авторитарного типа личности?**

1. **Авторитарное подчинение.** Стремление подчиняться любой власти, признанной легитимной в «своей» социальной группе. Склонность мыслить через дихотомию «начальник — подчиненный». Крайний конформизм: человек не отличает собственные мысли от взглядов авторитетной фигуры.

2. **Авторитарная агрессия.** Агрессивное поведение по отношению к тем, кто не подчиняется власти или считается врагом. Осуждение и наказание инакомыслящих, непрерывный поиск «врагов» внутри и снаружи группы.
3. **Непереносимость неопределенности.** Потребность регламентировать все сферы жизни, устанавливать правила и табу, контролировать их исполнение.
4. **Негативное отношение к «другим».** Мир воспринимается как враждебный. Враги — повсюду, сочувствие отсутствует. Все новое оценивается как опасное.
5. **Ригидность мышления и низкая открытость опыту.** Склонность к мистицизму, вера во внешние силы («шаманизм», «законы природы»), суеверия. Отсутствие гибкости: сомнение считается слабостью, признание ошибки — поражением.
6. **Преувеличенная сексуальная озабоченность.** Проявляется не только в речи и традициях, но и в поведении.

Все эти черты идут «в одном пакете» и меняются с трудом. Однако изменение все же возможно — при сильной мотивации, которая, признаться, чаще всего отсутствует.

Тем не менее, авторитарное поведение можно рассматривать и как **адаптивный механизм**. В прошлом эти качества обеспечивали выживание группы, но сегодня могут мешать. Это показывает, что «патологичное» поведение в одном контексте может быть полезным в другом. **Современные тенденции к усилению авторитарного поведения — не случайность.** Усиление нестабильности в мире (социальной, политической, экономической) делает авторитарные модели по-

ведения более востребованными и объясняет рост их распространенности.

Для профайлера важно понимать, такие сотрудники могут быть надежными исполнителями в иерархичных структурах, но представляют риск для команд, где требуется креативность и гибкость. **Также** выявление авторитарных личностей в группах позволяет прогнозировать, кто станет проводником групповых норм и санкций при их несоблюдении.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Есть ли взаимосвязь между свободой и ответственностью?

Доказано, что эти личностные качества связаны напрямую.

Ощущение свободы и чувство ответственности действительно взаимосвязаны. Это впервые на экспериментальных данных с участием респондентов из России и США доказала группа ученых.

### Когда есть выбор, и когда его нет?

Понятия «свобода» и «ответственность» рассматриваются в разных науках — философии, этике, психологии. Однако до недавнего времени связь этих категорий и ее характер не были подтверждены на практике. Проведенное исследование показало, что путь к ответственности лежит через поддержку свободы: ответственность может быть принята человеком добровольно, когда ему предоставляется достаточный уровень автономии.

Ученые провели серию исследований с участием студентов российских и американских вузов — всего

1430 человек. В России исследование проводилось в трех регионах (Алтайский край, Томская и Омская области), а в США — в Миссури, на базе Университета Миссури.

Согласно Оксфордскому словарю, **свобода** — это возможность или право действовать, говорить или мыслить по собственному желанию без препятствий или ограничений.

В исследовании в рамках психологической **теории самодетерминации (Self-Determination Theory)** используется понятие «автономия». Это одна из базовых человеческих потребностей. Когда у человека отсутствует возможность выбора, автономия страдает, что приводит к снижению психологического благополучия и другим негативным последствиям.

В ходе исследования для определения уровня свободы и ответственности применялись специализированные методики. Результаты показали прямую связь: чем выше уровень автономности у человека, тем больше он склонен брать на себя ответственность.

В основной части эксперимента участников просили представить себя в смоделированных ситуациях и описать свои чувства и предполагаемые действия. Задачи формулировались по-разному: поручение исходило от близкого человека, представителя власти или незнакомца. В одних случаях подчеркивалась свобода выбора стратегии действий, в других — нет.

Пример: студента просили представить, что профессор предлагает выполнить научный проект по важной дисциплине. В одном варианте студент сам выбирает стратегию, в другом профессор определяет ее за него. В обоих случаях проект «оказывался неудачным», и участники должны были ответить: признают ли они собственные действия причиной неудачи или будут искать оправдания.

### Акцент на «должен» не работает?

Когда респондентам предоставлялась свобода, они чувствовали себя более ответственными, были готовы принять негативные последствия принятых решений и реже искали оправдания. При этом простые апелляции к чувству ответственности («ты должен», «так надо») не повышали готовность брать ее на себя.

Ученые отметили, что поддержка автономии особенно важна со стороны авторитетных фигур — родителей, преподавателей, руководителей, представителей власти. Формулировки типа «ты должен», «следует» оказались наименее эффективными и даже вызывали сопротивление.

### Российские особенности

Результаты оказались в целом схожими для российских и американских студентов, однако выявились культурные различия. Россияне в среднем менее склонны принимать на себя ответственность, что авторы связывают с культурными различиями.

При этом участники из России сильнее реагировали на то, **кто** дает поручение и **как** это делается. Если источник поручения — близкий человек, друг или родственник, то уровень принятой ответственности оказывался выше, чем у американцев. Главный фактор здесь — доверие. Важно, чтобы речь шла не о приказе, а о просьбе.

Для профайлера ключевым является не только оценка готовности человека к ответственности, но и понимание того, в каком формате ему транслируется поручение. «Приказной» стиль снижает принятие ответственности, а уважительный и доверительный — усиливает. **Культурные особенности влияют на модели поведения.** В российском контексте уровень доверия к источнику пору-

чения играет решающую роль. В профайлинге это важно учитывать при анализе управленческих кейсов, переговоров и межличностных взаимодействий. Если в коммуникации не поддержана автономия, человек чаще прибегает к защитным стратегиям («это не моя вина», «так сложились обстоятельства»).

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Успех, аффирмации и достижение целей

Несколько месяцев назад вышла статья о достаточно популярном сегодня феномене — аффирмациях на успех. Суть их заключается в том, что если хочешь добиться результата, то нужно мыслить как успешный человек, визуализировать успех, манифестировать его, привлекать помощь «космических сил», успехогенерирующих эгрегоров, заговоров и других подобных «техник».

Если убрать иронию и скепсис, то появление этого феномена не так далеко стоит от «эффекта Пигмалиона» (его еще называют «эффект Розенталя»). Он заключается в том, что высокие ожидания окружающих в ряде случаев действительно могут приводить к улучшению показателей деятельности человека — например, успеваемости школьников. Представьте: все знают, что вы хотите заработать миллион долларов, потому что вы об этом открыто заявили. Их ожидания и реакция начинают подталкивать вас к реализации этой цели.

Хотя валидность экспериментов, подтверждающих «эффект Пигмалиона», до сих пор вызывает споры, в целом можно считать, что он срабатывает — хотя не универсально.

Проводя параллель с подобного рода «социологическими» самосбывающимися пророчествами, можно предположить, что аффирмации и манифестации, формируя ожидания уже от самого человека по отношению к себе, помогают ставить более масштабные цели и действовать последовательнее. Но так ли это на самом деле? Именно это и проверило исследование.

### Основные результаты исследования

1. **Треть участников были «манифестаторами».** Примерно каждый третий участник исследовательской группы считает аффирмации и манифестации нормой и активно использует их в своей жизни. То есть эта система взглядов достаточно распространена.
2. **«Манифестаторы» воспринимают себя более успешными.** Они оценивают свое настоящее и будущее лучше, чем оно есть в реальности.
3. **Парадокс:** по объективным показателям успеха — уровню дохода или образования — «манифестаторы» не превосходят «неманифестаторов». Более того, по некоторым критериям они даже существенно уступают.
4. **Вера «манифестаторов» в достижение целей не зависела от объективного разрыва между целью и уровнем ее достижения.** То есть, если «НЛП-Достигатору» до 1 млн\$ как «до Китая пешком» и фактический разрыв между нынешним положением дел и целью — гигантский, то это все равно не сказывается на вере «достигатора» в том, что он скоро достигнет цели. Критическое мышление при этом явно страдает.
5. **Психотерапевтический баланс.** В ряде случаев аффирмации могут использоваться как инструмент

рефрейминга и помогают поддерживать позитивное мышление. Но чрезмерный оптимизм, игнорирование ошибок и нереалистичные цели приводят к обратному эффекту. «Манифестаторы» чаще склонны к рискованным решениям и статистически чаще оказываются в числе банкротов, зависящих людей или «социальных паразитов».

Таким образом, склонность к подобным манифестациям может быть маркером того, что человек опирается на иллюзии и внутренние установки вместо фактов. Это важно учитывать при оценке надежности кандидата или бизнес-партнера. «Манифестаторы» чаще недооценивают реальные угрозы и переоценивают свои силы. Для профайлера это прямой индикатор: человек может быть склонен к авантюрам, игнорировать последствия и вовлекаться в рискованные схемы. При работе с таким человеком стоит уделять внимание не заявленным целям и «позитивным установкам», а проверке фактических результатов и уровня ответственности. Несовпадение между словами и делами здесь встречается особенно часто.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## **Вегетарианство и ценности: что говорит наука о поведенческих и ценностных различиях вегетарианцев и мясоедов?**

Недавнее исследование, опубликованное в *PLOS ONE*, проливает свет на то, как базовые ценности различаются между вегетарианцами и мясоедами. Это оказалось не просто вопросом диеты — а отражением глубинных личностных установок и мотиваций.

## Методология исследования

Психолог Джон Б. Незлек провел три исследования:

- **США:** 514 вегетарианцев и 540 мясоедов.
- **Польша:** два исследования — одно с 301 вегетарианцем и 335 мясоедами, другое с 68 вегетарианцами и 1943 мясоедами.

Для оценки ценностей применялась классическая методика Шварца (Portrait Value Questionnaire), измеряющая 10 базовых человеческих ценностей: доброжелательность, безопасность, стимуляцию, достижения, власть и другие.

## Основные результаты

### 1. Вегетарианцы придают больше значения:

- **Стимуляции:** стремление к новизне и разнообразию.
- **Достижениям:** стремление к успеху и признанию.
- **Власти:** стремление к социальному статусу и контролю над ресурсами.

### 2. Вегетарианцы придают меньше значения:

- **Доброжелательности:** заботе о благополучии других.
- **Безопасности:** стремлению к стабильности и порядку.
- **Конформизму:** следованию социальным нормам.
- **Традициям:** уважению к культурным и религиозным обычаям.

Все эти различия статистически значимы и не могут быть объяснены случайными факторами.

Кстати, некоторые ценности продемонстрировали вариации между странами. Так, ценность **самостоятельности (self-direction)**:

- в США выше у мясоедов,
- а в Польше — наоборот, выше у вегетарианцев.

Это, вероятно, отражает культурные различия в восприятии индивидуализма и социального окружения.

**В целом данные указывают на то, что вегетарианцы более склонны к:**

- поиску новых впечатлений и опыта;
- стремлению к личным достижениям и признанию;
- желанию влиять на окружающий мир и контролировать ситуацию.

При этом они в меньшей степени ориентированы на:

- поддержание гармоничных отношений;
- соблюдение социальных норм и традиций;
- обеспечение личной и общественной безопасности.

Вопреки распространенному мнению, что вегетарианцы «мягче» и более заботливы, исследование показало обратное: они могут быть менее доброжелательными по сравнению с мясоедами. Их профиль напоминает черты, характерные для своеобразной «адреналиновой наркомании»: стремление к новизне, нарушение традиций, жажда успеха и контроля.

Совершенно не исключено, что эти результаты можно переносить и на другие контексты взаимодействия с вегетарианцами.

Итак, как оказалось, пищевые привычки отражают не только стиль жизни, но и глубинные личностные установки. Для профайлера это может быть косвенным, но информативным маркером мотиваций. Вегетарианцы чаще демонстрируют ориентацию на новизну и достижения, но могут быть менее привержены традициям и правилам. Это стоит учитывать при прогнозировании их решений в стрессовых или нестандартных ситуациях. Социальные стереотипы («вегетарианцы — мягкие

и добрые») могут не совпадать с реальными ценностями. Для профайлера это предупреждение: не полагаться на поверхностные ярлыки, а анализировать глубинные мотивы.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## 6. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ И КОММУНИКАЦИИ

### Сила воли, культурное влияние и успех

**М**ногие из вас наверняка слышали о знаменитом «зефирном эксперименте» Уолтера Мишела, проведенном в Стэнфорде в 1970 году. Его целью было исследование влияния способности к отсроченному удовольствию на успешность человека.

В эксперименте детям предлагали выбор: взять небольшое вознаграждение (зефирку) сразу или получить двойную награду, если они смогут подождать около 15 минут. Экспериментатор выходил из комнаты, и дети оставались один на один с угощением. В дальнейшем оказалось, что те, кто смог дождаться увеличенной награды, чаще достигали больших успехов в жизни.

Из более чем 600 участников начального эксперимента большинство съели сладость сразу. Лишь примерно треть смогла выдержать испытание и дождаться второй порции.

Позже Мишель и его коллеги провели контрольные исследования и обнаружили корреляции между результатами теста и жизненными успехами через десятилетия. Например, исследование 1988 года показало: дети,

обладавшие в дошкольном возрасте большим самоконтролем, через 20 лет оказывались успешнее сверстников, не способных отложить удовольствие.

На протяжении почти 50 лет результаты зефирного теста считались доказательством того, что сила воли и способность концентрироваться на долгосрочной перспективе — один из главных факторов успеха.

### Критика эксперимента

Однако в 2018 году Тайлер Уоттс и коллеги опубликовали работу, которая поставила под сомнение выводы Мишела. Они показали, что изначальный эксперимент имел методологические проблемы. К двадцати годам влияние «силы воли» оказалось близким к статистической погрешности, а ключевым фактором успеха был уровень достатка в семье.

Для бедных детей «потом» могло означать «никогда», поэтому они выбирали немедленное вознаграждение. Богатые же могли ждать: зефир из эксперимента для них не имел особой ценности, ведь дома всегда было достаточно угощений. Таким образом, социально-экономический статус оказался скрытой переменной, определявшей результаты.

### Культурные различия

В июне 2022 года японские исследователи провели аналогичный эксперимент, добавив культурный контекст.

Результаты показали интересную разницу:

- **Японские дети** ждали в три раза дольше, когда награда представляла собой еду, но почти не ждали, если речь шла о подарках.
- **Американские дети** действовали противоположно: они ждали почти 15 минут ради подарков, но съедали угощение уже через 4 минуты.

Таким образом, японские дети показали высокий уровень самоконтроля в ситуации с едой, а американские — в ситуации с материальными благами.

В итоге полученные результаты демонстрируют:

- способность к отсроченному вознаграждению во многом формируется культурным контекстом и привычками, а не только личной силой воли;
- привычки, поддерживаемые в семье и обществе, напрямую влияют на то, в каких именно сферах ребенок проявит самоконтроль;
- культурные различия могут серьезно исказить интерпретацию универсальных экспериментов.

То есть то, что в одном обществе трактуется как «сила воли», в другом может отражать всего лишь особенности воспитания и ценностей.

В профайлинге важно наблюдать не только «может ли человек ждать», но и **ради чего** он готов ждать. Это дает ключ к пониманию его приоритетов, уровня зрелости и личностных мотиваторов.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Профайлинг и групповое мышление

Все мы являемся представителями разных групп: социально-демографических, социально-экономических, психологических, профессиональных, а также групп по интересам. И на каждого из нас — на кого-то больше, на кого-то меньше — влияют нормы и правила этих сообществ.

Один из наиболее известных психологов XX века, Ирвинг Дженис, более 40 лет в Йельском университете изучал принципы группового мышления. В 1970–

80-х годах он опубликовал ряд фундаментальных книг о феномене «groupthink» и связанных с ним конфликтов. Эти книги многократно переиздавались, а последняя редакция на русском языке вышла в 2002 году.

В ходе своих исследований Дженис эмпирически заметил, а затем доказал, что многие политические решения, приведшие впоследствии к масштабным трагедиям, имели общую психологическую природу. Он ретроспективно проанализировал ряд событий XX века, например:

- решение администрации Джона Кеннеди о спецоперации на Кубе,
- действия администрации Линдона Джонсона, увязшей во Вьетнамской войне,
- неспособность армии США предотвратить атаку японцев на Перл-Харбор.

Каждое из этих решений принималось узкими группами лиц, и во всех случаях проявлялись сходные характеристики, которые Дженис описал еще в 1972 году в книге *«Групповое мышление: психологическое исследование внешнеполитических решений»*.

И хотя прошло уже полвека, этот список выглядит весьма актуальным.

### **Основные признаки группового мышления**

- 1. Иллюзия неуязвимости**, побуждающая к принятию крайне рискованных решений.
- 2. Вера в моральное превосходство группы**, из-за чего игнорируются последствия собственных действий.
- 3. Рационализация** и игнорирование внешних сигналов, которые могли бы поставить под сомнение выводы группы.
- 4. Стереотипизация оппонентов** как слабых, злонамеренных или глупых.

5. **Самоцензура** — замалчивание идей, противоречащих общему мнению.
6. **Иллюзия единогласия**: молчание воспринимается как согласие.
7. **Прямое давление** на несогласных и обвинения их в нелояльности.
8. **«Охранители информации»** — члены группы, которые фильтруют поступающие данные и изолируют группу от альтернативных точек зрения.

Дженис назвал эти признаки основными проявлениями «группового мышления». Его концепция стала одной из самых влиятельных в социальной психологии XX века, а сам он вошел в сотню наиболее цитируемых психологов. Позднее идея многократно уточнялась и проверялась эмпирически, став основой для целого комплекса рекомендаций о том, как минимизировать риски искаженного группового мышления.

Профайлеру важно учитывать не только индивидуальные особенности личности, но и влияние групповых норм. Человек, действующий в условиях влияния группы, будет вести себя радикально иначе, чем вне группы. Молчание или согласие в группе не всегда отражают истинное мнение человека. В профайлинге важно уметь отличать искреннее убеждение от конформного поведения. Также важно помнить, что для прогноза поведения необходимо анализировать не только личность, но и ее позицию внутри групповой структуры.

## Ошибки восприятия пропорций и вероятностей

То, что люди в основе своей неправильно оценивают пропорции и вероятности, давно известно. Это подтверждают исследования и в психологии, и в социоло-

гии. Почему это важно? Потому что такие искажения напрямую влияют на принимаемые решения — от бытовых до управленческих.

### Примеры вопросов

- Какой процент россиян — левши?
- Сколько процентов россиян владеют двумя автомобилями? А тремя? А четырьмя?
- Сколько процентов россиян имеют высшее образование?

Подобные вопросы показывают, что люди редко дают точные ответы.

Когда усредненные представления сравниваются с реальными статистическими данными, обнаруживается интригующая закономерность: **люди склонны существенно переоценивать численность меньшинств** и одновременно недооценивать численность большинства.

### Исследование в США

Весной 2023 года американцам предложили оценить размер 43 социальных групп — от левшей до представителей различных национальностей.

Результаты оказались показательно искаженными:

- **Американцы-мусульмане:** оценка 27%, реальность 1%.
- **Американцы-евреи:** оценка 30%, реальность 2%.
- **Коренные американцы:** оценка 27%, реальность 1%.
- **Американцы азиатского происхождения:** оценка 29%, реальность 6%.
- **Чернокожие американцы:** оценка 41%, реальность 12%.

## Ошибки восприятия большинства

Наоборот, группы большинства систематически **недооцениваются**:

- Христиане: оценка 58%, реальность 70%.
- Люди с минимум средним образованием: оценка 65%, реальность 89%.
- Наиболее точные оценки наблюдаются для групп, численность которых близка к 50%. Примеры:
- Взрослые, состоящие в браке: оценка 55%, реальность 51%.
- Родители хотя бы одного ребенка: оценка 58%, реальность 57%.
- Поддержка республиканцев и демократов.

Итак, понимание того, что люди склонны завышать долю меньшинств, открывает поле для манипуляций: от медиа до политической риторики. Для профайлера это сигнал оценивать, насколько объект подвержен влиянию подобных нарративов. Ошибочные представления о пропорциях влияют на выбор в менеджменте, бизнесе и межличностных отношениях. Профайлер должен учитывать это как фактор, искажающий восприятие реальности и определяющий последующие действия.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Эксперимент Соломона Аша на конформизм: переподтверждение и новые данные

Весной 2023 года была опубликована статья о повторении знаменитого эксперимента Соломона Аша. Эксперимент вновь удалось воспроизвести, но исследователи выявили несколько интересных нюансов.

Совершенно очевидно, что то, что люди думают и делают, во многом зависит от мнения окружающих, особенно значимых для них людей. По сути, прежде чем совершить действие, мы невольно учитываем, что подумают другие о нашем выборе.

### Оригинальный эксперимент

В 1950-е годы Соломон Аш, один из мэтров социальной психологии, проводил серию экспериментов, ставших классикой.

Суть была проста: одного испытуемого помещали в группу из 5–6 человек, которые были в сговоре с исследователем. Участникам задавали элементарные вопросы:

- «Какой отрезок длиннее: А или В?»
- «Если подбросить монетку, выпадет орел или решка?»
- «Какой автомобиль лучше: А или В?»

Группа заранее высказывала ошибочные ответы, и испытуемому приходилось выбирать: остаться при своем мнении и пойти против большинства или согласиться с ним, даже понимая, что оно ошибается.

Аш получил классический результат: около **35-40% испытуемых соглашались с неверным мнением группы**, в то время как примерно **65% держались собственной позиции**. Однако стоило разбавить группу хотя бы одним независимым голосом, и доля несогласных с большинством резко возрастала.

### Новая версия эксперимента

Недавнее исследование подтвердило основные выводы Аша, но дало новые детали:

1. **Базовый уровень конформизма.** В точном повторении эксперимента уровень согласия с большинством составил **33%** (у Аша — 35%).

- 2. Финансовая мотивация.** Если испытуемому платили небольшую сумму денег за правильный ответ, доля тех, кто соглашался с ошибкой группы, падала до **25%**.
- 3. Политическая окраска.** Если вопрос имел политический подтекст, уровень согласия с большинством вырастал до **38%**.
- 4. Личностные особенности.** Интеллект, самооценка, политические взгляды и большинство параметров Big Five почти не влияли на склонность к конформизму. Исключение — **открытость новому опыту**: люди с высоким уровнем этого качества меньше подвержены групповому давлению.

### **Выводы исследования**

1. Конформизм остается универсальным явлением: около трети людей готовы подстроиться под мнение группы, даже если оно явно ошибочно.
2. В политических вопросах готовность следовать за большинством выше, чем в нейтральных ситуациях.
3. Интеллект и другие личные качества не защищают от давления группы. Единственный «щит» — открытость новому опыту, интерес к новой информации и готовность видеть альтернативные точки зрения.

### **Выводы для профайлинга:**

1. Важно учитывать, что значительная часть людей будет соглашаться с большинством даже против своих убеждений. Убедить человека согласиться — дело техники.
2. Склонность к конформизму особенно велика в общественном и политическом контексте. При

проведении собраний и групповых мероприятий даже срежиссированное мнение большинства является определяющим.

- 3. Ключевая черта — открытость опыту.** При профилировании открытость становится одним из важнейших предикторов независимости мышления. Люди с низким уровнем этой черты почти гарантированно будут следовать за толпой.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## 20 Феноменов межличностного взаимодействия в группах, которые важно учитывать в коммуникации

Приведем примеры наиболее известных закономерностей и феноменов межличностного взаимодействия, проявляющихся в групповой динамике.

- 1. Феномен позитивного сдвига риска («диффузия ответственности»)** — решения группы чаще оказываются более рискованными, чем индивидуальные.
- 2. Феномен «групповой слепоты»** — искажение мышления членов группы в сторону: рисканность → рационализация → вера в правоту → самооцензура.
- 3. Феномен выученного диссонанса** — снижение активности при принятии решений из-за предвидения конфликта между интересами группы и личными интересами ее членов.
- 4. Феномен асимметрии оценки аргументов** — переоценка собственных доводов и недооценка чужих.

5. **Эффект объема** — оптимальный размер группы для принятия решений составляет от 4 до 8 человек.
6. **Эффект состава** — наилучшие результаты показывает группа со средней степенью гомогенности (ни полной одинаковости, ни полной разнородности).
7. **Феномен корпоративной замкнутости** — стремление группы ограждать себя от внешнего влияния.
8. **Эффект асимметрии качества решений** — решения членов с более высоким статусом воспринимаются как более правильные и значимые.
9. **Феномен лидерства** — гипертрофированное доверие группы к лидеру, превышающее индивидуальное доверие к нему.
10. **Феномен избегания ответственности** — перекаldывание полномочий на лидера или субдоминантных участников.
11. **Феномен ложного согласия** — демонстрация согласия с большинством вследствие некомпетентности или формального конформизма.
12. **Феномен демонстративного несогласия** — стремление выделиться через несогласие для повышения собственного статуса.
13. **Феномен «виртуального решателя»** — ожидание, что некий внешний субъект решит проблему, нужно только подождать.
14. **Феномен заморозки потенциала** — блокировка проявления способностей участников из-за иерархии.
15. **Эффект Рингельмана** — снижение индивидуальной активности в присутствии группы («не высовывайся»).
16. **Эффект социальной блокады** — добровольное подавление активности при наблюдении за другими («лучше посижу и посмотрю»).

17. **Феномен групповой поляризации** — разделение группы на консерваторов и радикалов: в начале процесса сильнее консерваторы, в конце — радикалы.
18. **Феномен возрастания экстремальности суждений** — лидеры и сублидеры делают категоричные заявления для укрепления статуса.
19. **Феномен преднамеренной эскалации конфликта** — демонстративное нагнетание напряженности и «переход на личности» для маскировки собственной некомпетентности.
20. **Феномен идиосинкразического кредита** — позволение группе на девиантное поведение в зависимости от вклада и статуса участника («что дозволено Юпитеру, не дозволено быку»).

Эти феномены тесно связаны между собой и могут как спонтанно проявляться в управленческих процессах и совместной деятельности, так и осознанно использоваться в качестве инструментов психологического влияния.

## Честность в разных странах мира

Около пяти лет назад группа экономистов провела масштабный эксперимент, направленный на изучение честности в разных странах.

Исследователи «потеряли» **17 300 кошельков** в **355 городах** по всему миру — от Европы до Азии и обеих Америк. Эксперимент охватил **40 стран**.

Кошельки оставляли в типичных общественных местах: банках, отелях, музеях, театрах, госучреждениях и на почте — там, где обычно существует система возврата находок.

Каждый кошелек содержал:

- три одинаковые визитки владельца,
- ключ,
- список покупок на местном языке,
- деньги (в части кошельков — около \$13,5 в эквиваленте местной валюты),
- либо совсем не содержал денег.

Внешне кошельки представляли собой прозрачные футляры для визиток, чтобы их можно было осмотреть, не вскрывая.

Сценарий был одинаков: экспериментатор передавал кошелек сотруднику общественного места (ресепшн, охранник, гардероб и пр.) со словами: *«Я нашел это за углом, кто-то потерял. Я тороплюсь, не могли бы вы позаботиться об этом?»* — и уходил, не оставляя своих контактов. Дальше фиксировалось: свяжутся ли с «владельцем» для возврата кошелька.

## Основные результаты эксперимента

1. **Честность выше, когда в кошельке есть деньги.** Почти везде кошельки с деньгами возвращали чаще, чем пустые. Более того — чем больше сумма, тем выше вероятность возврата.
2. **Лидеры и аутсайдеры.**
  - Самые честные страны: **Швейцария** и **Норвегия**.
  - Самые низкие показатели: **Китай** (что интересно, учитывая высокий уровень доверия внутри китайского общества).
  - **Россия** оказалась примерно в середине списка, с тенденцией в сторону возврата.
  - Уникальный случай — **Мексика**, где чаще возвращали пустые кошельки, чем с деньгами.
3. **Роль ключа.** Дополнительный эксперимент в Польше, Британии и США показал: если из ко-

шелька убрать ключ, вероятность возврата снижалась примерно на 9,2%. Видимо, ключ воспринимался как символ значимости и личной ценности вещи.

В целом их результаты согласуются с экономическими теоретическими моделями, учитывающими альтруизм и заботу о своем статусе в глазах других (получить небольшую сумму денег и при этом чувствовать себя вором и нарушителем социальных норм или нет). Но, конечно, в каждой стране это зависит от уровня образования, особенностей культуры, политических институтов, экономической ситуации и конкретного человека, к которому попал такой кошелек.

### Объяснение феномена

Изначально многие экономисты и психологи предполагали обратный результат: чем больше денег в кошельке, тем выше соблазн оставить его себе. Но оказалось, что здесь работает сочетание **альтруизма и заботы о статусе**. Получив небольшую сумму, человек рискует ощутить себя «вором», нарушающим социальные нормы. Это внутреннее ощущение, а также возможная оценка со стороны других людей подталкивают его к возврату.

### Честность как личностная черта

Некоторые психологические теории рассматривают честность как устойчивую личностную характеристику. «Если человек склонен к обману, то он будет врать почти всегда, где только можно». В профайлинге честность и склонность ко лжи рассматриваются как важнейшие установки личности: во время интервью специалист анализирует, насколько легко или трудно человека «соблазнить» на неправду.

**И все-таки эксперимент показывает, что честность проявляется довольно ситуативно.** Даже у одного и того же человека вероятность поступка может зависеть от деталей (наличие денег, ключа, социальный контекст). Для профайлера это значит, что оценка честности должна учитывать ситуацию, а не только личностный ярлык «честный/нечестный».

**Честность связана со статусом и внутренним образом себя.** Возврат кошелька с деньгами — это не только моральный акт, но и способ поддерживать собственный социальный образ. Для профайлера это индикатор того, что честность может мотивироваться не только ценностями, но и стремлением избежать статуса «нарушителя».

**Практический прием.** В интервью или тестировании можно моделировать ситуации «кошелька»: предложить гипотетическую дилемму и отследить реакцию. Это поможет выявить уровень рационализаций, склонность к оправданиям или готовность честно признать соблазн.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Профайлинг счастья: поведение и ценности сквозь призму world happiness report 2025

Недавно был опубликован свежий **World Happiness Report 2025**, за которым ежегодно я слежу уже несколько лет. Доклад дает развернутый ответ на ключевые вопросы:

1. Что делает общество счастливым?
2. Какие ценности формируют устойчивое благополучие?
3. Как среда, культура и возраст влияют на поведение людей?

Эти данные важны не только для понимания самочувствия общества, но и для анализа его поведенческих стратегий.

### **World Happiness Report (WHR) как карта ценностей**

WHR оценивает субъективное благополучие через шесть факторов. Если рассматривать их как **коды социальной культуры**, мы получаем матрицу, отражающую поведение и ценности на уровне целых групп и обществ.

Например:

- **Сингапур** при высоком ВВП не входит в топ стран по счастью: возможно культура карьерной конкуренции и социальной иерархии снижает субъективное благополучие.
- **Коста-Рика**, напротив, демонстрирует, что ценность общинности и межличностных связей способна компенсировать низкие доходы и повышать уровень удовлетворенности жизнью.

### **Психологический разрыв поколений**

WHR 2025 впервые столь масштабно фиксирует **разрыв между возрастными группами** — и это один из самых значимых трендов последних лет.

- США: уровень счастья молодежи — 6.5, старших возрастов — 6.9,
- Германия: молодежь — 6.7, старшие — 7.2,
- Южная Корея: молодежь — 6.1, старшие — 6.7.

Это означает, что **ценностные ориентации молодых людей начинают кардинально отличаться от ценностных ориентаций старших поколений**. Собственно, так было всегда, но сейчас разница особо значительна.

- **Старшее поколение** ценит стабильность, долговечность, иерархию и ритуалы.

- **Молодежь** ориентируется на неопределенность, свободу, гибкость, фрагментарное мышление и чувствительность к социальной оценке.

Пример Южной Кореи: давление карьерных ожиданий общества у молодых людей входит в конфликт с личными желаниями, что проявляется в росте депрессий и снижении жизненной энергии. В Европе молодежь демонстрирует «мягкую отстраненность»: снижение доверия к традиционным институтам, уход в цифровые сообщества и локальные микрогруппы.

### **Счастье и ресурсы: нелинейные связи**

WHR 2025 фиксирует важные исключения из логики «больше ресурсов — больше счастья».

- **Латинская Америка** — высокий уровень счастья при относительно скромной экономике. Объяснение: ценность эмоций, близости, оптимизма и выраженной эмпатии в культуре.
- **Восточная Европа** (Болгария, Хорватия, Латвия) — низкий уровень счастья на фоне экономического роста. Причина: историческая травма переходного периода и установка на настороженность и недоверие.
- **Ближний Восток** (Катар, ОАЭ) — высокий ВВП, но отставание в субъективном благополучии из-за жесткой иерархии, культурной дистанции и слабой социальной сплоченности.

### **Россия: особенности профиля счастья**

Россия в рейтинге WHR заняла **66-ое место**, немного поднявшись в нем. Отчет фиксирует несколько устойчивых черт:

- **Реляционное доверие:** доверие к «своим», но не к системе. Это усиливает замкнутость социальных связей.

- **Низкая гражданская активность:** слабое волонтерство и благотворительность, ориентация на личное выживание и индивидуальную адаптацию.
- **Модель ближнего круга:** основная эмпатия и помощь ограничены семьей и ближайшими соседскими связями.
- **Компенсация эмоционального дефицита:** через локальные и семейные связи, а не через широкую общественную интеграцию.

**В целом всем, кто занимается социальными и психологическими науками, рекомендую внимательно посмотреть отчет.** Счастье — это не просто эмоция. Это индикатор глубинных мотиваций, коллективной психологии и общественных моделей поведения. По сути это база для ценностно-поведенческого профайлинга на макроуровне: поколений, регионов, культур и пр.

Итак, WHR можно рассматривать как базу для анализа ценностей не только индивидов, но и целых поколений, культур и обществ. Это позволяет прогнозировать не только отдельные поступки отдельных людей, но и массовые тренды поведения обществ и групп.

Факторы счастья, ценностные и поведенческие отражения, примеры стран-лидеров

| Фактор                | Ценностные и поведенческие отражения общества                    | Примеры стран-лидеров        |
|-----------------------|--|------------------------------|
| ВВП на душу населения | Устремленность к успеху, рациональность, ориентация на результат | США, ОАЭ, Сингапур           |
| Социальная поддержка  | Доверие, кооперация, чувствопринадлежности                       | Даная, Финляндия, Коста-Рика |

| Фактор                           | Ценностные и поведенческие отражения общества                | Примеры стран-лидеров          |
|----------------------------------|--|--------------------------------|
| Продолжительность здоровой жизни | Самодисциплина, забота о здоровье, планирование              | Япония, Норвегия, Южная Корея  |
| Свобода выбора в жизни           | Автономия, индивидуальная ответственность, антииерархичность | Нидерланды, Швеция, Канада     |
| Щедрость (благотворительность)   | Эмпатия, социальная вовлеченность, альтруизм                 | Ирландия, Индонезия, Филиппины |
| Низкий уровень коррупции         | Справедливость, доверие к системе, гражданская зрелость      | Швейцария, Новая Зеландия      |

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Люди в основном думают и ведут себя так, как им удобно. Почему? И всегда ли?

Вы наверняка замечали, что одни люди готовы идти на многое, даже жертвовать ради поиска правды и истины, а другие — вполне удовлетворяются удобными для себя версиями и объяснениями.

Наш мозг действительно быстрее обрабатывает информацию, с которой мы согласны или которая нам нравится, чем данные, противоречащие нашим убеждениям. Эта особенность называется **предвзятость подтверждения**. У нее, кстати, есть четко установленная нейробиологическая основа. Человек готов поверить почти во все, если это согласуется с его мировоззрением, и с высокой вероятностью отвергнет то, что противоречит его взглядам.

Мы стремимся, чтобы наша картина мира была цельной и непротиворечивой. Факты, нарушающие ее стройность, вызывают психический дискомфорт — **когнитивный диссонанс**.

Выйти из этого состояния можно двумя способами:

- обновить картину мира, вписав в нее новые факты;
- отбросить факты, которые мешают привычному образу мыслей.

С точки зрения «экономии ресурсов», второе решение проще: мозг быстрее возвращает ощущение покоя, чем перестраивает систему убеждений. Но мы поступаем так не всегда. Почему?

### **Тяга к точности и социальная принадлежность**

У нас есть **мотивация точности** — стремление докопаться до истины, понять, как устроен мир. Именно она движет учеными, журналистами-расследователями и всеми, кто любит разгадывать загадки. Но эта же мотивация приводит и к теориям заговора: когда объяснения кажутся стройными и «правдоподобными», но не всегда истинными.

Однако тяга к точности конкурирует с другой, более базовой потребностью — **принадлежать группе**. Ради ощущения единства мы часто искажаем восприятие реальности и соглашаемся с социально одобряемыми мнениями. Этот феномен был убедительно показан в классических экспериментах Соломона Аша еще в 1950-е годы и подтвержден современными исследованиями. О нем мы уже рассказывали.

Весной 2024 года исследователи из Университета Кембриджа проверили, как именно мотивация влияет на мышление. Консерваторам и либералам показали набор правдивых и заведомо ложных статей. Источники при этом маркировались как «свои» или «чужие» СМИ (Fox News или Washington Post и другие).

Результат был предсказуем: если заголовок принадлежал «своему» изданию, люди очень часто считали ложь правдой.

Но затем добавили мотивацию: предложили небольшое денежное вознаграждение за правильные ответы. И верификация резко улучшилась: участники заметно чаще отличали фейк от истины, независимо от идеологических симпатий. То есть при наличии выгоды люди готовы отодвинуть на второй план собственные предвзятости и групповую идентичность.

Выводы, которые делают исследователи, озвучены в заголовке главы: если нам выгодно думать определенным образом... то мы склонны думать именно так. Даже если мы раньше думали совсем по-другому. Буквально несколько дней тому назад.

Почему это важно, спросите вы? А потому, что в профайлинге уделяют особое внимание тому, как люди думают. Потому, что довольно часто поведение — есть следствие мышления.

От себя добавлю, что самая выгодная, с моей точки зрения, стратегия заключается в том, чтобы, с одной стороны, культивировать в себе мотивацию к точности, а с другой — отождествлять себя с группой людей, разделяющих это стремление к точности: с единомышленниками проще преодолевать когнитивный диссонанс и приводить свое мировоззрение к реальности.

### **Итак, какие выводы можно сделать?**

- 1. Мотивы важнее фактов.** При анализе собеседника профайлеру нужно учитывать, что он будет опираться не на объективность, а на то, что усиливает чувство комфорта, принадлежности или выгоды.
- 2. Смена контекста меняет восприятие.** Человек, отрицающий факты в одной ситуации, может при-

знать их в другой, если изменить систему мотивации (например, награда, социальное одобрение, снижение угрозы).

**3. Групповая идентичность доминирует.** Принадлежность к «своим» зачастую перевешивает даже очевидные данные. Для профайлера это означает: анализировать нужно не только личность, но и ее социальные группы, контекст.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Профайлинг: мотивация и зависимости

**Современные исследования показывают, что человеческая мотивация во многом строится на механизмах вознаграждения.** Особенно значимым фактором оказывается их изменчивость: непредсказуемые награды часто оказываются привлекательнее постоянных.

Недавно в исследовании было подтверждено то, что многим известно и без исследований: если объект внимания отвечает вам то сразу, то полностью игнорирует, это связано с большей тревожностью и страхом возможного разрыва. Такие отношения разорвать намного сложнее, чем стабильные и предсказуемые. Если кратко, то суть можно свести к простой формуле: **вариабельность вознаграждения привлекательнее его стабильности.**

Еще 70 лет назад великий бихевиорист Б. Ф. Скиннер выдвинул гипотезу, которая позже стала классикой маркетинга и игровой индустрии: **«переменное подкрепление»**. В своих экспериментах он показал, что лабораторные мыши наиболее активно нажимают на рычаг именно тогда, когда вознаграждение выдается случайно: то маленькая порция, то большая, то ничего. В от-

личие от тех мышей, которым каждый раз доставалось одно и то же угощение, «группа переменной награды» действовала компульсивнее и настойчивее.

Поведение людей во многом похоже. Мы жаждем предсказуемости, но сильнее реагируем именно на изменчивость. Разум стремится найти закономерность даже там, где ее нет. Это объясняет, почему так легко «залипнуть» в компьютерную игру: человек думает, что, пройдя уровень или победив очередного «монстра», он заслужит вознаграждение. Но на деле условия заданы случайными алгоритмами, и предсказуемости там может не быть.

Наш мозг воспринимает такие ситуации как «отдых», хотя нейробиологически это приводит к **усилению тревожности**. Постоянный поиск следующей награды держит нас в тонусе, но не приносит удовлетворения.

В маркетинге и игорном бизнесе этот механизм известен как **«эффект однорукого бандита»**: небольшие проигрыши и редкие выигрыши создают иллюзию, что крупная победа вот-вот близка.

На уровне нейробиологии здесь работает связка:

- **опиоидные рецепторы** отвечают за ощущение удовлетворения от уже полученного результата;
- **дофамин** — за предвкушение награды.

Ожидание активирует обе системы, усиливая эффект.

Интересный эксперимент: участники в течение часа выполняли монотонные задания, получая вознаграждение в виде «токенов», которые можно было обменять на деньги. В одной группе награда была стабильной, в другой — случайной.

Результаты:

1. В группе с **постоянным вознаграждением** 30,16% мужчин покинули эксперимент на 45-й минуте, против 6,67% женщин.

2. В группе с **вариативным вознаграждением** на той же отметке ушли только 8,77% мужчин и 5,95% женщин.

Иными словами: мужчины охотнее реагируют на вариативность, особенно если речь идет о финансовой награде. Но в сфере отношений картина обратная: мужчины чаще не выдерживают стабильной обратной связи, а женщины, наоборот, ценят ее выше и меньше выдерживаются в «вариативных» отношениях.

Не случайно среди игроков в автоматы большинство составляют мужчины, а среди жертв эмоционального и психологического абьюза больше женщин.

Понимание таких паттернов дофаминовой мотивации помогает трезво оценивать условия получения вознаграждения и защищает от ненужных зависимостей.

Кстати, если человек склонен к поиску непредсказуемых вознаграждений, в его поведении будет выше вероятность компульсий: азартные игры, рискованное инвестирование, навязчивое потребление информации. Люди, «подсаженные» на переменное вознаграждение, становятся более внушаемыми и управляемыми. В профайлинге такие паттерны можно использовать для выявления уязвимостей к манипуляциям.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Успех у шимпанзе и что это говорит о нас?

Многие, кто интересуется профайлингом, наверняка знакомы с лекциями по этологии (биологии поведения) знаменитого Роберта Сапольски. Его наблюдения и выводы о приматах до сих пор вызывают интерес, хотя сами лекции уже стали классикой.

Недавно его коллеги из Университета Эдинбурга решили проверить ряд идей на практике и отправились в национальный парк Танзании, чтобы изучить поведение самцов шимпанзе. Исследователей интересовал, казалось бы, простой вопрос: **какие личностные качества помогают шимпанзе добиться успеха в группе и оставить больше потомства?**

Результаты оказались показательными.

- 1. Агрессия и недобросовестность** — именно эти черты продемонстрировали наибольшую корреляцию с успехом у самцов. Чем более агрессивным и непредсказуемым был шимпанзе, тем выше он поднимался в иерархии и тем больше самок привлекал.
- 2. Непредсказуемость как стратегия.** Исследователи отмечают, что особенно «выигрывали» те самцы, поведение которых трудно было предугадать. Такая стратегия создавала напряжение в группе, заставляла конкурентов и подчиненных держаться настороже и снижала их шансы на успешное сопротивление.
- 3. Альтернативные модели успеха.** Интересно, что у некоторых самцов, обладающих более «положительными» качествами — заботой о потомстве, сотрудничеством, умеренностью, тоже были шансы добиться лидерства. Но, как показывают наблюдения, такие «просоциальные лидеры» почти всегда со временем теряли власть, уступая ее агрессивным конкурентам.
- 4. Эволюционная перспектива.** Исследование подтверждает тезис о том, что эволюция может поощрять деструктивное поведение, если оно эффективно в борьбе за ресурсы и размножение.

«Хулиганы» в мире шимпанзе оставляют больше генов, а значит, их стратегия закрепляется.

И, конечно, возникает неизбежный вопрос: насколько далеко мы, люди, ушли от этой модели? Мы склонны осуждать агрессию, но и в человеческих обществах нередко наблюдается, как «жесткие», конфликтные и недобросовестные личности пробиваются к власти или достигают карьерных вершин.

**Таким образом**, при анализе личности стоит помнить: агрессия и непредсказуемость могут быть инструментами достижения успеха, а не просто «негативными чертами». Это объясняет, почему в ряде организаций лидерами становятся не самые добросовестные сотрудники, а конфликтные и напористые. Однако в человеческих коллективах, в отличие от шимпанзе, социальные нормы и институты могут поддерживать «просоциальное лидерство». Поэтому задача профайлера — учитывать, в какой среде и при каких условиях агрессивные стратегии будут работать, а когда — разрушат систему.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Правда ли, что люди стали более безответственными?

Все вы скорее всего слышали о том, что раньше люди были более ответственными и дисциплинированными, а не то что сейчас. Недавно на эту тему стали говорить и в академических кругах, причем приводя некоторые доказательства в виде реальных исследований. В 2022 году психологи опубликовали интересную статью, посвященную этим наблюдениям.

Статья посвящена тому, как изменились основные личностные качества «среднестатистического» американца в период с 2014 по 2022 год. И изменения оказались весьма заметными.

Ключевым рубежом авторы работы называют пандемию коронавируса, которая стала мощным стресс-тестом для психики и социальных структур. Многие прошли мимо этих данных, но исследование заслуживает внимания хотя бы потому, что его автор — профессор Ангелина Сутин (руководитель факультета психологии во Флориде, у которой индекс Хирша — 74, что внушает уважение).

### Методология исследования

В основе работы лежат данные **Understanding America Study (UAS)** — национальной панельной выборки взрослых жителей США. В исследовании приняли участие 7109 человек, каждый из которых прошел как минимум одну оценку личности до пандемии, одну — во время нее и после нее. В общей сложности было проанализировано более 18 600 индивидуальных измерений.

Замеры проводились в три временные точки:

1. **Допандемийные периоды** (2014–2018 и 2018–2020) — базовый уровень.
2. **Начало пандемии (2020)** — период первой адаптации.
3. **Поздняя фаза пандемии (2022)** — длительная адаптация и выход из кризиса.

Для оценки использовалась модель **Большой пятерки** (нейротизм, экстраверсия, открытость, доброжелательность и добросовестность), о которой мы неоднократно писали. Все показатели стандартизировались внутри выборки.

Респонденты были разделены на три возрастные группы: до 30 лет, 30–64 года и старше 65 лет. Также учитывались пол, образование и этническая принадлежность.

### Что показали результаты?

С 2014 года по 2022 год все ключевые показатели личности снизились... кроме нейротизма. То есть:

- **нейротизм** вырос (больше тревожности, нестабильности, эмоциональной уязвимости),
- **экстраверсия, доброжелательность и добросовестность** заметно снизились,
- в старших возрастных группах изменения были менее выражены, чем у молодых и среднего возраста, но тоже в одном тренде.

Особенно впечатляет падение экстраверсии и добросовестности, которое в ряде случаев достигало 15%. Иными словами, люди стали на 15% более замкнутыми, нервными и менее ответственными.

Важно отметить: да, личностные черты естественным образом меняются с возрастом. Но этот фактор был учтен, и полученные сдвиги не объясняются возрастными изменениями.

Авторы делают жесткий вывод: **никогда прежде в истории подобных измерений не фиксировалось столь масштабного снижения общительности, ответственности и доброжелательности при одновременном росте тревожности.**

### А что насчет России?

Прямые переносы результатов на другие страны делать нельзя. Но понятно, что в России и ряде других стран пандемия наложилась еще и на дополнительные серьезные изменения, которые вряд ли

способствуют росту психологической устойчивости. Вероятно, показатели у нас могли измениться еще более резко.

**Какие выводы для профайлинга мы можем из этого сделать?**

1. **Контекст меняет личность.** Даже устойчивые личностные качества могут заметно изменяться под влиянием глобального стресса. Это значит, что в профайлинге важно учитывать не только индивидуальные особенности, но и микро- и макросреду.
2. **Сдвиг к недобросовестности и тревожности** меняет базовый уровень доверия в обществе. Это означает, что привычные модели оценки «нормативного» поведения нужно регулярно обновлять — иначе мы будем работать с устаревшими эталонами.
3. **Рост нейротизма — сигнал для анализа рисков.** Более высокая тревожность означает большую вероятность импульсивных решений, ухода в иррациональные стратегии и подверженность манипуляциям.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Окситоцин, стресс и социальные связи

Про влияние окситоцина на социальные связи слышали многие, и я уже не раз писал об этом. Его часто связывают с доверием, формированием отношений и социальным поведением в целом. Но все не так просто — давайте разберемся.

Бум популярности окситоцина как «социального» гормона пришелся на конец 2000-х и начало 2010-х годов. Это произошло после серии громких экспериментов: участники вдыхали окситоцин через нос и затем делили деньги с незнакомцами. Оказалось, что те, кто получил дозу окситоцина, были заметно более щедрыми, чем участники группы плацебо (Zak et al., 2007). Отсюда сделали вывод: именно окситоцин влияет на доверие и социальные связи. А снижение доверия в современном обществе стали объяснять интенсивными социальными изменениями: мол, для устойчивой выработки окситоцина нужна стабильная среда, а она слишком быстро меняется.

Известно, что окситоцин играет важную роль в связи между матерью и ребенком. Например, женщины с высоким уровнем этого гормона в первом триместре беременности позже проявляли больше признаков «бондинга»: разговаривали с младенцами, пели, смотрели в глаза, больше обнимали (Feldman et al., 2007). У детей с РАС назальное введение окситоцина временно повышает активность отделов мозга, связанных с обработкой социальных сигналов (Gordon et al., 2013). Казалось бы, отличный гормон — вколлот, и люди стали более доброжелательными.

Но исследования последних лет показали, что роль окситоцина гораздо сложнее. Есть данные, что его прием может провоцировать вспышки агрессии, особенно по отношению к аут-группе (Bosch & Neumann, 2012). Более того, его действие зависит не столько от внешней ситуации, сколько от внутренней «настройки» организма. Долговременное поддержание высокого уровня окситоцина может быть даже вредным для мозга (Miller, 2013). Поэтому из психопата «уколами окситоцина» не сделаешь мирного гуманиста.

Важно помнить, что значительная часть данных об окситоцине получена в экспериментах на полевках — немногих животных, которые образуют устойчивые пары и воспитывают потомство совместно. У них окситоцин сигнализирует о потребности в социальном контакте и о его получении. При стрессе полевки ищут поддержки у партнера или родителя. Если поддержки нет, стресс растет, если есть — снижается. Но если животному ввести окситоцин искусственно, уровень стресса тоже падает: организм как бы получает сигнал «ты не один, все в порядке».

Ранее реакции на стресс описывали формулой «бей, беги или замри». В 2006 году было предложено расширение: реакция «tend and befriend» — «заботься и объединяйся» (Taylor, 2006). Грызуны в стрессе либо активнее заботятся о детенышах, либо ищут поддержки у партнеров и группы. У человека действует тот же принцип: объединение повышает шансы выживания.

Известно, что у женщин высокий уровень окситоцина коррелирует не только с выраженным материнским поведением, но и с качеством отношений: его повышение фиксировали и при недостатке социальных контактов, и при конфликтных партнерских отношениях (Taylor et al., 2006). То есть окситоцин связан не только с нежностью, но и с «охраной» социальной территории. У мужчин введение окситоцина снижает уровень стресса (Heinrichs et al., 2003).

Современные исследования также показывают: социальные связи напрямую влияют на уровень окситоцина. Например, предварительные работы фиксируют, что у людей с широкой сетью контактов и большим количеством подписчиков в соцсетях концентрация окситоцина выше.

Главное здесь то, что социальные связи — не случайная «надстройка», а фундаментальная потребность. Наш организм имеет сложную биохимическую систему ее поддержки, и обмануть ее или отключить невозможно. Именно поэтому нам плохо в одиночестве, хорошо с друзьями, приятно обнимать детей или животных и комфортнее находиться рядом с кем-то, когда мы болеем или чувствуем угрозу (Baumeister & Leary, 1995).

Нужно учитывать, что сам по себе окситоцин не вызывает удовольствия, но активизирует дофаминергическую систему, связанную с «центром удовольствия». Так формируется петля: социальные связи → окситоцин → активация дофамина → чувство радости и безопасности.

Итак, во многом именно окситоцин ответственен за то, что люди в стрессе стремятся к «своим» и укрепляют внутригрупповое взаимодействие. А это, как следствие, усиливает эффект «моя группа — против их группы», что полезно учитывать при оценке конфликтного поведения. Также проявления заботы и стремления к объединению могут быть не только «мягким» поведением, но и стратегией снижения стресса. В частности к этому весьма склонны эмотивы, у которых весьма низкая стрессоустойчивость.

## **Привлекательность помогла мужской карьере даже больше, чем женской!**

Ученые из Норвегии и Польши выяснили, что симпатичная внешность оказывает значительное влияние на продвижение по карьерной лестнице (а также на получение лучшего образования) не столько для женщин, сколько для мужчин.

Принято считать, что женщины в целом больше ценят внимание к своей внешности и активнее используют ее в социальных и карьерных стратегиях. В народе часто полагают, что красивой женщине проще добиться успеха, чем менее привлекательной. Однако исследователи из Университета Осло (Норвегия) и Польской академии наук показали неожиданный результат: привлекательность оказывает более сильный эффект именно на карьеру мужчин.

В своей работе они проанализировали данные 11 583 человек из Национального лонгитюдного исследования здоровья подростков, проведенного в США. Ученые рассмотрели, как физическая привлекательность, оценку которой респонденты получали в 15 лет, повлияла на социальный успех через 20 лет — то есть на карьерный рост, уровень дохода и образовательные достижения. Результаты были опубликованы в журнале *Social Science Quarterly*.

Выводы оказались любопытными. У женщин, которых в подростковом возрасте считали привлекательными, действительно было небольшое преимущество в карьерных успехах по сравнению с менее симпатичными. Такой результат был ожидаем. Однако оказалось, что у мужчин эффект был значительно сильнее.

Те представители мужского пола, которых подростками оценили как наиболее привлекательных, добивались заметно лучших карьерных и социальных результатов, чем менее привлекательные. Они чаще получали качественное образование, занимали более престижные должности и имели значительно более высокий доход.

Несмотря на такие яркие результаты, сами исследователи советуют относиться к ним с осторожностью. Существует риск обратной причинно-следственной связи: высокий доход или социальный статус могут способст-

водить лучшему уходу за собой, что повышает субъективное восприятие привлекательности. Поэтому в этой области требуются дополнительные исследования.

**Итак,** исследование показывает, что физическая привлекательность может рассматриваться как форма негласного социального капитала. В профайлинге это важно учитывать при анализе карьерных траекторий и лидерских качеств. Для мужчин привлекательность оказывается неожиданным «ускорителем» социального роста. Поэтому, дорогие мужчины, уделяйте больше внимания тому, как вы выглядите и какое впечатление вызываете: это сильно сказывается на вашей карьере.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Лояльность и манипуляции

Сегодня о лояльности говорят очень много. Ее пытаются измерять и оценивать кадровики, специалисты по безопасности, руководители — у каждого есть свое понимание этого качества. И, по большому счету, в этом нет ничего плохого: лояльность действительно является важным моральным принципом, который принято не только демонстрировать, но и требовать в социальных и деловых отношениях.

Те, кто проявляет лояльность к своей компании, спортивной команде, религиозной организации, стране или другим группам, обычно публично почитаются (по крайней мере, среди членов их собственной группы). Ценность верности подчеркивается во всех сообществах, будь то корпоративные, политические или семейные. Люди с репутацией лояльных считаются над-

ежными сотрудниками и перспективными лидерами. Лояльность действительно способствует просоциальному поведению: побуждает помогать другим, укрепляет доверие и сотрудничество ради общих целей.

Однако у этой медали есть и обратная сторона.

### **Лояльность как инструмент манипуляции**

Примерно год назад было опубликовано исследование, посвященное восприятию лояльности сотрудника и склонности его менеджеров и руководителей к его эксплуатации.

В эксперименте 1335 менеджерам предъявляли различные профили сотрудников. В характеристиках подчеркивались те или иные качества: лояльность, честность, справедливость, либо их отсутствие. Задача участников была простой: определить, какие задачи поручить такому сотруднику, можно ли поставить его на сверхурочную работу без компенсации и как в целом они воспринимают таких людей?

Результаты получились показательными:

- Если сотрудник воспринимается как **лояльный**, то именно его чаще ставят на **сверхурочную работу без оплаты**. Иными словами, готовность подчиненного «держаться за компанию» или «делать больше нормы» автоматически воспринимается как возможность для манипуляции.
- Другие качества (честность, справедливость, ответственность) не оказывали такого влияния. Ключевым фактором выступала только **воспринимаемая руководителем лояльность сотрудника**.
- Более того, чем более «эксплуататорской» выглядела задача, тем сильнее укреплялось мнение о сотруднике как о «лояльном», если он соглашался ее выполнить.

Таким образом, парадокс: **лояльность одновременно повышает ценность сотрудника в глазах компании и делает его более уязвимым к манипуляциям.**

Таким образом, лояльность — это социальный маркер, который сигнализирует группе: «Я свой, я не пред-ам». Но именно поэтому в профессиональной среде ее часто используют как индикатор готовности к жертвам во имя организации. И если честность или компетентность не всегда дают повод для манипуляций, то лояльность напрямую связана с готовностью брать на себя дополнительное бремя.

Современные организации все чаще осознают этот риск. С одной стороны, лояльность ценится как долгосрочная приверженность компании, но с другой — она может формировать скрытую систему манипуляций: одни сотрудники становятся «рабочими лошадками», в то время как другие излишне пользуются корпоративными привилегиями, не будучи лояльными компании.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



# 7. АНАЛИТИКА И ИССЛЕДОВАНИЯ

## Виды наблюдения в профайлинге

**А**ктивное наблюдение — это один из ключевых навыков профайлера. При этом, когда мы говорим «наблюдение», важно понимать: не все так просто. Над его правилами работала целая плеяда психологов XX века, а Б.Ф. Скиннер превратил его в искусство.

**Наблюдение** – это целенаправленное, организованное и определенным образом фиксируемое восприятие исследуемого объекта.

### **Особенности метода наблюдения:**

- непосредственная связь исследователя с объектом наблюдения;
- одновременность события и его наблюдения;
- данные об объекте наблюдения получены со стороны наблюдателем;
- целостное восприятие наблюдаемой ситуации;
- зависимость данных от состояния и установок наблюдателя;

- влияние наблюдателя на объект наблюдения;
- влияние объекта наблюдения на восприятие наблюдателем его признаков и их оценку.

Научное наблюдение связано с прямым, непосредственным восприятием событий или участием в них.

Оно имеет много общего с обыденным наблюдением, как человек в повседневной жизни воспринимает происходящее, анализирует и объясняет поведение людей, связывает его с характеристиками условий деятельности, запоминает и обобщает события, очевидцем которых он становится.

#### **Отличия научного наблюдения от обыденного:**

- четко сформулированы цели и задачи, объект и предмет наблюдения;
- осуществляется по заранее продуманному плану;
- данные наблюдения фиксируются в протоколах по определенной системе;
- полученная информация подвергается контролю на обоснованность и устойчивость.

Наблюдению присущи свои особенности, преимущества и недостатки, которые необходимо учитывать при его применении.

#### **Преимущества метода наблюдения:**

- непосредственное восприятие поведения объекта наблюдения в реальном времени;
- оперативность получения информации;
- объективность, конкретность данных;
- единство эмоционального и рационального в восприятии ситуации;
- возможность точнее понять смысл поведения людей за счет идентификации с ценностями, целями объектов наблюдения.

- возможность использования опыта наблюдателя в выявлении проблемных ситуаций, гибкость исследовательских установок;
- возможности приближения объекта к условиям экспериментальной ситуации.

### **Недостатки метода наблюдения:**

- локальность наблюдаемых явлений, ограниченный характер наблюдаемой ситуации;
- невозможность повторения событий ситуации;
- трудность дифференциации и выделения признаков наблюдаемой ситуации;
- искажение естественного состояния объекта ограничивает возможности для обобщения;
- пассивность метода, его зависимость от имеющихся на момент наблюдения состояний объекта.
- ограничены возможности получения данных о целях, мотивах поведения;
- субъективность, искажение, ошибки в регистрации признаков из-за эмоций, низкой квалификации, неверных установок наблюдателя.

Наблюдение незаменимо в случаях, когда:

- необходимо исследовать естественное поведение без вмешательства извне в ситуацию,
- нужно получить целостную картину происходящего и отразить поведение индивидов во всей полноте.

### **Виды наблюдения:**

#### **Контролируемое наблюдение:**

- заранее предусматривает ситуации наблюдения и конкретные способы регистрации фактов,
- применяется в исследованиях описательного и экспериментального плана, когда исследователь знаком с изучаемым явлением.

**Неконтролируемое наблюдение:**

- применяется в исследованиях разведывательно-го плана с целью предварительного знакомства с проблемой,
- при проведении отсутствует детальный план действий наблюдателя, определены лишь самые общие черты ситуации.

Применяется на практике на начальном этапе исследования, а также совместно с другими методами сбора данных, дополняя и контролируя полученную информацию.

**Открытое наблюдение:**

- предполагает оповещение наблюдаемых о проводимом наблюдении,
- осуществляется с целью изучения психологической совместимости группы, экипажа, а также выявления лиц, склонных к отклоняющемуся поведению.

**Скрытое наблюдение** — осуществляется наблюдателем инкогнито, когда наблюдаемые не знают, что являются объектом исследования.

**Включенное наблюдение** — наблюдатель сам является членом группы, поведение которой он исследует:

- предполагает непосредственное участие наблюдателя в происходящих событиях,
- исследователь может не выделяться как наблюдатель (скрытое включенное наблюдение), осуществляя изучение данной совокупности как бы изнутри.

Включенное наблюдение не всегда используется как скрытое. Возможны и варианты включенного открытого наблюдения.

**Невключенное наблюдение:**

- осуществляется со стороны,
- наблюдатель не является участником происходящих событий.

Невключенное наблюдение может быть как скрытым, так и открытым.

**Полевое наблюдение:**

- самый распространенный вид исследования,
- протекает в естественных для наблюдаемых условиях;
- реально отражает различные стороны жизни и деятельности объекта.

При **полевых обследованиях** следует различать наблюдение:

- безучастное,
- пассивное,
- активно соучаствующее.

*Примером безучастного наблюдения может служить наблюдение на стадионе во время футбольного матча за поведением фанатов. Естественно, никто из них не подозревает о том, что их «исследуют», следовательно, процедура никак не влияет на обычное самовыражение наблюдаемых людей.*

*О том, что ведется включенное пассивное наблюдение, догадаться не так уж просто, особенно в том случае, если исследователь ведет себя непринужденно и производит впечатление просто любознательного «чужака».*

*В случае активно соучаствующего наблюдения исследователь живет вместе с группой или сообществом, которые он изучает, принимая непосредственное участие в их деятельности.*

**Лабораторное наблюдение:**

- характеризуется искусственными условиями, которые только моделируют естественные,
- исследователь сам определяет эти условия, место и время проведения наблюдения.

Преимущество лабораторного наблюдения — углубленное изучение отдельных сторон деятельности индивида.

При лабораторном наблюдении широко используются различные технические средства (фото-, кино-, видеоаппаратура, измерительные приборы).

**Систематическое наблюдение:**

- проводится регулярно с заданной периодичностью,
- осуществляется по достаточно структурированной методике с высокой степенью конкретизации всей деятельности наблюдателя, по определенному плану,
- выделяются регистрируемые особенности поведения (переменные),
- классифицирует условия внешней среды.

**Несистематическое (случайное) наблюдение:**

- обычно не планируется, является богатым источником информации,
- трудность данной разновидности наблюдения состоит в непредсказуемости, случайности возникновения событий,
- продуктивно в течение более или менее продолжительного промежутка времени.

Проводится в ходе полевого исследования и широко применяется в психологии развития, социальной психологии и др.

Важны не фиксация причинных зависимостей и строгое описание явления, а создание некоторой обо-

бщей картины поведения индивида либо группы в определенных условиях.

**Эпизодическое наблюдение** — это фиксация изучаемых явлений и событий при отсутствии четкого регламента регистрации их в определенных временных интервалах или по различным этапам их протекания.

**Одномоментное наблюдение** — фиксируется одно явление или событие, происходящее в определенном месте и в определенное время, например, осуществляемое психологом невключенное наблюдение за поведением студентов на занятии.

**Панельное наблюдение** — процесс неоднократного, протяженного во времени, проводимого через определенные интервалы, систематического и организованного наблюдения за одним и тем же объектом, с целью выявить его изменения.

**Нестандартизированное наблюдение** — изучение психологических явлений и процессов, когда определен только объект наблюдения, но не определены элементы изучаемого процесса и события, которые будут наблюдаться.

Чаще всего применяется на начальной стадии психологического исследования с целью определения проблемной ситуации.

**Стандартизированное наблюдение** — способ сбора эмпирической психологической информации, когда заранее определен не только объект и предмет исследования, но и состав элементов изучаемого процесса.

Стандартизированное наблюдение может быть использовано как основной метод сбора информации для точного описания предмета исследования и в качестве способа проверки результатов, полученных другими методами, уточнения, корректировки их.

«Сплошное» наблюдение — исследователь (или группа исследователей) фиксирует все особенности поведения, доступные для максимально подробного наблюдения.

**Выборочное наблюдение** — исследователь обращает внимание лишь на определенные параметры поведения или типы поведенческих актов.

Наблюдение может быть:

- **непосредственное;**
- **с использованием наблюдательных приборов и средств фиксации результатов** (аудио-, фото- и видеоаппаратура, особые карты наблюдения и т.д.).

Самым лучшим способом исследования поведенческих проявлений является **сплошное наблюдение**.

Лучший способ фиксации – **скрытая аудиовизуальная запись**, которую можно было бы неоднократно анализировать. Для психологической диагностики интересны все поведенческие проявления больного (и вербальные, и невербальные), имеющие диагностическую значимость.

В ходе наблюдения может фиксироваться то, что невозможно зарегистрировать никаким иным методом, а именно:

- стиль поведения,
- жесты,
- мимику,
- движения индивидов и целых групп.

Наблюдение используется в купе с другими методами сбора информации, обогащая бесстрастную статистику живым материалом восприятия.

Метод наблюдения — один из наиболее сложных и трудоемких методов исследования, предполагающий составление *программы наблюдения*.

**В программе прописываются этапы процедуры исследования методом наблюдения:**

- 1) выявляется проблемная ситуация,
- 2) определяются цели и задачи,
- 3) определяются объект наблюдения (отдельные индивиды или группа), предмет наблюдения (поведение индивида или группы), ситуации наблюдения;
- 4) выбирается способ наблюдения и регистрации данных;
- 5) строится план наблюдения (ситуации — объект — время);
- 6) выбирается метод обработки результатов;
- 7) осуществляется наблюдение согласно плану;
- 8) проводится обработка и интерпретация полученной информации.

*Для регистрации различных действий объекта наблюдения (единиц наблюдения) используются следующие документы:*

- а) **карточка наблюдения** — предназначена для регистрации признаков наблюдения в строго формализованном и, как правило, в закодированном виде;
- б) **протокол наблюдения** — предназначен для комбинированной регистрации результатов наблюдения в формализованных и неформализованных процедурах. Отражает алгоритм взаимодействия различных карточек наблюдения;
- в) **дневник наблюдателя** — предназначен для фиксации результатов наблюдения. В нем отмечаются не только сведения об объекте, но и действия исследователя в ходе наблюдения, дается оценка инструментария.

## «Шум» и «сигнал» в профайлинге

Если обобщить, то в профайлинге можно выделить две ключевые проблемы: **предвзятости** и **шум**. Все остальные сложности вторичны и решаются гораздо проще.

**Предвзятости** подробно описаны в классической книге Канемана *«Думай медленно, решай быстро»* и в моей книге *«Ловушки и иллюзии мозга»*. Почитай-те — это весьма ценные знания.

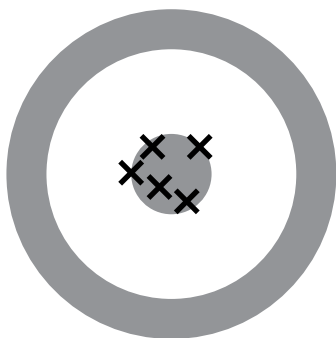
**Предвзятость** — это когда в однотипных ситуациях человек совершает одни и те же ошибки. Например, постоянно принимает гипертима за истероида.

**Шум** — это разброс в выводах, которые должны были бы совпадать. Например, вы один раз принимаете гипертима за истероида, в другой — за паранояла, а третий специалист вообще видит в нем шизоида.

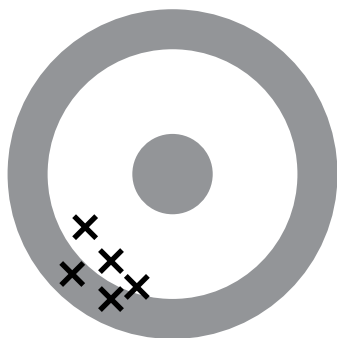
На мишенях хорошо видно, как работают ошибки восприятия и анализа.

- **Мишень А** — почти все попадания в центр. Это адекватная оценка ситуации, правильное восприятие.
- **Мишень В** — все промахи смещены в одну сторону. Это предвзятость: систематическая ошибка.
- **Мишень С** — классический шум: попадания разбросаны по всей мишени. Предвзятости нет, но результат хаотичен — от случайности или некомпетентности.
- **Мишень D** — сочетание смещения и шума: систематические промахи плюс широкий разброс.

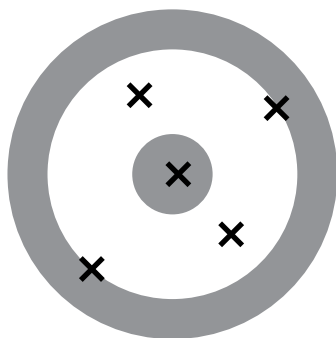
Эти мишени — хорошая метафора для наших решений: мы можем быть и предвзятыми, и подверженными шуму одновременно.



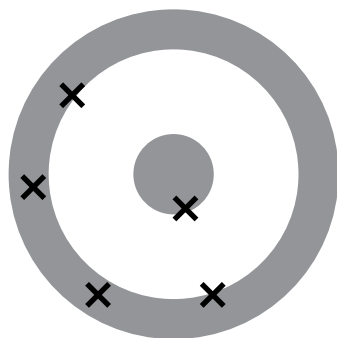
МИШЕНЬ А  
Правильные  
решения



МИШЕНЬ В  
Систематическое смещение  
(предвзятость)



МИШЕНЬ С  
Шум



МИШЕНЬ D  
Шум и смещение

## Виды шума

### 1. Уровневой шум.

В одном суде разные судьи могут быть более или менее суровыми. В экономике одни эксперты прогнозируют рост, другие — падение. Это разброс оценок одного и того же явления.

### 2. Шаблонный шум.

Даже строгий судья не одинаково строг со всеми: он может быть мягче к одним правонарушителям, но жестче к другим. Шум зависит от личных установок, опыта, ситуации.

### 3. Случайный шум.

Это противоречия внутри одного человека. Например, судья может быть мягче после победы любимой футбольной команды, обеда или после праздника. Врачи чаще назначают обезболивающие во второй половине дня, когда усталость снижает желание вникать в детали.

#### Почему возникает шум?

Человеческое мышление работает в двух режимах:

- **Быстрое** — интуитивное, автоматическое, экономит усилия, но ведет к ошибкам.
- **Медленное** — рациональное, логическое, требует ресурсов, но дает точность.

В повседневности быстрое мышление почти всегда опережает медленное. Это источник множества заблуждений и искажений.

Проблема в том, что в повседневной жизни **быстрое мышление то и дело опережает медленное**. Это чревато множеством заблуждений.

- 1) **Мы интерпретируем факты так, чтобы они совпадали с нашим мировоззрением**, а остальные данные отбрасываем. Это предвзятость подтверждения, и ее называют матерью всех ментальных ошибок.
- 2) **Мы считаем вероятным** не то, что подтверждается фактами и статистикой, а то, что **сильнее впечатляет** и, значит, быстрее приходит на ум.

Например, новости об авиакатастрофах пугают куда сильнее, чем сообщения о ДТП, тогда как последние случаются гораздо чаще, а значит, угрожают нам больше.

- 3) Анализируя новую информацию, особенно числовую, **мы склонны ориентироваться на ранее полученные сведения**, даже если они не имеют ни-

какого отношения к нынешней проблеме («эффект якоря»). Проще говоря — настрой, с которым мы воспринимаем информацию, влияет на то, как она будет истрактована.

- 4) **Мы плохо запоминаем факты**, но хорошо — истории, сплетенные из этих фактов. Чем менее противоречивы эти истории, тем лучше.

Почему началась Первая мировая война? Потому что в 1914 году в Сараеве сербский террорист застрелил наследника престола Австро-Венгрии. Разумеется, к войне привела целая цепочка факторов, но в памяти остается только сжатая история и желательно драматичная. И чем более складной она выглядит, тем больше фактов осталось «за бортом».

- 5) **В любом событии нам важно видеть причину**, даже если она выдумана. При этом мы то и дело путаем причину со следствием или принимаем за причину простое сходство.

Самым простым примером этого паттерна является фраза «**После не значит в следствии**», то есть если второе событие происходит сразу после первого, наш мозг хочет связать эти события в одну историю с помощью причины-следствия: первое событие — причина, а второе — следствие. Но это могут быть просто два никак не связанных друг с другом события.

- 6) **Мы легко поддаемся иллюзии прогноза**. Соцсети и новостные сайты полны разнообразных предсказаний: будет ли война между РФ и Украиной, насколько упадет рубль и прочее. Эксперт, который знает, что сказать по поводу завтрашнего дня, — всегда желанный гость на ТВ и в газетах. В конце концов, все мы хотим знать, что будет завтра.

Однако профессор Калифорнийского университета Филип Тетлок изучил 82361 прогноз от 284 экспертов

за 10 лет. Результат: эксперты угадывали не чаще, чем если бы варианты развития событий выбирал генератор случайных чисел. Особенно плохими предсказателями были те, кто пользовался повышенным вниманием журналистов и сулил миру разнообразные беды. Эти люди преуспели в рассказывании связных, логичных, а главное, драматических историй, а именно это и нужно СМИ. Мало кто из репортеров желал поинтересоваться, как именно они пришли к таким выводам.

### 7) Один впечатливший нас аспект может повлиять на оценку всей ситуации («эффект ореола»).

Десятки исследований показали, что красивых людей мы воспринимаем как более честных, умных, надежных. Им легче строить карьеру. Этот эффект работает и в негативном ключе: негармоничная внешность и некорректная самопрезентация может полностью обесценить остальные качества человека.

И предвзятости, и шум — это ключевые барьеры в профайлинге. Первое дает систематические ошибки, второе — хаотичный разброс суждений. Только осознанная работа с когнитивными искажениями и системами принятия решений может снизить влияние этих факторов.

## Девять принципов снижения «шума» при оценке поведения

О том, что такое шум и как он влияет на наши решения, смотрите в предыдущей главе.

В целом все причины шума сводятся к трем тезисам:

1. мы мыслим неточно, предпочитая интуицию логике;
2. мы не хотим (и не умеем) это замечать и признавать;
3. мы легко поддаемся влиянию ситуации и обстановки — и это тоже отрицаем.

Обходить эти ловушки — значит снижать количество шума. В этом помогут простые принципы, которые Даниэль Канеман и коллеги называют «ментальной гигиеной». Следовать этим принципам — все равно что мыть руки перед едой: возможно, это не позволит полностью избежать «болезни», но значительно снизит ее риск.

**Принцип 1. Если нужны эксперты — выбирайте лучших.**

Ключевые критерии: хорошие эксперты опытные, открыты новой информации и всегда готовы учиться, в том числе признавать собственные ошибки. Они не импульсивны, понимают ценность отложенной выгоды (не ориентированы на «быстрые деньги»), не религиозны в смысле фиксации на каких-то всеопределяющих идеях и стремятся к рациональному, а не эмоциональному мышлению.

**Принцип 2. Назначьте наблюдателя за принятием решений.**

Взгляд со стороны нередко честнее и всегда дает пищу для размышлений. Кроме того, легче распознать предубеждения в других, чем в себе.

Лучше, если наблюдатель будет руководствоваться списком контрольных вопросов, отражающих особенности компании или проекта. Примерные вопросы:

- Все ли альтернативы были рассмотрены? Активно ли группа искала доказательства в их пользу?
- Были ли проигнорированы «неудобные» данные?
- Не преувеличивают ли участники важность какого-то события из-за его драматичности?

**Принцип 3. Дайте слово не только людям, но и алгоритмам.**

Алгоритмы лишены недостатков быстрого эмоционального мышления. Они тоже бывают предвзяты — если обучались на предвзятых данных, — но их работу можно откорректировать. В отличие от людей, алгоритмы восприимчивы не к историям, а к фактам — и это их большой плюс.

**Принцип 4. Сообщайте эксперту только необходимую информацию.**

Лишняя информация может повлиять на суждения эксперта и сделать их пристрастными. Эксперт должен получить ровно ту и ровно столько информации, которая необходима для вынесения суждения, — но не больше. Например, если вы раскроете эксперту свое отношение к ситуации, это неминуемо сделает его более предвзятым.

**Принцип 5. Получайте независимые суждения нескольких экспертов.**

Запрашивайте мнения у нескольких экспертов, не ставя их в известность друг о друге, и предварительно проверяйте их на «экспертность». Лишь потом думайте, можно ли объединить эти суждения. Если вы собираете команду для очного обсуждения, позаботьтесь, чтобы ее участники были максимально разными по опыту: их усредненный ответ будет более взвешенным.

**Принцип 6. Обратите «эффект якоря» себе на пользу.**

— «Оцените работу стратегического отдела нашей компании в этом году по шкале от 1 до 5».

— «Оцените работу стратегического отдела нашей компании в этом году по сравнению с прошлым годом».

На второй вопрос отвечать легче: наш мозг хуже управляет абсолютными величинами, но обожает сравнения. Заменяйте суждения ранжированием, шкалы с абсолютными величинами — шкалами с относительными, отдельную оценку каждого сотрудника — сравнительной оценкой.

### **Принцип 7. Помните о регрессии к среднему.**

Имея дело с прогнозами, особенно «экстремальными», учитывайте регрессию к средним показателям. Экстремальные значения — оценки, температура, биржевая игра — недолго остаются таковыми: все довольно быстро возвращается к средним цифрам.

Например, вице-президент по продажам нанимает нового продавца, блестяще показавшего себя на собеседовании. Под впечатлением он прикидывает, что новичок принесет компании не меньше \$1 млн в первый год — вдвое больше среднего по прежним сотрудникам. Реалистичнее ожидать \$600–700 тыс., поскольку показатели стремятся к средним.

### **Принцип 8. Избегайте ярких раздражителей.**

Случайный шум порождается усталостью, голодом, цейтнотом, плохим настроением — все это делает нас нетерпеливыми. Не принимайте сложных решений на тощак или «на эмоциях». Но и эйфория мешает: лучшее состояние для решений — ровное спокойствие.

Эксперименты показывают, что люди в добром расположении духа (например, после просмотра комедии) становятся доверчивее и теряют бдительность. Доля скепсиса никогда не помешает.

### **Принцип 9. Учитывайте эффект ореола.**

Рассматривайте разные аспекты проблемы отдельно, вынося по каждому независимое суждение, и лишь

затем переходите к целостной оценке. Это помогает не стать жертвой «эффекта ореола».

Например, если студент дал верный ответ на первый вопрос, он скорее получит высокую оценку, чем если этот ответ будет последним. Первое впечатление и общее отношение к человеку делают нас необъективными.

## Темные данные в профайлинге

Темные данные — это определение, данное информации, которая не является полной, достоверной и точно относящейся к конкретной интересующей вас теме.

Понятие темных данных возникло из аналогии с другим физическим термином — темной материей. Большое количество массы Вселенной состоит из вещества, которое мы никак не можем определить, измерить и изучить... Но оно есть и, по разным данным, составляет как минимум 27% от общей массы Вселенной, а скорее всего — гораздо больше.

Темные данные ведут себя аналогично темной материи: мы не видим их, они не обнаруживаются, но оказывают существенное влияние на наши выводы, решения и поведение.

В профайлинге мы должны точно понимать, на основе информации какого качества мы принимаем решения и оцениваем ситуацию. Это один из принципиальных вопросов, на который большинство не обращают внимание.

Например, если мы оцениваем психотип человека на основе неполных, неточных и недостоверных данных, которыми мы обладаем о человеке, вероятность ошибки будет огромна.

Всего выделяют 15 типов темных данных:

**ТИП 1. Данные, о которых мы знаем, что они отсутствуют.**

Они возникают, когда мы знаем, что в данных есть пробелы, скрывающие значения, которые могли быть записаны.

При определении психотипа человека это, например, информация о том, как человек ведет себя в других контекстах, в которых мы его не видели.

**ТИП 2. Данные, о которых мы не знаем, что они отсутствуют.**

Делая вывод о человеке на основе чьего-либо мнения, мы, например, в принципе не знаем, какой информацией о нем мы не обладаем.

**ТИП 3. Выборочные данные.**

Ситуация, когда из всех имеющихся данных мы выбираем только те, которые нам выгодны и которые чаще всего подтверждают наше мнение.

Например, при анализе того, обманывает нас человек или нет, мы склонны рассматривать только те данные, которые прямо или косвенно подтверждают, что он обманывает. И скорее не обратим внимание на сигналы «честности». Иногда бывает наоборот.

**ТИП 4. Самоотбор.**

Является частным случаем предыдущего типа.

Он проявляется, когда людям дают право самостоятельно решать, что включать в базу данных для анализа, а что нет. И если не обращать внимание на правила формирования выборки, то может случиться так, что в нее попадет только то, что выгодно исследователю.

**ТИП 5. Незвестный определяющий фактор.**

Иногда критически важный аспект системы совершенно незаметен. Это может привести к установлению

ошибочных причинно-следственных связей, ведущих к дальнейшим ошибкам.

Например, при анализе поведения мужчины мы видим, что он преимущественно ведет себя истероидно. И посчитаем его истероидом. Но не обращаем внимание, что каждый раз это поведение демонстрируется в присутствии дам, что является критическим фактором ситуации.

**ТИП 6. Данные, которые могли бы существовать, или контрфактуальные данные.**

Это данные, которые мы смогли бы увидеть, если бы предприняли какие-то другие действия или наблюдали бы за происходящим при других условиях.

Пример в профайлинге: наши предположения о том, как человек вел бы себя, например, в ситуации стресса, когда мы этого не наблюдали, но делаем вывод на непроверенном предположении.

**ТИП 7. Данные, меняющиеся со временем.**

Время может скрывать данные разными путями. Данные могут перестать соответствовать точному описанию мира, одни факты перестают регистрироваться за пределами периода наблюдений, а другие — потому что изменилась их природа.

Пример в профайлинге и детекции — различное функциональное состояние организма в процессе (до, после, во время) полиграфной проверки.

**ТИП 8. Неверно определяемые данные.**

Различные определения, даже профессиональные, могут быть противоречивыми или со временем меняться.

Если мы, например, читаем метаанализ, посвященный невербальным признакам обмана, но нет уверенности, что все авторы одинаково понимают, что такое «закрытые жесты» или «строгий голос», то гарантии корректности результатов нет.

**ТИП 9. Обобщение данных.**

Обобщение по определению означает отбрасывание деталей.

Если учитывать только средние значения любого параметра, это не дает информации о диапазоне или асимметрии распределения. Среднее значение может скрывать существенные различия.

**ТИП 10. Ошибки измерения и неопределенность.**

Ошибки измерения часто приводят к неверным выводам. Мы изучаем параметры, которые нельзя измерить напрямую, и используем косвенные методы.

Пример: при измерении кожно-гальванической реакции низкое качество электрода может сильно исказить результат.

**ТИП 11. Искажения обратной связи и уловки.**

Возникают, когда собранные данные начинают влиять на процесс анализа.

Пример: если уже предполагается, что человек истероид, анализ остальных данных может стать менее объективным.

**ТИП 12. Информационная асимметрия.**

Когда один и тот же набор данных анализируют эксперты разного уровня подготовки, выводы могут существенно различаться.

**ТИП 13. Намеренно затемненные данные.**

Люди сознательно скрывают или искажают информацию.

Пример: выборочно отбрасывается часть данных для создания нужного впечатления.

**ТИП 14. Фальшивые и синтетические данные.**

Сфальсифицированные или искусственно созданные данные могут вводить в заблуждение. При этом в исследованиях симуляции и репликации данных применяются легально, но их некачественная реализация искажает выводы.

### ТИП 15. Экстраполяция за пределы данных.

Наборы данных всегда конечны. Попытки делать выводы выше максимума или ниже минимума требуют предположений или данных из других источников.

Экстраполяция на другие контексты или события имеет ограничения и требует осторожности.

## Теория игр, профайлинг и прогнозирование поведения

Я уже упоминал здесь самую известную игру из теории игр — «Дилемму заключенного» — игру, предложенную канадским математиком Альбертом Таккером. В этих играх наиболее часто встречающаяся — «доминирующая» стратегия не приводит к максимальному выигрышу. В подобных ситуациях сотрудничество игроков всегда дает больший результат, чем стратегия «обмануть», однако люди нередко избегают сотрудничества из-за отсутствия доверия или страха предательства. Что, впрочем, вполне рационально.

Напомню: понимание теории игр крайне полезно в профайлинге, потому что позволяет предсказывать наиболее вероятные и рациональные ходы человека в ситуациях конфликта или сотрудничества. По сути, такие игры ставят нас перед выбором: вести себя альтруистично или эгоистично. Несмотря на то, что многие выбирают эгоистичные стратегии, они не всегда оказываются самыми выгодными. Альтруистические стратегии также могут быть продуктивными и обладают эволюционной ценностью. Хотя могут быть и ошибкой. Доказано, что в группах (например, семьях), где процветает эгоизм, члены коллектива тратят больше ресурсов на внутренние конфликты, чем на конструк-

тивные задачи. В итоге у них остается меньше времени и сил на действительно полезную деятельность.

Например, эксперименты с императивными играми «Диктатор» и «Ультиматум» показывают, что люди редко руководствуются исключительно собственной выгодой.

**Игра «Ультиматум».** В ней участвуют двое. Первому игроку дают \$100, которые он должен разделить с соперником по своему усмотрению. Например, можно отдать \$1, оставив \$99 себе. Второй игрок может либо принять предложение, либо отклонить его. В случае отказа деньги не получает никто. С точки зрения «чистой» рациональности первый игрок должен оставить себе всю сумму, а второй — соглашаться на любую долю, ведь он все равно выигрывает больше, чем ноль.

Но в реальности все иначе. В среднем первый игрок выделяет 30-50% суммы, а второй чаще всего отклоняет предложение меньше 30%. На выбор влияют множество факторов: знакомы ли игроки между собой, их психология (психотип, возраст, интеллект, образование), социальный статус и др.

Здесь можно поставить себе практический вопрос: как бы поступили вы на месте первого игрока (сколько бы отдали?) и на месте второго (на какой минимум согласились бы)?

Почему же второй игрок часто отклоняет маленькие суммы? Он действует под влиянием эмоций: первый получает почти все, а он — лишь крохи. Это вызывает ощущение несправедливости, и человек предпочитает потерять все, но наказать «жадного» соперника.

**Игра «Диктатор».** Здесь второму игроку вовсе не дают возможности влиять на результат. Первый просто делит \$100 как хочет. Казалось бы, логично оставить все себе. Однако более половины участников готовы потратить \$10, чтобы второй даже не уз-

нал о своем участии в игре. Так они «покупают индульгенцию» и снимают чувство вины, которое возникло бы при открытом эгоистичном выборе. Парадоксально, но они предпочитают заплатить деньги третьей стороне (чтобы скрыть факт игры), вместо того чтобы просто отдать эти \$10 второму игроку.

Итак, эмоции часто перевешивают рациональность. Даже при очевидной выгоде люди могут отказаться от денег, если чувствуют несправедливость. Это ключевой момент для анализа поведения в переговорах и конфликтах. При этом мотивация не всегда линейна. Для многих важнее не выгода как таковая, а сохранение самоуважения, статуса и репутации. Это стоит учитывать при прогнозировании поведения.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Принятие решений в условиях неопределенности

Мир вокруг нас меняется быстрее, чем когда-либо. Концепции **SPOD**, **VUCA**, **BANI** и **SHIVA** — это разные модели описания того, как люди понимают неопределенность и строят стратегии поведения. От стабильности и предсказуемости середины XX века мы пришли к эпохе хрупкости, тревожности, нелинейности и непостижимости. Эти подходы помогают не только описать мир, но и понять, почему наши привычные алгоритмы принятия решений все чаще дают сбой.

После Второй мировой войны превалярующим взглядом на устройство мира была концепция **SPOD**:

- *steady* — устойчивость,
- *predictable* — предсказуемость,

- *ordinary* — простота,
- *definite* — определенность.

Геополитическая, идеологическая и экономическая ситуация в целом развивалась именно по этой модели. Такой порядок был комфортен: человеческий мозг естественным образом стремится к устойчивости, предсказуемости, простоте и определенности. Все выглядело понятным и управляемым.

Однако после глобальных перестроек 1980-1990-х годов, а вместе с ними и перестроек в общественном сознании на смену пришла концепция **VUCA-мира**.

**VUCA** — акроним от английских слов:

- *volatility* — нестабильность,
- *uncertainty* — неопределенность,
- *complexity* — сложность,
- *ambiguity* — неоднозначность.

VUCA-мир — это мир, в котором прогнозирование становится крайне трудной задачей. Ситуации меняются стремительно и непредсказуемо, поэтому невозможно выстроить точные планы — можно лишь пытаться снижать риски.

На события влияет слишком много факторов, чтобы однозначно определить, какие из них окажутся решающими. Вопрос «сигнала» и «шума» здесь принципиален: нередко невозможно понять, что является причиной, а что следствием, какие события связаны между собой, а какие просто совпадают.

Кроме того, все оказывается двойственным: то, что вчера воспринималось как хорошее, уже завтра может оказаться плохим, а привычные работающие механизмы быстро устаревают.

Согласитесь, жить в таком мире тревожно. Но, как оказалось, это было только начало.

## **VANI-мир**

В 2006 году вышла знаменитая книга Алекса Штэфана и Джамаиса Кашио «*Worldchanging: A User's Guide to the 21st Century*», предложившая новый взгляд — концепцию **VANI-мира**. В 2008 году книга вошла в число 50 самых продаваемых в мире, а ее авторы попали в топ-100 лучших мыслителей планеты. Показательно, что глобальный кризис 2008 года и восстановление после него идеально легли в рамки VANI. Однако вскоре интерес к концепции угас, и на первое место вновь вернулась парадигма VUCA. Лишь в 2020 году, во время пандемии COVID-19, к VANI снова обратились как к более точной модели происходящего.

Если VUCA описывала двусмысленность и нестабильность, то **VANI фиксирует хаос и непонимание**, а порой и принципиальную невозможность понять, как и почему возникла ситуация.

Кашио писал, что, начиная с 2000-х годов, мы все чаще сталкиваемся с условиями, которые не просто нестабильны, а хаотичны. Их исход не просто трудно предвидеть — он становится полностью непредсказуемым. То есть VUCA постепенно трансформируется в VANI.

### **VANI расширяется так:**

- **Brittle** — *хрупкий*. Сегодня ничто не является гарантией: ни слово, ни договор, ни деньги. Система существует в неустойчивом равновесии, и любой серьезный стресс может разрушить ее без надежды на восстановление.
- **Anxious** — *тревожный*. Человек испытывает страх ошибиться, поскольку любая альтернатива может оказаться неверной. Неопределенность рождает хроническую тревогу и чувство бессилия. Даже эффективные действия могут не привести

к успеху из-за системных факторов. Многие в итоге впадают в паралич решений. В выигрыше оказываются те, кто умеет игнорировать хаос и концентрироваться на узких целях.

- **Nonlinear** — *нелинейный*. Разрывается привычная связь между причиной и следствием. Последствия могут быть несоразмерно большими или, наоборот, ничтожными. Они могут проявиться мгновенно или через годы. В итоге ни в чем нельзя быть уверенным.
- **Incomprehensible** — *непостижимый*. Все чаще становится трудно отличить сигнал от шума. Попытки найти объяснение не только не помогают, но и усиливают ощущение бессилия.

### SHIVA-мир

В 2022 году психолог Марк Розин предложил еще одну модель — **SHIVA**. Она пока не получила широкого признания, но заслуживает внимания. Название символично: «Shiva» означает разрушение старого и рождение нового.

#### **SHIVA** расшифровывается так:

- **S** — **Split** (*расщепленный*): привычные схемы и шаблоны больше не работают, горизонт планирования сокращается.
- **H** — **Horrible** (*ужасный*): тревожность сопровождает повседневные решения, мешая действовать рационально.
- **I** — **Inconceivable** (*невообразимый*): прогнозы становятся сомнительными, а иногда и вовсе бессмысленными.
- **V** — **Vicious** (*беспощадный*): кризисы разрушают старый порядок, после чего мир выходит на новый виток развития.

- **A — Arising** (*возрождающийся*): после разрушений формируются новые рынки и возможности, и выигрывают те, кто быстрее адаптируется.

### Что это значит для нас?

Сегодня, пытаясь найти ответы на сложные вопросы, люди часто сталкиваются с парадоксом: чем больше информации они потребляют, тем сильнее чувство подавленности и тревоги. Информационный поток не снимает неопределенность, а лишь усугубляет ее. В результате общество и люди становятся уязвимыми и не всегда способными принимать ответственные решения и уверенно смотреть в будущее.

Именно в этом и заключается реальная тревога: неопределенность становится не просто характеристикой внешней среды, а фундаментальной частью нашей эпохи, мышления и коллективного поведения.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Мозг и выбор

Мы постоянно что-то выбираем: от того, какой кофе купить в кафе, до того, как себя повести в той или иной ситуации. Но действительно ли мы делаем этот выбор самостоятельно?

Кажется, будто чем больше у нас вариантов — тем лучше, тем мы свободнее. Разве не так?

Сегодня существуют сотни брендов автомобилей, часов, телефонов, джинсов и любых других товаров. Интересно подумать, что бы происходило, если бы все товары были безликими — без названий, лич-

ностных историй и ярких рекламных кампаний. Однако, выбрав для себя определенный бренд, наш мозг практически моментально теряет к нему критичность и начинает искать подтверждения правильности сделанного выбора.

Известно, что наличие широкого выбора имеет как минимум два негативных эффекта:

### **1. Выбор парализует сильнее, чем освобождает.**

Имея множество вариантов, людям трудно принять хоть какое-то решение. Многие готовы бесконечно откладывать его «на завтра», лишь бы не мучиться сегодня.

### **2. Даже сделанный выбор все реже приносит удовлетворение.**

Чем больше вариантов было изначально, тем меньше удовольствия мы получаем от результата, даже если он объективно хорош.

Есть три причины этого феномена:

#### **1. Иллюзия упущенной альтернативы**

При огромном ассортименте телефонов, купив один, который окажется неидеальным, легко вообразить, что другой выбор был бы лучше. Эта воображаемая альтернатива вызывает сожаление и уменьшает удовлетворение, даже если выбор был удачным.

#### **2. Стоимость упущенных возможностей**

Дэн Гилберт писал: «То, насколько мы ценим вещи, зависит от того, с чем мы их сравниваем». При большом числе альтернатив легко представить привлекательные стороны отвергнутых вариантов, что снижает удовлетворенность. Когда мы выбираем что-то одно, мы автоматически отказываемся от всего остального, а у каждого «остального» есть своя притягательность.

### 3. Рост ожиданий

Чем больше вариантов, тем выше ожидания, что выбранный вариант будет идеальным. На практике он редко соответствует этим завышенным ожиданиям. Рост возможностей приводит к росту разочарования.

Можно подумать, что раньше, когда выбор был ограничен, людям жилось проще. Причина в том, что у них сохранялась возможность быть приятно удивленными. Сегодня же мы скорее надеемся, что выбранный вариант хотя бы оправдает завышенные ожидания.

Еще один фактор — **ответственность**. Если при большом выборе человек останавливается на неудачном варианте, винить некого, кроме себя. Это усиливает внутреннее напряжение и снижает удовлетворенность.

Вывод прост: чтобы принимать максимально взвешенные решения, стоит ограничивать число рассматриваемых альтернатив. Сосредоточенность на нескольких вариантах помогает снизить когнитивную перегрузку, уменьшить вероятность сожаления и облегчить выбор.

**В целом поведение в условиях выбора — отличный диагностический маркер.** Наблюдение за тем, как человек справляется с множеством альтернатив (откладывает, импульсивно выбирает, рационализирует), может многое сказать о его стиле мышления, уровне самоконтроля и стрессоустойчивости.

## Интеллект и возраст: уроки сиэтлского лонгитюдного исследования

В начале 2025 года в профессиональных чатах обсуждали результаты знаменитого «Сиэтлского лонгитюдного исследования», которые, хотя и были опубликованы еще в прошлом году, массово разошлись именно сейчас.

Это масштабное исследование когнитивных функций человека (упрощенно — составных элементов интеллекта), которое длилось 42 года. Для психологии это редкий срок: подобные проекты позволяют отследить не только моментальные срезы, но и долгосрочную динамику развития интеллекта и характера.

Запустил такое исследование американский психолог Уорнер Шайе, посвятивший всю карьеру изучению влияния возраста на умственные способности и личностные черты. Первый замер он сделал в 1956 году, последний — в 1998-м. Впоследствии проводились дополнительные измерения среди оставшихся участников, которых правда со временем становилось все меньше.

Главная ценность исследования в том, что оно велось с одними и теми же людьми. Такой **лонгитюдный подход** считается более валидным, чем поперечный, когда сравниваются показатели разных возрастных групп в один момент времени.

Шайе прожил долгую жизнь и ушел в феврале этого года в возрасте 94 лет. Его последняя публикация с командой стала итогом многолетнего труда.

#### **Основные результаты исследования:**

- **С 25 лет стабильно снижается лишь один когнитивный показатель** — умение считать. Все остальные навыки могут расти вплоть до 55 лет, но после этого возраста их рост полностью прекращается.
- **Пик умственных возможностей приходится на 39 лет.** Это касается скорости восприятия, способности рассуждать, пространственной ориентации и понимания речи.

- **После 60 лет когнитивные навыки начинают снижаться.** Особенно заметно падает беглость рассуждений и скорость обработки информации. Восприятие устной речи устойчиво держится дольше, но после 74 лет также резко ухудшается.
- **Характер тоже меняется:** после 53 лет растет раздражительность, но одновременно увеличивается способность к кооперации. С возрастом сильно снижается экстраверсия.

### Поколенческие различия:

Исследование показало, что за последние 100 лет человечество в среднем стало умнее:

- лучше рассуждает,
- быстрее ориентируется в пространстве,
- эффективнее понимает вербальную информацию.

Однако наблюдаются и противоречивые тенденции:

- **Пик вербальных навыков** пришелся на поколение бэби-бумеров.
- **Лучше всего считали** те, кто родился в 1920-е годы.
- **Беглость речи** оказалась парадоксальной: рожденные в 1889 году демонстрировали выдающиеся результаты, а только к 1970-м годам показатели вернулись на уровень конца XIX века.

Для правильных выводов в профайлинге при анализе поведения важно учитывать когнитивные изменения. Оценка мышления и решений человека должна быть контекстуализирована возрастом. То, что в 30 лет выглядит нормой, в 70 лет может быть объективным следствием возрастной динамики.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Моральное лицензирование или «лицензия на нарушение»

Случалось ли вам делать что-то хорошее, полезное для себя или для других, а потом с чистой совестью позволять себе противоположные действия?

Например: бросить курить, а спустя какое-то время снова закурить, оправдывая поступок «пользой», уже принесенной организму за период воздержания. Начать активно заниматься спортом, но периодически пропускать тренировки, считая, что это не страшно. Сесть на диету и через какое-то время «оторваться» на торте поздним вечером. Выполнить сложный проект на работе и затем позволить себе полностью расслабиться, даже если объективно времени на отдых нет.

Такой эффект называется **моральным лицензированием**. Это психологический механизм, при котором после морально положительных поступков люди становятся более склонными к аморальным действиям, считая, что теперь «заслужили» подобное поведение.

**Исследования** (Mazar & Zhong, 2010) показывают: люди, совершившие публичные добрые дела, в дальнейшем нередко ведут себя более эгоистично, рискованно и даже лживо по сравнению с периодами, когда их «хорошие» поступки никто не видел.

Почему? Потому что мы предпочитаем иметь позитивный образ себя, но поддержание этого образа требует усилий. Жизнь полна этических дилемм и конфликтов интересов. Поэтому, совершив что-то «плохое», мы стремимся компенсировать это добрыми поступками. И наоборот — сделав много хорошего, мы можем ослабить внутренний контроль и перестать задумываться о последствиях.

Любопытно, что даже **планирование** «добрых дел» способно давать ту же самую «лицензию» на нарушение. Так, человек, собирающийся на тренировку, чаще съест что-то вредное еще до занятия (Fishbach & Dhar, 2005). А участники экспериментов, заявившие о намерении пожертвовать деньги на благотворительность, позже вели себя менее честно и чаще лгали (Sachdeva, Piev & Medin, 2009).

В организациях моральное лицензирование проявляется в межличностных конфликтах, снижении качества работы и даже в оправдании мелких нарушений:

- «Я был слишком добр ко всем, теперь могу позволить себе резкость».
- «Я принес компании столько прибыли, что ничего страшного, если заберу домой пачку бумаги».
- «Я три месяца не пил, значит, сегодня могу позволить себе выпить — и завтра прийти позже».
- «Я много лет помогал руководителю, теперь имею право...»

Фактически моральное лицензирование похоже на **психологическую индульгенцию**: сделав что-то хорошее, человек внутренне «покупает» себе право на поступки с негативной социальной окраской.

Поэтому важно помнить: если кто-то ведет себя исключительно порядочно и добродетельно, это еще не значит, что он не способен действовать противоположным образом. Возможно, вы просто не видели другой стороны его поведения.

**Итак, поведение человека не линейно**: демонстрация моральности сегодня не гарантирует аналогичного поведения завтра. В профайлинге важно учитывать динамику, а не только разовые проявления. А **наблюдение за компенсационными паттернами** (например, чрезмерная демонстрация «добродетельности») помога-

ет предсказывать вероятность скрытых или будущих отклоняющихся действий.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Влияние стиля воспитания в детстве на характер во взрослом возрасте

В конце апреля 2025 года в АРА опубликовали масштабное лонгитюдное исследование о влиянии воспитания на личностные качества детей во взрослом возрасте. Расскажу о нем подробнее — тема, безусловно, актуальная.

Черты личности — открытость опыту, добросовестность, экстраверсия, доброжелательность и нейротизм — являются мощными предикторами успешности в образовании, профессиональной деятельности, экономическом статусе, а также общего здоровья и благополучия (об этом я писал ранее).

Кроме своей прогностической значимости, личностные черты интересны исследователям и практикам еще и потому, что считаются относительно поддающимися изменениям — особенно по сравнению с когнитивными способностями. Их можно формировать под влиянием среды и целенаправленных вмешательств, то есть их можно осознанно корректировать: об этом мы уже писали.

### Родительство и теории влияния воспитания

В науке существуют две противоположные концепции:

#### 1. Гипотеза устойчивости воздействия воспитания

Согласно этой точке зрения, влияние родительского поведения в детстве сохраняется на протяжении всей

жизни. То есть стиль воспитания неминуемо отражается на личности человека. Долгосрочных подтверждений этой гипотезы немного, но и исследовательский опыт, и жизненные наблюдения показывают ее состоятельность.

## 2. Гипотеза ограниченности эффекта

Согласно этой гипотезе, влияние воспитания постепенно «затухает». Со временем именно среда начинает диктовать условия, и личность подстраивается под них, теряя исходное «воспитательное наследие». Здесь считается, что воспитание в пределах нормы (при отсутствии явных негативных воздействий со стороны родителей) не оказывает долговременного влияния на черты личности: все определяют генетика и внешний контекст.

Обе позиции имеют свою доказательную базу.

Чтобы определить, насколько родительское воспитание влияет на личностные черты, то есть на характер человека во взрослом возрасте, группа исследователей провела масштабное исследование близнецов.

Ученые изучали **монозиготных (однояйцевых) близнецов**, которые воспитывались в одной семье, но получали различный опыт родительского отношения. Такой подход особенно надежен: у МЗ-близнецов идентичный генетический набор и схожая среда, поэтому различия могут объясняться только особенностями родительского отношения (например, к одному ребенку отношение более теплое, к другому — более прохладное).

В исследовании приняли участие **2232 британских монозиготных близнеца** — выборка впечатляющая. Наблюдения велись от рождения до 18 лет, что делает исследование уникальным по масштабу и продолжительности.

Матерей близнецов просили описать свое отношение к детям в возрасте 5 и 10 лет. Оценивалась материнская теплота: ее фиксировали по видеозаписям и голосу, анализируя тон, непосредственность, проявления эмпатии. Оценку проводили не только исследователи, но и независимые эксперты, не знакомые с целями исследования, родителями и детьми. Использовалась шестибальная шкала, где более высокие показатели соответствовали большей теплоте и вовлеченности.

Когда детям исполнилось 18 лет, их личностные черты оценивали уже сторонние наблюдатели и члены семьи. Вновь эксперты не были осведомлены о деталях исследования. Измерения проводились по пяти ключевым параметрам Большой пятерки: открытость опыту, добросовестность, экстраверсия, доброжелательность и нейротизм.

### Какие результаты были получены?

**В общей выборке было выявлено, что более высокая материнская теплота в детстве связана с более высокими уровнями открытости опыту ( $\beta = 0,23$ ), добросовестности ( $\beta = 0,26$ ), доброжелательности ( $\beta = 0,18$ ) и экстраверсии ( $\beta = 0,12$ ), а также с более низким уровнем нейротизма ( $\beta = -0,08$ ) в возрасте 18 лет. Все эти связи были статистически значимыми ( $p < 0,01$ ).**

### Анализ внутри пар близнецов

**При сравнении близнецов внутри пар, особенно монозиготных, были обнаружены следующие результаты:**

- **Открытость опыту:** разница между близнецами составляла  $\beta = 0,10$  (95% ДИ: 0,01-0,19).

**Что это значит:** Если один из близнецов получает от матери больше теплоты, чем другой, то он, скорее всего,

будет немного более открытым к новому опыту (например, более любознательным, креативным, восприимчивым к новым идеям).

Число 0,10 показывает, что влияние есть, но оно небольшое (по шкале эффектов — это слабая, но статистически значимая связь).

Доверительный интервал от 0,01 до 0,19 говорит о том, что эффект действительно существует и маловероятно, что он равен нулю (все значения в интервале — положительные).

- **Добросовестность:**  $\beta = 0,13$  (95% ДИ: 0,04-0,22).

**Добросовестность включает такие качества, как организованность, самодисциплина, надежность.**

$\beta = 0,13$  — немного более сильная связь, чем для открытости.

**Это значит:** чем больше тепла проявляла мать к одному из близнецов, тем выше у него склонность к ответственности и организованности в 18 лет по сравнению с его братом или сестрой.

Доверительный интервал (0,04-0,22) подтверждает, что эффект устойчив и статистически значим.

- **Доброжелательность:**  $\beta = 0,13$  (95% ДИ: 0,03-0,23).

**Доброжелательность включает сочувствие, щедрость, склонность к сотрудничеству.**

$\beta = 0,13$  — как и в предыдущем случае, небольшое, но стабильное влияние.

**Это значит:** ребенок, к которому мать была теплее, вырастает чуть более доброжелательным, чем его близнец.

Интервал (0,03-0,23) снова подтверждает достоверность результата.

**Для экстраверсии и нейротизма значимых различий между близнецами не обнаружено.**

Эти результаты подтверждают, что различия в материнской теплоте, даже внутри одной семьи и при оди-

наковом генетическом фоне, могут влиять на развитие определенных личностных черт.

### **Почему это важно?**

Обычно исследования не могут уверенно утверждать, что воспитание влияет на личность, потому что дети в одной семье также разделяют гены и общее окружение. Но сравнение между близнецами, особенно монозиготными (однойцевыми), позволяет контролировать генетику и многие внешние факторы. Поэтому разница между ними с высокой вероятностью обусловлена именно стилем родительского отношения.

**То есть теперь мы точно знаем, что стиль родительского воспитания оказывает длительное влияние на характер ребенка и его эффект не затухает как минимум к 18 годам.**

**В профайлинге важно понимать биографию исследуемого как важный ключ к его личности и учитывать стиль его раннего воспитания: он способен объяснить черты личности, которые не всегда объясняются генетикой или средой.**

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## **Нейротехнологии и «мозг победителя»**

Недавно ученые обнаружили в префронтальной коре мозга мышей область, отвечающую за так называемый «эффект победителя» — влияние прошлых побед на вероятность одержать победу в будущем. Стимуляция этой зоны повышала успех грызунов в тестах на социальное доминирование, а подавление активности, напротив, делало их склонными к поражению. Результаты исследования были опубликованы в журнале *Science*.

## Социальное доминирование у животных

Когда речь идет о таком абстрактном понятии, как доминирование, важно договориться об определениях. В исследованиях на животных социальное доминирование понимается как склонность побеждать в социальных соревнованиях: учитываются и сами победы, и потенциал к их повторению. Для проверки этого применяются разные тесты.

Один из них — «warm spot test»: часть клетки делают холодной, оставляя лишь одно теплое место. Животным предлагают конкурировать за него, и победителем считается тот, кто дольше всех удерживает участок. В рассматриваемом эксперименте использовался другой метод — «tube test». В прозрачную трубку с двух сторон запускали двух самцов и наблюдали за их поведением: они могли ничего не предпринимать, толкать соперника, сопротивляться или отступить. Победителем признавалась мышь, сумевшая вытолкнуть противника из трубки.

## Эффект победителя

Ученые заметили закономерность: история прошлых побед предсказывала будущие успехи. Более того, если мыши помогали выиграть состязание искусственно, вероятность их дальнейших побед возрастала даже без внешнего вмешательства. Это означает, что не только сила или агрессивность, но и сам опыт побед формирует склонность к доминированию.

Регистрация активности нейронов показала: чем более активно работали клетки в дорсомедиальной префронтальной коре (dmPFC, включающей прелимбическую кору и переднюю часть передней поясной коры — aACC), тем энергичнее мышь вела себя в «tube test» — чаще инициировала толчки, дольше сопротивлялась сопернику.

Оптогенетическая активация этой области резко увеличивала вероятность победы, а ее торможение давало противоположный результат.

### **Биологические основы**

Возникает ключевой вопрос: где именно в мозге хранится «память» о прошлых победах? Оказалось, что эффект победителя связан с прочностью связей между медиодорзальным таламусом (MDT) и dmPFC. Победы усиливали эти проекции, поражения — ослабляли. В дальнейшем при повторных испытаниях именно активность аксонов из MDT делала префронтальную кору более «боевой».

Когда исследователи усиливали или, наоборот, ослабляли эти связи с помощью оптогенетики, вероятность победы в «tube test» соответственно возрастала или снижалась.

Особенно впечатляли результаты искусственной активации: вероятность победить даже доминировавшего ранее соперника доходила до 90%. При этом сила мышц, уровень тревожности или агрессивности не изменялись. Менялось только одно — животные прикладывали больше усилий в состязании: активнее толкали соперника и настойчивее сопротивлялись.

### **Что это значит для человека?**

Конечно, напрямую переносить результаты с грызунов на людей пока нельзя. Но стремительное развитие нейроинтерфейсов и методов вмешательства в работу мозга подталкивает к размышлениям: возможно ли однажды управлять «эффектом победителя» и у человека?

Ведь если у животных достаточно активации определенных нейронных цепей, чтобы пробудить настойчивость и повысить вероятность успеха, то что это мо-

жет значить для человеческой психологии и будущих нейротехнологий? Можно ли будет «включать» мотивацию, усиливать уверенность или корректировать склонность к пораженческому поведению? Вопросов здесь больше, чем ответов.

Так или иначе, эксперимент открывает новые горизонты для исследований — как в области фундаментальной нейробиологии, так и в прикладных сферах, связанных с поведением, лидерством и социальной динамикой.

**Нам же важно помнить, что опыт побед и поражений формирует поведенческие стратегии.** В профайлинге важно учитывать не только текущие качества человека, но и его историю успехов и неудач: они могут предсказывать реакцию в будущих стрессовых или конкурентных ситуациях. И довольно часто победы определяются не физическими ресурсами, а готовностью прикладывать больше усилий для достижения результата. Для анализа личности это значит, что наблюдаемая энергия и устойчивость к давлению иногда важнее объективных возможностей.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Умственные усилия и негативные эмоции: новые доказательства

Ученые-когнитивисты из Голландии проверили гипотезу, известную как «закон меньшей работы мозга» (law of less work). Согласно этому предположению, человек склонен минимизировать усилия, особенно умственные. Мы прикладываем усилия «стратегически»:

только тогда, когда рассчитываем на достойное вознаграждение. В противном случае (если вознаграждение не предполагается, а впереди лишь напряжение) люди испытывают нечто вроде отвращения или даже когнитивной «боли».

Важно, что речь идет не только о материальном вознаграждении. Нередко для людей мотивацией становятся нематериальные стимулы — признание, статус, новые отношения, социальные впечатления. При этом часть исследователей допускает, что умственные усилия могут восприниматься как приятные — например, у людей с высокой потребностью в познании. Но до недавнего времени надежных эмпирических доказательств не было, хотя публикаций на эту тему существовало много.

Чтобы проверить гипотезу, группа ученых провела метаанализ. Они обратились к онлайн-базе Scopus и выбрали статьи, опубликованные с 2015 по 2020 год, где использовался NASA-TLX — стандартный опросник Национального управления по авиации и исследованию космического пространства (США) для измерения когнитивной нагрузки. Это универсальный инструмент, применяемый в самых разных областях: от медицины и авиации до математики и психологии. Поиск дал 5061 документ. Для чистоты анализа рассматривались исследования с участием здоровых людей, выполнявших одну конкретную задачу.

«Сегодня NASA-TLX применяется во множестве научных дисциплин. Мы смогли изучить умственные усилия и отрицательные эмоции у представителей разных профессий и культур: американских врачей, индийских летчиков, японских студентов и других. Поскольку объем исследований огромен, мы включили только недавние статьи. Наша гипотеза заключалась в том, что

когнитивные усилия должны быть связаны с отрицательными эмоциями. При этом мы допускали, что сила связи может различаться в зависимости от задач и групп населения», — пояснили авторы.

Результат подтвердил гипотезу: умственная деятельность действительно связана с отвращением. При выполнении различных задач в разных группах населения отрицательный аффект увеличивался в среднем на 0,85 пункта с ростом когнитивной нагрузки.

Даже после проверки альтернативных объяснений — например, что и негативный аффект, и умственные усилия могут быть вызваны общей третьей причиной — моделирование показало ту же картину: чем больше нагрузка, тем сильнее негативные эмоции.

На результаты не повлияли ни возраст, ни пол, ни образование, ни длительность задачи, ни обстановка, ни наличие других людей рядом. Однако региональные различия все же выявились: жители Европы и Северной Америки испытывали большее отвращение от умственной нагрузки, чем респонденты из Азии.

Вывод ученых однозначен: связь между когнитивными усилиями и негативным аффектом универсальна, хотя ее сила может различаться по культурам.

### **Какие можно сделать практические выводы:**

1. Не заставляйте людей напрягаться без понятной и ценной для них мотивации.
2. Если мотивация не осознана, обучение и развитие воспринимаются как тяжелая мука.
3. Если необходимость умственных усилий неизбежна, адаптируйте подачу через ведущие эмоции и ценности человека.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Профайлинг в соцсетях и выборы... папы римского

Интересный кейс по предсказательной аналитике в соцсетях сейчас активно обсуждается в специализированных форумах. Он связан с прогнозированием того, кого и как избрали Папой Римским.

После смерти Папы Франциска 7 мая 2025 года открылся Конклав, и уже 8 мая был выбран новый понтифик — Лев XIV (настоящее имя — Роберт Фрэнсис Прево).

Трое социологов еще до выборов, проанализировав социальные сети всех кардиналов и доступные открытые источники, смогли правильно предсказать результат. Причем они не ограничились догадками, а разработали полноценный математический аппарат, на основе которого сделали свои выводы.

Новизна исследования заключалась в выделении трех ключевых критериев, определяющих «влиятельность» кардинала в церковной сети:

1. **Статус**, измеряемый через *центральность собственного вектора*. Он отражает не просто количество связей, а их качество: связь с самыми влиятельными фигурами.
2. **Информационный контроль**, оцениваемый с помощью *центральности по межузлам*. Это позволяет выявить тех, кто играет роль мостов между разными группами, а не просто опорных точек.
3. **Способность создавать коалиции**, рассчитанная по составному индексу, объединяющему:
  - кластеризацию (насколько кардинал встроен в сплоченную группу, основанную на доверии),

- прямое влияние (количество и значимость прямых связей),
- стратегическую роль (позиция социального моста, позволяющая объединять разные группы и усиливать коалиционный потенциал).

После того как исследователи оценили эти параметры по цифровым следам и связям в соцсетях, они добавили дополнительные коэффициенты — возраст, политический контекст и биографические данные каждого кандидата. В итоге был сформирован скоринг-лист, и победителем оказался тот, кто объективно обладал наибольшим совокупным потенциалом, новый понтифик — Лев XIV.

Таким образом, исследование продемонстрировало, что анализ социальных сетей может эффективно предсказывать исход даже столь закрытых и традиционных процессов, как выборы Папы Римского. Профайлинг в цифровых коммуникациях работает — и работает весьма результативно. **Социальные сети — отличный инструмент прогнозирования.** Даже элитарные и закрытые структуры оставляют цифровые следы, которые можно использовать для выявления скрытых центров влияния.

**Кстати, представленная модель применима и к другим контекстам.** Алгоритмы анализа сетей были адаптированы к корпоративной среде, политике или безопасности и уже используются для выявления неформальных лидеров, коалиций и теневых связей.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Использование искусственного интеллекта в профайлинге и детекции лжи. Психодиагностические боты

В последние годы искусственный интеллект всё глубже проникает в сферы, которые еще недавно считались «исключительно человеческими». Одной из таких областей стала психодиагностика и детекция лжи — ключевые направления современного профайлинга. Машины уже умеют распознавать эмоции, анализировать речь, отслеживать микродвижения лица и даже интерпретировать текст с психологических позиций.

Но насколько это приближает нас к пониманию правды и лжи, а не уводит в сторону статистической иллюзии точности?

### **Зачем профайлингу искусственный интеллект?**

Психодиагностика всегда была попыткой «оцифровать» психику — систематизировать поведение, эмоции и мышление. Искусственный интеллект (ИИ) логично продолжает этот путь, предлагая невероятную вычислительную мощь и способность находить закономерности там, где человеческий глаз видит лишь хаос.

ИИ умеет работать с тысячами микросигналов одновременно — мимикой, голосом, лексикой, паузами, ритмом речи, жестами и пр. Он способен анализировать многослойные данные (видео, аудио, текст) и обнаруживать скрытые паттерны, которые человек интуитивно ощущает, но не может формализовать. Для профайлера это — шанс сделать наблюдение воспроизводимым, а интерпретацию — количественной.

## Как ИИ используется сегодня?

Наиболее активно искусственный интеллект применяется в четырёх направлениях: анализ лица, речи, текста и мультимодальное объединение данных.

### 1. Анализ лицевых экспрессий и микродвижений.

Системы вроде *FaceReader*, *OpenFace*, *Affectiva* и *EmotionNet* выделяют базовые и микровыражения, определяя эмоциональные состояния и уровень напряжения. В лабораторных условиях такие модели показывают точность до 85–90 %, фиксируя даже кратковременные микросигналы, связанные с обманом или стрессом.

### 2. Анализ речи и голоса.

Технологии вроде *Whisper*, *wav2vec* или *DeepSpector* изучают не содержание, а паралингвистику — тембр, темп, паузы, вариативность тона. Исследования показывают, что изменение частоты и амплитуды голоса, а также микропаузирование часто коррелируют с когнитивной нагрузкой, тревогой или намерением скрыть информацию.

### 3. Лингвистический анализ текста.

Инструменты типа *LIWC* и большие языковые модели (*GPT-4/5*, *Claude*, *Gemini*) позволяют выявлять признаки неискренности по словоупотреблению, эмоциональной окраске, модальности и структуре высказываний. Метаанализы показывают, что обман чаще сопровождается снижением количества личных местоимений, конкретных деталей и повышением числа модальных конструкций («может быть», «вроде», «кажется»). Таких паттернов около 50-ти и все их машина может определять за секунды.

#### 4. Мультимодальные системы.

Самое перспективное направление — объединение видео, аудио и текста. Такие модели, как *DOLOS*, *MDPE*, *Mu3D*, *ADDR*, *BoLD*, позволяют анализировать поведение в динамике, сочетая визуальные, акустические и лингвистические признаки. Это шаг к созданию систем, способных интерпретировать поведение в контексте — то есть не просто фиксировать эмоцию, а понимать, **почему** она возникла.

#### Достижения и технологические прорывы

Современные алгоритмы достигли впечатляющей точности в контролируемых условиях. Развитие трансферного обучения позволило моделям адаптироваться к новым задачам без переобучения с нуля, а рост открытых датасетов сделал исследования более воспроизводимыми.

Появились первые гибридные системы, комбинирующие компьютерное зрение, NLP и психометрические маркеры: университетские проекты вроде *DeceptionNet* и *TruthSeeker AI*, а также коммерческие решения *SilentTalker*, *EyeDetect*, *Converus*, используемые в кадровой и пограничной службах.

Благодаря большим языковым моделям ИИ теперь способен анализировать не только сигналы обмана, но и сложные поведенческие паттерны — например, моральные дилеммы, эмоциональные сценарии или особенности принятия решений под стрессом.

#### Проблемы и риски

Тем не менее, ИИ в профайлинге и детекции лжи сталкивается с серьёзными ограничениями.

Во-первых, **этические и правовые риски**. Сбор, хранение и обработка биометрических и психических дан-

ных требуют строгого регулирования и прозрачности. В противном случае эти технологии становятся инструментом наблюдения, а не понимания.

Во-вторых, **отсутствие универсальных маркеров обмана**. Поведенческие признаки лжи зависят от культуры, личности, мотивации и контекста. Один человек лжёт, глядя в глаза, другой — отводя взгляд; один краснеет от тревоги, другой — от гнева. Машине пока трудно учитывать такую многомерность.

В-третьих, **проблема обобщаемости**. Модель, обученная на одном наборе данных, может давать сбои на других: человек — слишком вариативен, а обман — слишком контекстуален.

В-четвёртых, **смещение эмоций и когнитивных состояний**. Стресс не равен лжи, а тревога не означает скрытность. Машины часто фиксируют «сигналы активации», ошибочно интерпретируя их как признаки обмана.

И, наконец, **опасность псевдонаучной уверенности**. Высокие показатели точности в отчётах по машинному обучению могут создать иллюзию объективности. Но психология остаётся вероятностной наукой, где контекст и интерпретация решают больше, чем цифры.

### Тенденции ближайших лет

Сегодня фокус смещается от распознавания эмоций к анализу психических состояний: внимания, вовлечённости, когнитивной нагрузки, уровня искренности. Появляются **персонализированные модели**, которые учитывают индивидуальный «поведенческий базлайн» человека — его обычные реакции, жесты, речевой темп.

Активно развивается **объяснимый ИИ (Explainable AI, XAI)** — чтобы психолог и эксперт понимали, по-

чему система сделала тот или иной вывод. Это критически важно для интеграции ИИ в реальную практику HR, безопасности и медицины.

На горизонте — создание стандартов «AI-психодиагностики», где автоматический анализ сочетается с экспертной верификацией. Машина обнаруживает паттерны, а человек придаёт им смысл.

ИИ уже изменил саму логику профайлинга — от интуитивного наблюдения к системному анализу поведения. Он позволяет видеть больше, но не понимать лучше без участия человека.

Главная тенденция ближайших лет — **синергия психолога и алгоритма**, где искусственный интеллект становится партнёром в анализе, а не заменой специалиста. Машина измеряет — человек интерпретирует. И только их взаимодействие способно приблизить нас к истинному пониманию того, что стоит за словами, мимикой и паузой.

Мы вместе с моей командой создали универсальный психодиагностический бот, который способен выдавать качественную аналитику на основе загруженного в него контента: фотографий человека, его голоса и текстов. По нашим наблюдениям и мнениям авторитетных коллег и профессионалов, его точность превышает 90%, особенно, если использовать мультимодальный анализ: то есть просить его проанализировать человека не только на основе его внешности (фото), но и текстов и голоса. Одномодальный анализ тоже неплох, но по понятной причине уступает мультимодальному.

Бот — прекрасный помощник для оперативной психодиагностике, за минуту выдающий свой анализ о человеке на 6 страниц текста даже по одной фотографии (но подчеркну, - что это неидеальное его использование). Лучше использовать мультимодальный анализ).

Он описывает: полный личностный профиль, основные черты характера человека, темперамент, ключевые характеристики эмоциональной сферы, уровень дисциплинированности и профессиональные компетенции. Подробно расписывает коммуникативные особенности, стиль общения, стратегии социальной адаптации, уровень лидерских качеств, дает рекомендации по переговорам. Важно, что помимо прочего, он определяет стили мышления, творческий потенциал, скорость принятия решений, ключевые потребности и мотивацию, жизненные цели и ценности, уровень эго и амбиций. Также описывает стратегии принятия решений, поведения в группе, уровень стрессоустойчивости и в итоге дает полный SWOT-анализ по человеку. Сама аналитика занимает около 6-ти страниц плотного текста.

Протестировать и использовать наш бот в телеграме можно по этому коду, там же есть инструкция, как им пользоваться.



# 8. ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА

## Как связаны интеллект и морально-этические ценности?

Правда ли то, что интеллектуалы более «развращены», или наоборот — являются образцом морали?

Часто можно услышать мнение, что более умные люди обладают «просвещенной» моралью. Есть и противоположное мнение — что, мол, «месье знает толк в извращениях».

Новое комплексное исследование дает на этот вопрос неожиданный и статистически подтвержденный ответ. Оно опубликовано в июле 2025 г.

Ученые из Эдинбургского университета провели два независимых исследования с участием 1320 взрослых британцев. Их задача заключалась в том, чтобы понять: как связаны когнитивные способности человека и его моральные убеждения.

**Измерение интеллекта.** Использовалась батарея тестов ICAR (International Cognitive Ability Resource):

1. Логические ряды (словесные и числовые последовательности).
2. Визуальные матрицы (по аналогии с тестом Равена).
3. Вербальные задачи на рассуждение.

**Измерение морали.** Применялся опросник, основанный на теории моральных оснований Джонатана Хайдта.

Несколько слов о ней — она весьма интересна. Хайдт утверждает: у людей есть врожденные, эволюционно обусловленные «интуиции», которые затем формируются культурой и опытом. Он выделяет пять базовых оснований.

### 1. Care/Harm (Забота/Вред).

Сострадание, забота о других, защита слабых, предотвращение страданий.

*Пример:* осуждение жестокости, поддержка благотворительности, помощь нуждающимся.

### 2. Fairness/Cheating (Справедливость/Мошенничество).

Честность, равенство, соблюдение правил и честных обменов.

*Пример:* негатив к несправедливым сделкам, возмущение коррупцией.

Эти два основания формируют **индивидуализирующую мораль**: они направлены на защиту прав и благополучия индивидов в противовес обществам.

### 3. Loyalty/Betrayal (Лояльность/Предательство).

Преданность группе, патриотизм, защита «своих».

*Пример:* уважение к национальным символам, осуждение измены.

### 4. Authority/Subversion (Авторитет/Неповиновение).

Уважение к традициям, иерархии, установленным лидерам.

*Пример:* почтение к старшим, поддержка государственных институтов.

### 5. Sanctity/Degradation (Чистота/Порча).

Святость, чистота тела и духа, неприятие «оскверненного».

*Пример:* отвращение к загрязнениям, сексуальным табу, религиозным нарушениям.

Эти три основания формируют **коллективистскую мораль**, укрепляющую группы и общества.

Итак, это было о модели моральных оснований Хайдта. **Теперь вернемся к исследованию.**

Его результаты получились устойчивыми и воспроизводимыми в обеих выборках.

- Люди с более высокими когнитивными способностями демонстрируют **слабую поддержку всех пяти моральных оснований**.
- Это касается как индивидуализирующих (забота, справедливость), так и коллективистских (лояльность, авторитет, чистота).
- Эффект сохраняется при контроле пола, возраста, национальности и других факторов.

### **Цифры:**

- Корреляция между интеллектом и коллективистскими основаниями (лояльность, авторитет, чистота):
  - $\beta = -0,24$  (группа 1),
  - $\beta = -0,25$  (группа 2).
- Корреляция между интеллектом и индивидуализирующими основаниями (забота, справедливость):
  - $\beta = -0,19$  (группа 1),
  - $\beta = -0,18$  (группа 2).

Это статистически значимые, но умеренные обратные корреляции.

То есть чем выше интеллект — тем слабее выражены общепринятые моральные установки.

### Как это объясняется?

1. Более **высокий интеллект связан с аналитическим стилем мышления**, что может приводить к «подавлению» интуитивных моральных реакций.
2. Люди с высокими когнитивными способностями скорее **видят больше нюансов и меньше склонны следовать фиксированным моральным установкам**.
3. Это касается как традиционных ценностей (лояльность, авторитет), так и универалистских (забота, справедливость).

### Что это не значит?

- Это не означает, что умные люди «менее моральны». Скорее, они менее привержены фиксированным моральным догмам.
- Это не значит, что интеллект связан с антисоциальностью или аморальностью.

Таким образом, когда вы взаимодействуете с умным человеком, то понимайте, что они могут действовать «вне шаблонов» и опираться на гибкие моральные интерпретации.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Валидность методов оценки персонала

В конце 2023 года вышло интересное сравнение мета-анализов валидности отбора кандидатов при трудоустройстве.

Исследователей интересовало, что лучше предсказывает эффективность отбора: результат испытательного срока, центр оценки, тесты интеллекта или оценка организованности? Ответ лежит в показателях валидности разных методов оценки персонала.

Каждый провайдер показывает валидность своих инструментов на базе собственных исследований. Метаанализ объединяет в себе много разных исследований — дает «среднюю температуру по больнице», помогая понять, например, какова валидность тестов интеллекта в целом, по сравнению с другими методами.

В сфере оценки персонала периодически появляются новые метаанализы, которые дополняют или корректируют результаты прежних. Поэтому важно обновлять данные и ориентироваться на самые последние данные.

### **1. Schmidt & Hunter, 1998: классический метаанализ**

Статья Шмидта и Хантера — самый известный метаанализ показателей валидности методов оценки, в котором собраны данные за 85 лет. Статью цитировали тысячи раз в разных исследованиях, и если вы видите какие-то цифры по валидности методов отбора, то, скорее всего, они взяты из этой статьи.

Для 1998 года работа, с одной стороны, не может не вызывать определенное восхищение и уважение. С другой, возникает вопрос — насколько это исследование, опубликованное 25 лет назад, актуально сейчас?

### **2. Schmidt, Oh & Shaffer, 2016: немного странное обновление классического метаанализа.**

Шмидт (его соавтор Джон Хантер умер в 2002) задумал обновить свое исследование, применить новые подходы к поправкам и пополнить его более свежими цифрами. На мой взгляд, из-за использования новых статистических методов для вычисления поправки к корреляции полученные значения валидности в этом исследовании выглядят неправдоподобно высокими.

### **3. Sackett et al., 2022: новый метаанализ**

Некоторые исследователи также посчитали, что полученные значения в этих двух метаанализах являются неоправданно завышенными. В 2022 году вышла новая

статья, в которой авторы пересмотрели значения валидности, полученные Шмидтом и Хантером в 1998-м, — все значения в новом исследовании оказались ниже. Основной вывод этой статьи: методы отбора полезны, но их валидность не так высока, как считалось ранее.

#### 4. Sackett et al., 2023: корректировки

В 2023 году авторы написали вторую статью с ответами на вопросы к первой. В свежей статье они дополнительно пересчитали некоторые показатели с учетом новых данных. В таблице привожу данные статей за 2022 и 2023 годы.

Собрав всю информацию воедино, мы можем взглянуть на данные из трех метаанализов вместе. В таблице вы увидите значения валидности всех процедур оценки в разных статьях. Но для принятия решений ориентируйтесь на самую правую колонку.

| Процедура отбора                          | Валидность в метаанализах |                              |                       |                       |
|---|---------------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | Schmidt & Hunter (1998)   | Schmidt, Oh & Shaffer (2016) | Sackett et al. (2022) | Sackett et al. (2023) |
| Задания, имитирующие рабочую деятельность | 0,54                      | 0,33                         | 0,33                  | 0,33                  |
| Тесты интеллекта                          | 0,51                      | 0,65                         | 0,31                  | 0,23                  |
| Структурированное интервью                | 0,51                      | 0,58                         | 0,42                  | 0,42                  |
| Оценка коллег                             | 0,49                      | 0,49                         |                       |                       |
| Тесты профессиональных знаний             | 0,48                      | 0,48                         | 0,40                  | 0,40                  |
| Поведенческая оценка опыта и обучения     | 0,45                      | 0,45                         |                       |                       |
| Испытательный срок/стажировка             | 0,44                      | 0,44                         |                       |                       |
| Тесты благонадежности                     | 0,41                      | 0,46                         | 0,31                  | 0,31                  |

Продолжение табл.

| Процедура отбора   | Валидность в метаанализах |                              |                       |                       |
|--|---------------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | Schmidt & Hunter (1998)   | Schmidt, Oh & Shaffer (2016) | Sackett et al. (2022) | Sackett et al. (2023) |
| Неструктурированное интервью                               | 0,38                      | 0,58                         | 0,19                  | 0,19                  |
| Центр оценки (ассесмент-центр)                             | 0,37                      | 0,36                         | 0,29                  | 0,33                  |
| Биографический опросник (эмпирически подобранные критерии) | 0,35                      | 0,35                         | 0,38                  | 0,38                  |
| Добросовестность   | 0,31                      | 0,22                         | 0,19                  | 0,19                  |
| Запрос отзыва с прошлых мест работы                        | 0,26                      | 0,26                         |                       |                       |
| Опыт работы  | 0,18                      | 0,16                         | 0,07                  | 0,07                  |
| Бальная оценка опыта и обучения                            | 0,11                      | 0,11                         |                       |                       |
| Интересы   | 0,10                      | 0,31                         | 0,24                  | 0,24                  |
| Длительность обучения                                      | 0,10                      | 0,10                         |                       |                       |
| Графология   | 0,02                      | 0,02                         |                       |                       |
| Возраст  | -0,01                     | 0,00                         |                       |                       |
| Эмоциональный интеллект (способность)                      |                           | 0,23                         | 0,22                  | 0,22                  |
| Доброжелательность (в контексте работы)                    |                           |                              | 0,19                  | 0,19                  |
| Доброжелательность   |                           | 0,08                         | 0,10                  | 0,10                  |
| Добросовестность (в контексте работы)                      |                           |                              | 0,25                  | 0,25                  |
| Эмоциональная стабильность (в контексте работы)            |                           |                              | 0,23                  | 0,23                  |
| Эмоциональная стабильность                                 |                           | 0,12                         | 0,09                  | 0,09                  |

Окончание табл.

| Процедура отбора  | Валидность в метаанализах |                              |                       |                       |
|---|---------------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | Schmidt & Hunter (1998)   | Schmidt, Oh & Shaffer (2016) | Sackett et al. (2022) | Sackett et al. (2023) |
| Экстраверсия (в контексте работы)                           |                           |                              | 0,21                  | 0,21                  |
| Экстраверсия  |                           | 0,09                         | 0,10                  | 0,10                  |
| Открытость опыту (в контексте работы)                       |                           |                              | 0,12                  | 0,12                  |
| Открытость опыту  |                           | 0,04                         | 0,05                  | 0,05                  |
| Соответствие личности должности (Person-Job Fit)            |                           | 0,18                         |                       |                       |
| Соответствие личности организации (Person-Organization Fit) |                           | 0,13                         |                       |                       |
| Эмоциональный интеллект (как личностная черта)              |                           | 0,32                         | 0,30                  | 0,30                  |
| Интервью по телефону (структурированное)                    |                           | 0,46                         |                       |                       |
| Биографический опросник (рационально подобранные критерии)  |                           |                              | 0,22                  | 0,22                  |
| Кейс-тесты (поведение, «как бы вы поступили»)               |                           | 0,26                         | 0,26                  | 0,29                  |
| Кейс-тесты (знания, «как правильно поступить»)              |                           | 0,26                         | 0,26                  | 0,29                  |

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Деструкторы российского менеджмента

В 2023 году опубликована аналитика по деструкторам российского менеджмента, оцененным на основе их опросника ЭКОПСИ-консалтинг. Выборка исследования — 8034 человека из 61 организации. Мне она показалась интересной.

Деструкторы — это некоторые личностные особенности человека, которые развиты на слишком высоком уровне и поэтому снижают его эффективность и качество взаимодействия. Далее в тексте они выделены жирным.

Некоторые выдержки из аналитики:

1. Чем выше уровень должности (от специалистов до топов), тем сильнее выражены такие деструкторы, как грубость [к другим людям] и критичность к себе. Корреляции с уровнем должности у этих шкал — 0,17 и 0,15. По всей видимости, повышенный уровень ответственности предполагает более жесткое отношение и к себе, и к другим людям. И наоборот, на более низких уровнях должности выражены пессимизм (в нашем опроснике это близко к депрессивности) и необязательность. Корреляции -0,14 и -0,11.
2. Совершенно особый профиль деструкторов у российских средних менеджеров. Есть деструкторы, которые растут с уровнем должности, достигают максимального значения у средних менеджеров, а потом снижаются. Это настороженность, сверхнормативность и конформность, излишняя осторожность в постановке задач. В общем, чтобы стать «миддлом», нужно быть осторожным во всех смыслах и научиться играть по правилам, в том числе корпоративно-социальным. А что-

бы двигаться дальше, к топам, — нужно показывать уже другие качества, например, рисковость. Именно по деструктору «рисковость» топы отличаются от всех остальных менеджеров (64-й перцентиль против среднего перцентилья 52 у менеджеров остальных уровней). Также у топов немного сильнее выражен деструктор «импульсивность» (57-й перцентиль против 51). По всей видимости, чтобы стать топом, нужно позволять себе выказывать эмоции. Или, наоборот, став топом, можно позволить себе большую эмоциональную открытость.

3. При сравнении деструкторов мужчин и женщин получаются два совершенно разных профиля:
  - У мужчин более выражены настороженность (59 у мужчин / 46 у женщин), расчетливость (54 / 42), жесткость (56 / 48), критичность к себе (72 / 50).
  - У женщин более выражены непрактичность (как непостоянство в действиях и интерес к эксцентричным идеям, 52 балла у женщин / 44 у мужчин), эмоциональность (57 / 44), нехватка упорства (59 / 46), безынициативность (57 / 45).
4. А что с женщинами-топами? Их в выборке мало — 4%. Но один деструктор значительно отличается женщин-топов от мужчин-топов. Это независимость (как исключительно самостоятельное принятие решений, без включения других людей) — 74 балла у женщин против 54 у мужчин. Видимо, женщинам приходится активнее доказывать «свое место под солнцем», чтобы дойти до верха, и для этого нужно проявлять больше самостоятельности.

## 5. Корреляции с возрастом:

- Положительно с возрастом коррелирует сверхнормативность (0,28). Взрослея, мы становимся более «форматными».
- Отрицательно с возрастом коррелируют эгоизм (-0,21), рисковость (-0,19) и непрактичность (-0,18).

В целом профиль деструкторов у менеджеров разного уровня показывает, что карьерный рост в России требует смены поведенческих стратегий: от осторожности и конформности на среднем уровне — к рисковости и большей эмоциональной открытости на высшем.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Перфекционизм и эффективность работы

Многие рекрутеры считают перфекционизм важным фактором результативности и эффективности в работе и нередко при прочих равных рекомендуют кандидата с большей ориентацией на перфекционизм. Недавно, кстати, эту тему поднимали на большой конференции журнала *Штам*, но с негативной коннотацией: мол, перфекционизм существенно усиливает риски профессионального выгорания.

В 2018 году вышел большой метаанализ по изучению перфекционизма, который подробно исследовал эти и другие факторы. Само исследование проводили в 2016-2017 годах на общей выборке в 8 000 человек.

Исследователи выделили два вида перфекционизма:

- **Позитивный перфекционизм** — стремление соответствовать собственным высоким стандартам работы.

- **Негативный перфекционизм** — опасение не соответствовать чужим высоким стандартам.

В целом метаанализ показывает, что перфекционизм не связан напрямую с рабочей результативностью. Сотрудники, стремящиеся достичь «идеального» результата, не показывают более высоких показателей по сравнению со своими коллегами. Однако важно не смешивать позитивный перфекционизм и амбициозность.

- **Перфекционизм** — это стремление к безупречному результату (и недовольство даже хорошим итогом).
- **Амбициозность** — стремление достигать целей высокого уровня (по масштабу влияния, статусу, новизне).

И если перфекционизм не коррелирует с рабочей успешностью, то амбициозность, наоборот, положительно связана с ней (Judge & Kammeyer-Mueller, 2012).

Тем не менее позитивный перфекционизм коррелирует с вовлеченностью и мотивированностью. Негативный же — с трудоголизмом и выгоранием.

### **Как использовать результаты исследования на практике:**

1. Аккуратно использовать перфекционизм в качестве критерия оценки. Ищите проявления позитивного перфекционизма.
2. Учитывать, что кандидаты с негативным перфекционизмом более склонны к выгоранию и падению вовлеченности.
3. Для практики различение позитивного и негативного перфекционизма удобно проводить по локусу оценки (внутреннему или внешнему):
  - «Что для вас успех?» — «Когда шеф высоко оценит мои результаты работы» → внешний локус.

- «Когда я сам чувствую удовлетворенность от проделанной работы» → внутренний локус.

Другие детали метаанализа можно посмотреть на картинке: высокие корреляции выделены зеленым, отрицательные — красным, близкие к нулю остались без цвета.

Итак, получается, что **негативный перфекционизм маскируется под трудолюбие**. В профайлинге важно учитывать, что за показной усердностью может скрываться высокая тревожность и склонность к саморазрушительным стратегиям. При этом **амбициозность и перфекционизм — разные драйверы**. Для прогноза долгосрочной эффективности кандидата более информативно выявлять амбициозность, а не перфекционизм.

| Внешний критерий       | Позитивный перфекционизм | Негативный перфекционизм |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Результативность       | 0,07                     | -0,04                    |
| Мотивация к работе     | 0,38                     | 0,04                     |
| Трудоголизм            | 0,16                     | 0,56                     |
| Вовлеченность в работу | 0,35                     | -0,19                    |
| Вгорание               | 0,08                     | 0,34                     |

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Нарциссизм и эффективность CEO

В последнее время в чатах и форумах часто говорят о **негативном влиянии нарциссизма на принятие управленческих решений**. Да и вообще — нарциссизм штука интересная, давайте разбираться.

**Интересное исследование 2022 года, когда уже и еще Трамп не был президентом: «Обоюдоострый меч» нарциссизма генеральных директоров компаний.**

Статья представляет метаанализ, исследующий связи между нарциссизмом генеральных директоров (СЕО) и результативностью компаний. Автор предполагает, что нарциссизм СЕО оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на результаты компании.

Также автор высказывает гипотезу, которую обосновывает в ходе исследования, что **нарциссов назначают СЕО во многом из-за склонности к инновационному мышлению:** данных об этом в литературе достаточно. Однако нарциссизм помимо прочего имеет и другие особенности.

Руководители-нарциссы склонны к завышенной самооценке, что приводит к **недооценке рисков и переоценке собственных возможностей.** Такие СЕО чаще вовлекаются в сомнительные сделки, **связаны с большими юридическими и финансовыми рисками, коррупцией и мошенничеством.** Также нарциссы имеют склонность к чрезмерно авторитарным решениям, игнорированию особенностей корпоративной культуры компании. Негативный эффект усиливается в долгосрочной перспективе: влияют **репутационные потери, рост текучести команды,** высокие издержки на исправление стратегических ошибок.

**Методология исследования:**

Анализ охватывает **68 исследований из 20 стран (2011–2022), объединяющих 73 независимых выборки и более 20 000 наблюдений.** Применена процедура MASEM (meta-analytical structural equation modeling), позволяющая выявить как прямые, так и опосредованные связи.

**Нарциссизм CEO измерялся с помощью:**

- индекса Чаттерджи и Хэмбрика (Chatterjee & Hambrick Index) — размер фото CEO в отчетах, частота «я», уровень компенсаций и т.д.;
- опросников NPI (Narcissistic Personality Inventory);
- сторонней оценки видеозаписей.

**Инновации включали** ввод новых продуктов, число патентов, долю R&D, уровень предпринимательской и инновационной ориентации.

**Результативность фирмы** оценивалась через ROA, ROE, другие рыночные показатели.

**Результаты исследования:**

- **Прямая связь между CEO-нарциссизмом и результативностью компании есть, но не особо значима:**  $r = 0.01$  ( $p = 0.700$ ). Нарциссы реально приводят компанию чуть к лучшим результатам.
- **Связь между нарциссизмом и инновациями положительна и значима:**  $r = 0.09$  ( $p = 0.003$ ). Но не сильно.
- **Инновации положительно влияют на результативность:**  $r = 0.16$  ( $p < 0.001$ ).
- **Опосредованное влияние CEO-нарциссизма на эффективность компании через инновации — положительное:**  $\beta = 0.015$  ( $p < 0.001$ ). Но не сильно.

**Интересно, что мужчины-нарциссы сильнее стимулируют инновации, но наносят больше прямого и опосредованного вреда. Женщины — наоборот.**

В итоге автор приходит к выводу, что в странах с высокой менеджерской свободой, (индекс по Hofstede, Gelfand, Botero и OECD. Например, — США, Канада, UK) CEO-нарциссы чаще внедряют инновации (повышенная автономия и риск-толерантность позволяют), но их поведение при этом становится гораздо более де-

структивным, что сводит на нет положительный инновационный эффект.

**То есть нарциссизм генерального директора — это палка о двух концах.** С одной стороны, он может стимулировать инновации и приносить пользу компании; с другой — приводить к действиям, наносящим вред и сводящим на нет все свое положительное влияние через инновации.

**Таким образом, когда вы встречаете СЕО-нарцисса,** его конечно интересно послушать: он будет вам рассказывать про новые идеи, инновации, про то, что кругом все идиоты. Но понимайте, что одно дело рассказывать, а другое — реализовывать. И вот в реализации всех этих рассказов нарциссизм и мешает. Для этого необходима планомерная, спокойная, взвешенная работа, что у нарциссов не получается.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Кадровая оценка и компьютерные игры

Тема геймифицированного ассесмента — оценки персонала — сегодня активно развивается и растет. В частности, многие крупные корпорации создают у себя внутренние решения и используют их на практике. На рынке уже существуют десятки известных игроков, которые разрабатывают специальные ассесмент-игры. По большей части они англоязычные (Biworldwide, Hravatar, VisualDNA, KnackApp, Revelian и другие), но в последние 2–3 года активно развиваются и российские.

Сейчас особенно быстро растет сфера игровых видео-симуляций в ассесменте. Суть такова: под каждый

бизнес пишется игровая компьютерная симуляция, в которой проектная команда развивает тот или иной бизнес-юнит.

Например, финансистам ставится задача развивать небольшой банк в рамках компьютерной симуляции. Формируются несколько команд, которые фактически играют в конкурентную компьютерную игру, посвященную развитию банка. Деятельность каждой команды оценивается компьютером автоматически по заранее известным KPI. Побеждает та команда, которая ближе всех приблизилась к KPI. В ходе ассессмента становится возможной оценка большого количества компетенций: от профессиональных знаний до лидерства, работы в команде, принятия решений и действий в условиях неопределенности и стресса.

При этом коммерческие, готовые видеоигры для оценки персонала используются довольно редко. В частности, известная игра *Civilization*, в которую, по собственному признанию, с ранней школы играет Марк Цукерберг.

За последние несколько лет было обнаружено, что некоторые видеоигры указывают на навыки, выходящие за пределы чисто игровых, включая профессиональные и цифровые компетенции. Поэтому Petter et al. (2018) призвал соискателей делиться своим игровым опытом в резюме и на собеседованиях, а работодателей — использовать видеоигры для отбора или тестирования кандидатов.

Среди таких игр:

- **Тактические** (*Use Your Brainz, Plants vs. Zombies 2*) можно использовать для оценки навыка решения проблем (Shute et al. 2009, 2016, 2019).
- **Многопользовательские массовые онлайн-игры** (*EVE Online, Chevaliers' Romance III*) — для оценки

лидерского поведения и коммуникативного стиля (Lisk et al. 2012; Lu et al. 2014).

- **Шутеры от первого лица** (*Counter-Strike*) — для оценки творческих способностей (Wright et al. 2002).
- **Многопользовательские онлайн-боевые арены** (*League of Legends, DOTA 2*) и **игры-гололомки** (*Big Brain Academy*) — для оценки интеллектуального уровня (Kokkinakis et al. 2017; Quiroga et al. 2009, 2016).
- **Minecraft** — для оценки навыков планирования и управления проектами (Nebel et al. 2016).
- **Совместные игры** (*Halo 4*) доказательно способствуют сплочению команды (Keith et al. 2018).

И таких примеров можно привести много.

В прошлом году было проведено пусть и небольшое по числу участников, но масштабное по метрикам исследование, посвященное игре *Civilization V*.

Используя стратегическую игру *Civilization*, исследователи изучали, являются ли стратегические видеоигры показателем управленческих навыков, и если да, то каких именно. В контролируемых лабораторных условиях сорок студентов-бизнесменов сыграли в *Civilization* и приняли участие в серии оценочных упражнений.

Результаты показали: студенты, получившие высокие баллы в игре, обладали лучшими навыками, связанными с решением проблем, организацией и планированием, чем их менее успешные коллеги. Кроме того, предварительный анализ внутриигровых данных, включая взаимодействия игроков и сообщения в чате, позволяет предположить, что стратегические игры, такие как *Civilization*, могут использоваться для более точной и целостной «скрытой оценки», включая оценку личности.

**Геймифицированный ассесмент снижает стресс** кандидатов, так как напоминает игру, а не экзамен и поэтому позволяет увидеть более естественное поведение. **Видеоигры позволяют собирать скрытые метрики** — стиль коммуникации, устойчивость к стрессу, уровень креативности, что трудно выявить традиционными методами. **Встраивание игр в HR-процессы** может повысить точность оценки компетенций: лидерство, стратегическое мышление, работа в команде выявляются естественнее, чем в классических тестах.

# 9. КРИМИНАЛИСТИКА И ПАТОЛОГИЯ

## Виды расстройств мышления

**О**сенью и весной традиционно увеличивается количество психических обострений. Не только по своему опыту работы в психиатрии, но и по статистике я знаю, что наибольшая заполняемость психиатрических лечебных отделений — двадцатые числа сентября и апреля. В эти числа происходят обострения большого количества хронических психических заболеваний: от неврозов и психопатий до шизофрении и алкоголизма.

Есть несколько общепринятых классификаций нарушений мышления. Вот одна из них, постулирующая, что нарушения мышления бывают по признаку ассоциативности и содержанию. Нарушения мышления — важнейший признак психиатрической патологии, часто требующий серьезного лечения и вмешательства психиатров. Будьте внимательны и заботливы друг к другу.

### I. НАРУШЕНИЯ АССОЦИАТИВНОГО ПРОЦЕССА

**1. УСКОРЕНИЕ** выражается в ускоренном течении ассоциативных процессов: мысли очень быстро

сменяют друг друга, их так много, что человек, несмотря на очень быструю («пулеметную») речь, все-таки не успевает их высказывать. Внешне такая речь может напоминать шизофазию (разорванную речь), однако если ее записать, то потом можно найти в ней определенный смысл, чего нет при шизофазии.

Для патологически ускоренного течения ассоциативных процессов характерна также отвлекаемость: мышление человека становится поверхностным, склонным к моментальному переключению; все, что попадает в поле зрения такого человека, тут же привлекает его внимание, занимает его мысли, дает новое направление его идеям. Крайняя степень отвлекаемости выражается в **СКАЧКЕ ИДЕЙ** (*fuga idearum*), когда мысли, молниеносно сменяя друг друга, переключаются с одного предмета на другой так быстро, что уже трудно бывает уловить в них какой-нибудь общий смысл. Может быть внезапный обрыв хода мысли или длительная задержка мыслительного процесса — так называемые **ШПЕРРУНГИ** (от нем. *Sperrung* — заграждение, баррикадирование).

**2. ЗАМЕДЛЕНИЕ** характеризуется бедностью ассоциаций, замедленным течением ассоциативного процесса, заторможенностью. Человек с таким явлением жалуется, что у него «часами не бывает в голове никаких мыслей», «ничего не приходит в голову». На вопросы он обычно отвечает очень лаконично, односложно, иногда только словами «да» или «нет», часто после очень долгой паузы, когда у спрашивающего уже может создаться впечатление, что человек не расслышал или не понял вопроса. Сам человек в таком состоянии говорить не начинает, ни к кому и ни за чем не обращается.

**3. ПАТОЛОГИЧЕСКАЯ ОБСТОЯТЕЛЬНОСТЬ** заключается в чрезвычайной вязкости, тугоподвижности мыслительных процессов. Человеку очень трудно переключиться с одной темы на другую, он застревает на самых незначительных деталях, ему все кажется важным, нужным — каждая мелочь, каждый штрих. Он не может выделить главного, основного, существенного.

Патологическая обстоятельность мышления характеризуется очень малой продуктивностью, подчас же вообще непонятно, что человек хотел сказать, какой смысл имела его длинная витиеватая речь (**лабиринтное мышление**).

**4. ПЕРСЕВЕРАЦИЯ** — патологическое застревание, задержка на одних и тех же представлениях, что клинически выражается в повторении (иногда очень длительном) одних и тех же фраз или слов. Чаще всего человек может правильно ответить только на первый вопрос, а затем уже однообразно повторяет тот же ответ или части его.

**5. ВЕРБИГЕРАЦИЯ** — речевая стереотипия: бессмысленное, нередко ритмическое повторение одних и тех же слов, реже — фраз или их обрывков.

**6. ПАРАЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ** характеризуется отсутствием логической связи; выводы, которые делает человек в таких случаях, не только не закономерны, но и часто совершенно нелепы: «Я заболела шизофренией, потому что в детстве мало ела манной каши» или «Я хочу спать, а потому научите меня, пожалуйста, музыке».

**7. РЕЗОНЕРСТВО** — склонность к пустым рассуждениям, когда, как говорят, «очень много слов и мало мыслей». Такое мышление характеризуется бесплодностью, отсутствием конкретности и целе-

направленности: «Вы видите, как это важно, мне бы хотелось сказать и отметить, что это очень важно, важность значительная, это надо отметить, вы же не будете думать, что это не важно».

**8. РАЗОРВАННОСТЬ (ШИЗОФАЗИЯ)** выражается в отсутствии связи между отдельными мыслями или даже отдельными словами. Речь человека может быть совершенно непонятной, лишенной всякого смысла, и поэтому ее нередко называют словесной крошкой или словесным салатом.

Паралогичное мышление, резонерство и разорванность наиболее характерны для шизофрении.

**9. БЕССВЯЗНОСТЬ (ИНКОГЕРЕНТНОСТЬ)** характеризуется полной хаотичностью, бессмысленностью мышления: речь состоит из набора отдельных слов, никак между собой не связанных: «Чудо, чудо... жили-были... ах, как холодно... день, пень, лень... до свидания...»

Инкогерентность внешне может напоминать разорванное мышление, но главное отличие в том, что разорванное мышление возникает на фоне ясного сознания, а инкогерентность — всегда следствие помрачения сознания.

**10. СИМВОЛИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ.** Символика свойственна и нормальному мышлению тогда, когда она отражает общепринятые идеи, взгляды, связана с той или иной реальностью (например, символика гербов, математических знаков, наконец, рисунков в виде сердца, пронзенного стрелой). При патологическом символизме (свойственном главным образом больным шизофренией) эта патология мышления сугубо индивидуальна и непонятна окружающим. Эта символика может касаться как отдельных слов, понятий, так и все-

го строя мышления в целом. Человек может воспринимать символически и речь окружающих.

Человек с символическим мышлением может придавать особый смысл самым обыденным вещам: «желтый цвет обоев — значит, здесь живут ненадежные, склонные к изменам люди»; слова «хороший аппетит» говорят о том, что этот человек «сживет со света всех ему неугодных». При выраженных изменениях мышления речь человека может состоять из одних ему понятных символов, в том числе и неологизмов (употребление новых, ни на что не похожих словообразований: человек при выражении удовольствия говорит «блюм-блям», а при недовольстве чем-то — «пури-прури»).

## II. РАССТРОЙСТВА МЫШЛЕНИЯ ПО СОДЕРЖАНИЮ

**1. БРЕДОВЫЕ ИДЕИ (бред)** — неправильные умозаключения, ошибочные суждения, ложная убежденность. От обычных человеческих заблуждений (например, от суеверия — убежденности в существовании ведьм, колдунов, «нечистой силы») или от неправильного предположения о недоброжелательном отношении окружающих бред отличается следующим:

— Всегда возникает на болезненной основе, это всегда симптом болезни.

— Человек полностью убежден в достоверности своих ошибочных идей.

— Бред не поддается никакой коррекции, никакому разубеждению со стороны.

— Бредовые убеждения имеют для человека чрезвычайную значимость, так или иначе они влияют на его поведение, определяют его поступки.

Просто заблуждающийся человек (например, в силу недостатка знаний или особенностей воспитания верящий в «нечистую силу») при настойчивом разубеждении может отказаться от своих заблуждений, равно как и человек, по тем или иным причинам думающий о плохом к нему отношении окружающих. Если же это бред — допустим, бред околдования или бред преследования, — то никакими доводами, никакими фактическими доказательствами этого человека разубедить не удастся. Пока он болен, он непоколебимо будет верить в то, что «испорчен нечистой силой» или что окружающие его «жестоко преследуют».

По клиническому содержанию (по теме бреда) все бредовые идеи с известной долей схематизма можно разделить на три большие группы: **бредовые идеи преследования, бредовые идеи величия и бредовые идеи самоуничужения (депрессивный бред)**.

У одного и того же человека может быть либо одна бредовая идея, либо сразу несколько (например, одновременное существование бреда величия и преследования). Кроме того, один вид бредовых идей может переходить в другой (так называемая трансформация бреда).

**2. СВЕРХЦЕННЫЕ ИДЕИ (гиперквантивалентные идеи)** — мысли, возникающие в связи с какими-то действительными фактами или событиями, но приобретающие для человека особую значимость, определяющие все его поведение. Характеризуются большой эмоциональной насыщенностью, выраженным эмоциональным подкреплением.

Сверхценные идеи собственной исключительности могут возникать и по поводу чрезвычайно переоцениваемых способностей: музыкальных, вокальных,

писательских. Может переоцениваться и собственная склонность к научной деятельности, изобретательству, реформаторству. Возможны сверхценные идеи физического недостатка или недоброжелательного отношения. То же может касаться и сутяжничества (кверулянтства) — склонности к бесконечным жалобам, рассылаемым во всевозможные инстанции, причем число этих инстанций все возрастает, так как в конечном итоге каждая инстанция, куда вначале жаловался такой сутяга, не признавшая его «правоты», сама становится объектом очередной жалобы.

Весьма распространены сверхценные идеи об особом предназначении, судьбе, мессианстве, особой уникальности не только конкретных людей и групп, но и даже религий и наций. Сверхценные идеи особенно характерны для психопатических личностей.

Сверхценные идеи могут наблюдаться и у психически здоровых (например, преданность человека какой-либо научной идее, ради торжества которой он готов пренебречь всем остальным). Тогда их называют **ДОМИНИРУЮЩИЕ ИДЕИ**. Принадлежность последних к сверхценным идеям оспаривается. Сверхценные идеи являются патологическими, служат выражением дисгармонической психики и связаны с паралогическим мышлением. Однако доминирующая идея может претерпеть развитие и превратиться в истинную сверхценную идею. Последняя не осознается больным в качестве ложной, по мере развития все менее поддается коррекции. Доминирующие и сверхценные идеи занимают как бы промежуточное положение между навязчивыми и бредовыми.

**3. НАВЯЗЧИВЫЕ СОСТОЯНИЯ** — это такого рода переживания, когда у человека помимо его воли возникают («навязываются») какие-то мысли,

страхи (фобии), влечения, сомнения, действия. Несмотря на критическое отношение к подобным явлениям, избавиться от них человек не может.

Выделяют отвлеченные навязчивости: навязчивые мысли («умственная жвачка»), навязчивый счет, навязчивые воспоминания ненужных событий, деталей, навязчивые действия; и образные, сопровождающиеся эмоциональными переживаниями: тревогой, страхом, эмоциональным напряжением — различные фобии, овладевающие представления, навязчивые сомнения, контрастные мысли.

Навязчивые состояния наблюдаются при одной из основных форм неврозов — ОКР, а также при невротическом развитии, психопатиях, неврозоподобной шизофрении, БАР, эпилепсии и других органических заболеваниях головного мозга.

В отличие от бреда навязчивости могут быть и у здоровых людей (многим хорошо известна навязчивость какого-то мотива, какой-то мелодии), хотя в этом случае они, как правило, не резко выражены. Способствуют возникновению навязчивостей у здоровых людей недосыпание, переутомление, астенизация. Однако в этих случаях при нормализации соматического состояния навязчивости проходят.

Понимание расстройств мышления в профайлинге имеет принципиальное значение, поскольку позволяет отличать особенности психической патологии от обычных когнитивных ошибок или ситуативных реакций. Это снижает риск неверной интерпретации поведения и повышает точность оценки личности. Знание подобных феноменов помогает профайлеру корректно строить коммуникацию, выявлять скрытые состояния и избегать поспешных выводов о мотивах человека.

## Доверие к людям с темной триадой личности

В целом мы уже давно знаем, что лица психопатов — более привлекательны, чем в среднем. А недавно выяснилось, что они еще и вызывают гораздо большее доверие, чем в среднем.

Китайские исследователи недавно выпустили статью, посвященную тому, как черты лица и привлекательность влияют на восприятие доверия к людям с выраженными чертами темной триады — нарциссизмом, макиавеллизмом и психопатией.

Авторы стремились выяснить, каким образом люди с выраженными чертами темной триады (нарциссизм, макиавеллизм, психопатия) завоевывают доверие других, несмотря на свой манипулятивный и эксплуататорский стиль поведения.

Авторы выдвигают гипотезу и обосновывают ее в исследовании: в краткосрочных социальных взаимодействиях психопаты используют черты своего лица и привлекательность как **«социальный инструмент»**, чтобы казаться более надежными и вызывать доверие.

В исследовании приняли участие 1 000 человек, которые оценивали фотографии лиц по таким параметрам, как привлекательность, доверие и доминантность. Также участники проходили опросы для определения уровня выраженности черт темной триады.

**Всего в рамках исследования было проведено 4 этапа:**

1. Как лица с высоким уровнем темной триады воспринимаются по шкале «насколько человек внушает доверие».
2. Поведенческий эксперимент через игру на доверия: изучалось, сколько денег человеку с данным лицом вы дали бы в качестве инвестиций, и так-

же проводилась классическая игра на дилемму заключенного.

3. Анализ физических параметров лица: насколько лицо человека с темной триадой личности привлекательно, доминантно и способствует стремлению к коммуникации с ним.
4. Окончательная, в том числе и поведенческая проверка, влияет ли восприятие этих черт на реальные поведенческие акты доверия при общении с конкретным психопатом.

**И вот какие результаты были получены:**

1. **Лица с высокими показателями темной триады воспринимаются более надежными, чем лица с низкими показателями.** И это вопреки тому, что темная триада ассоциируется с обманом, манипуляцией и повышенным эгоизмом.
2. **Участники инвестировали больше денег (в условиях игры на доверия) в людей с лицами, у которых более высокий балл по темной триаде.** Это указывает на неосознанное доверие к таким людям на основании их внешности.
3. **Только большая привлекательность оказалась статистически значимым свойством лица человека с темной триадой личности.** Оно на удивление не более доминантно (как считалось ранее) и не вызывает дополнительного желания пообщаться с таким человеком (ранее считалось, что такое лицо, наоборот, снижает стремление к коммуникации с человеком с темной триадой личности, то есть отталкивает).
4. **Люди с темной триадой вызывают доверие не только на уровне восприятия, но и на уровне стратегий поведения больше, чем среднестатистический человек.**

**Какие выводы можно сделать?**

- 1. У людей с темной триадой может быть эволюционное преимущество в краткосрочных стратегиях** — они вызывают доверие, чтобы быстрее достигать своих целей.
- 2. Их лица сигнализируют ложную надежность, что затрудняет их распознавание как потенциально опасных.** Эти результаты, так сказать, бросают вызов наивной вере в честность человека по лицу и поднимают вопрос о том, насколько мы уязвимы к манипуляциям со стороны привлекательных лиц.

Надо учитывать, что привлекательность часто маскирует темную триаду и ложную надежность и при этом никогда не является признаком честности.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Выученная беспомощность: новые данные

**Оказывается, что она на самом деле не выученная, а базовая. А для того чтобы ее преодолеть, нужно учиться и действовать.**

В 1964 году простой американский студент-психолог Мартин Селигман, опираясь на работы И. П. Павлова, ставит эксперимент в бихевиористской парадигме по формированию у собак условного рефлекса страха на звук высокого тона. В качестве негативного подкрепления использовался несильный, но чувствительный удар электрическим током, который собаки, сидя в клетках, испытывали после того, как слышали звук.

После ряда повторений клетки, в которых находились собаки, открывались. Селигман с коллегами ожидали, что, услышав характерный звук, собаки должны будут попытаться избежать следующего за ним удара током. Однако они не убежали. Наоборот, ложились на пол и скулили, продолжая испытывать неприятные ощущения. Такое поведение никак не укладывалось в рамки классического бихевиоризма!

Позже, в 1967 году, Селигман ставит другой эксперимент в попытке лучше изучить неожиданно обнаруженный поведенческий феномен. Были сформированы три экспериментальные группы собак:

Первая группа имела возможность избежать болевого воздействия, нажав на специальную панель.

У второй группы отключение шокового устройства зависело от действий первой группы. Эти собаки получали тот же удар, что и собаки первой группы, но их собственная реакция не влияла на результат.

Третья группа собак (контрольная) удара вообще не получала.

Две группы подвергались ударам тока одинаковой интенсивности и одинаковое количество времени. Разница заключалась лишь в том, что первая группа могла повлиять на ситуацию, а вторая — нет.

После этого все три группы собак были помещены в ящик с перегородкой. Разряды тока происходили только на одной половине ящика, и, чтобы избежать неприятных ощущений, достаточно было лишь перешагнуть через невысокую перегородку. Именно так поступали собаки из первой и третьей групп. Собаки же, которые в экспериментальной пробе не могли контролировать ситуацию, лишь скулили и не предпринимали попыток справиться с ситуацией.

Селигман с коллегами пришли к выводу, что они, наученные предыдущим опытом, усвоили неизбежность этой неприятной ситуации, т.е. научились проявлять беспомощность. Результаты были революционными, а эксперимент быстро приобрел культовый статус. В 1976 году Селигман получил за свою теорию выученной беспомощности премию Американской психологической ассоциации.

А вот теперь самое интересное.

В 2016 году авторы оригинального эксперимента М. Селигман и С. Майер публикуют статью-опровержение. Ученые пришли к выводу, что научения бездействию не происходит! Все куда сложнее и интереснее.

Чем более высокоразвит биологический вид, тем большую роль в его жизни играет обучение. Эксперименты в области восприятия, мышления и памяти показали, что даже таким, казалось бы, базовым познавательным процессам приходится учиться. Так, например, младенец первые несколько месяцев методом проб и ошибок учится фокусировать зрение. Что уж говорить о более сложных и комплексных поведенческих реакциях? Животное (в том числе и человек) от рождения не знает, как реагировать на тот или иной раздражитель. вспомните: когда маленький ребенок падает, он первое время озадаченно смотрит на родителей, пытаясь по их лицам понять, что он сейчас чувствует.

Теперь Селигман и Майер считают, что т.н. «выученная беспомощность» на самом деле является поведенческим регрессом в детское, необученное состояние. Животное, наоборот, научается реагировать, справляться с трудностями, а реакция беспомощности является базовой, т.е. природной.

Отчасти результаты их экспериментов объяснялись разницей в воспитании собак: уличные куда активнее из-

бегали неприятных ощущений, в то время как приютские впадали в замешательство и ожидали, что человек (родитель) решит их проблему, т.е. проявляли детский инфантилизм. Иными словами, если человека не научили справляться с трудностями, то он с ними справляться и не будет.

Итак, недавно Мартин Селигман написал об этом подробную статью к 50-летию своих первых экспериментов (тех самых, где собак на протяжении 24 часов били током через неравные промежутки времени, а затем открывали клетку, но собаки не пытались убежать, только лежали и скулили).

В последних работах Селигман и Майер пересмотрели собственные выводы. Они выделили два вида беспомощности — объективную и субъективную. Водораздел между ними определяет фактор неконтролируемости — наличие внешних обстоятельств, проявляющих себя вне зависимости от наших действий. Примером объективной беспомощности является реакция на сильную турбулентность в самолете — фактически все, что могут сделать пассажиры, это переждать, выполняя рекомендации пилота.

Субъективная беспомощность, в отличие от объективной, является чисто когнитивным явлением, построенным на ожидании, что те факторы, которые были вне зоны нашего контроля, и в будущем продолжат там оставаться. На когнитивном уровне этот феномен принимает форму убеждений: «Нет смысла пытаться», «Все равно я ни на что не влияю», «От меня ничего не зависит». Люди часто проецируют эти убеждения на самые разные сферы жизни — от возможностей заработка и самореализации до общественной активности, например, попыток влиять на выборы.

На протяжении 50 лет ученые проводили разные эксперименты с участием не только животных, но и людей, чтобы понять, почему в одних ситуациях люди ищут

способы влиять на стрессоры, а в других — сдаются. К чему же пришли Селигман и Майер?

Сейчас они считают, что пассивность как ответ на повторяющийся стрессор вовсе не выучена. Это биологически дефолтный ответ на продолжительные, неконтролируемые негативные события. Этот ответ медируется серотонинергической активностью ядер, расположенных в ретикулярной формации (самой древней части мозга, намного древнее подкорки). Эта же структура отвечает, например, за ориентировочный рефлекс — когда вы слышите очень громкий и резкий звук и непроизвольно оглядываетесь.

«Выученное — это кортикальное», — резюмирует Селигман. — «За научение отвечает кора полушарий головного мозга, в этом и секрет преодоления беспомощности». Таким образом, выученной является как раз реакция преодоления повторяющегося стресса: поиск выхода, контроль над стрессорами или борьба с причиняющими боль стимулами.

Ряд экспериментов с собаками, а затем и с людьми снова это подтвердил. В выборках, где изначально была возможность экспериментировать и ограничивать негативные стрессоры, участники научались преодолению беспомощности быстрее всего. В выборках, где изначально беспомощность была объективной, автоматического научения не происходило, однако активное обучение приводило к положительному результату.

С точки зрения нейробиологии активация срединной префронтальной коры автоматически блокировала ядра ретикулярной формации — то есть осознанное научение контролировать стрессор в прямом смысле отключало парализующую беспомощность.

Селигман акцентирует внимание на необходимости разработки моделей проактивного поведения:

беспомощности, пишет он, никого учить не надо (она у нас есть по умолчанию), а вот проактивности, ассертивности, отстаиванию своих границ — очень даже надо. Он также подчеркивает важность ориентации в будущее — вместо анализа прошлого и настоящего — и даже критикует когнитивно-поведенческую терапию за то, что она слишком озабочена анализом уже сформированных убеждений и поведенческих паттернов, в то время как нужно больше внимания уделять обучению новым убеждениям и паттернам.

«Надежда — это привычка ожидать, что будущие плохие события непостоянны, локальны и контролируемы, вместо того чтобы видеть их бесконечными, глобальными и неуправляемыми». Селигман убежден, что здоровый оптимизм не дается с рождения, ему необходимо учиться: сегодня он представляет школу позитивной психотерапии, хотя свою карьеру ученого начинал с исследований выученной беспомощности и манипуляций.

Итак, понимание разницы между объективной и субъективной беспомощностью помогает точнее оценивать поведение человека: важно различать реальные ограничения ситуации и его когнитивные установки. Для профайлера признаком риска может быть выраженное убеждение человека в том, что он «ничего не решает» и «не влияет на события» — это сигнал к выявлению паттернов субъективной беспомощности. В переговорах или другой коммуникации такой человек может быть менее склонен к сопротивлению и проявлению инициативы, так как базовая реакция — пассивность.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Влияние внешней среды на вероятность криминального рецидива

Итальянские исследователи проанализировали, как социальное окружение влияет на вероятность повторного насильственного преступления. Вопрос звучал так: кто вероятнее пойдет на рецидив — человек, уже совершавший преступления в группе, или одиночка? Тот, у кого в ближнем окружении есть соседи и знакомые с криминальным прошлым, или тот, у кого таких связей нет?

Особый акцент был сделан именно на количественном измерении риска.

**Выборка:** 9819 итальянцев, осужденных за участие в организованной преступности. Это значительная и репрезентативная группа, позволившая выявить закономерности.

Ученые анализировали «карьеру» преступников и выясняли, какие именно типы преступлений сильнее всего предсказывают совершение насильственных преступлений в будущем. Под «насильственными» понимались нападение с применением силы, убийство и грабеж.

### Ключевые результаты:

- Те, кто совершал насильственное преступление в составе группы, **в три раза чаще** впоследствии совершали новые насильственные преступления по сравнению с одиночками.
- Существенно повышал риск рецидива тот факт, что **первое преступление в карьере** было именно насильственным.
- Важным фактором оказался и **возраст**: чем моложе преступник на момент совершения первых

преступлений, тем выше вероятность повторения насильственных действий.

- Женщин среди выборки было крайне мало — всего 173 случая, что подтверждает «мужскую» специфику организованной преступности.

Таким образом, социальные связи и криминальное окружение усиливают риск рецидива даже сильнее, чем индивидуальные характеристики.

В профайлинге важно учитывать не только личные характеристики преступника, но и его окружение: социальные связи и микросреда могут усиливать склонность к насилию. Преступные группы создают эффект подкрепления агрессивных моделей поведения: насилие в них становится нормой, а не исключением.

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Профайлинг и агрессия внутри и вне семьи

В целом про агрессию хорошо известно: женщины реже участвуют в прямой агрессии, чем мужчины. Однако группа исследователей поставила задачу найти контексты, где женская агрессия по интенсивности и количеству сопоставима или даже выше мужской. И, как вы понимаете, — такие контексты были найдены. Главный из них — семейные отношения, точнее, взаимодействие между братьями и сестрами.

**Выборка:** 1640 испытуемых, у всех был брат или сестра.

**Метод:** опрос об эпизодах агрессии в ситуациях общения с братом или сестрой. Участники вспоминали эпизоды из детства и взрослой жизни. К агрессии относились как **прямые формы** (удары, крики), так и **репутационные** (сплетни, «стукачество», подрыв доверия).

### Какие результаты были получены?

- Девочки оказываются столь же агрессивными, как и мальчики, в отношениях с братьями и сестрами.
- В общении с друзьями снова проявляется более высокий уровень агрессивности у мальчиков.
- Эффект устойчив как для прямых, так и для репутационных форм агрессии и сохраняется даже во взрослом возрасте — несмотря на то, что частота общения братьев и сестер снижается.
- При этом репутационная агрессия среди братьев и сестер все же ниже, чем между неродственниками.
- Интересная деталь: агрессия от братьев и сестер чаще воспринимается как преднамеренная, а не как случайная или игровая.

**Таким образом, семейный контекст — важный источник профайлинговой информации.** Агрессия внутри семьи может проявляться в неожиданных формах и не всегда совпадает с привычными социальными ролями «мальчики агрессивнее девочек». **Скрытые формы агрессии не менее значимы, чем прямые.** Для анализа поведения и прогнозирования рисков важно учитывать не только физическое проявление агрессии, но и репутационные стратегии (сплетни, дискредитация).

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## Хронический стресс и процесс принятия решений

В конце 2023 года вышло интересное исследование, подтверждающее то, что мы, правда, и так прекрасно знаем: стресс реально нарушает процесс принятия

решений, переключая мышление в «автоматический» режим. В таких условиях человек чаще следует привычным, простым паттернам поведения, вместо того чтобы включать сложное и вариативное когнитивное поведение.

Почему это важно? Потому что многие сегодня живут в условиях хронического стресса, и это напрямую влияет на их мышление, решения и поведение.

Авторы исследования проводили эксперименты с группами мышей, наглядно показывая, как стресс формирует автоматические и необдуманные действия, больше похожие на рефлекс.

Эксперимент выглядел так: одну группу животных подвергали умеренному стрессу, а затем ограничивали доступ к пище. Грызуны в контрольной группе тоже голодали. Спустя время всем давали возможность получить лакомство при нажатии на рычаг. Довольно быстро все животные усвоили связь «рычаг — еда». Но дальше начались различия.

После того как стресс прошел, голодные мыши без дополнительного воздействия наелись и практически перестали нажимать на рычаг: стимул больше не был нужен. Однако мыши из стрессовой группы продолжали сотни раз нажимать на рычаг в течение дня, хотя в этом уже не было никакой необходимости: еды у них было достаточно. Фактически у них закрепился рефлекс, близкий к компульсивному поведению у людей.

**Таким образом, стресс снижает когнитивную гибкость и закрепляет автоматические действия, которые сохраняются даже после исчезновения причины. Переложить это на поведение людей, имхо, вполне правомерно, конечно с некоторыми нюансами. При анализе человека нам важно учитывать, что он, находясь под стрессом, будет демонстрировать устойчи-**

**вые, шаблонные реакции, которые не отражают его «нормальный» когнитивный уровень. А систематическая фиксация «стрессовых паттернов» может стать частью долгосрочного анализа поведения человека — как индикатор его слабых мест и вероятных сценариев ошибок.**

Дополнительные материалы и ссылки на источники можно посмотреть по QR-коду.



## ОБ АВТОРЕ

**Э**ксперт-профайлер международного уровня. Директор лаборатории цифрового профайлинга в Сколково. Автор и создатель методик профайлинга, систем комплексной психодиагностики и верификации лжи.

Практический опыт профайлинга — более пятнадцати лет.

Автор книг «Записки профайлера. Искусство менталиста», «Психодиагностика: как разбираться в людях и прогнозировать их поведение», «Психотипы: полный гид по определению психотипа», «Типы характеров. Как слышать и понимать друг друга» и многих других.



Образование: высшее медицинское (психиатрия) и психологическое. Изучал нейролингвистику, когнитивистику, поведенческий и криминалистический анализ.

Проходил специальное обучение у мировых экспертов по профайлингу в Великобритании, Швейцарии, Португалии, Франции, США.

Автор бестселлеров по профайлингу и создатель крупнейшего сообщества по профайлингу в России.

Присоединяйтесь к телеграм-каналу и другим социальным сетям Алексея Филатова, где вы найдете множество полезных материалов по профайлингу.



# СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ ..... 5

## **1. КОГНИТИВНЫЕ ИСКАЖЕНИЯ И КОГНИТИВИСТИКА ..... 7**

Профайлинг и эвристика доступности ..... 7

Эвристические бритвы: как мыслить проще  
и яснее при оценке человека? ..... 12

Принципы иррационального поведения  
и мышления человека в духе тезисов карло чиполлы ..... 15

10 Законов мерфи, отражающие принципы  
нашего мышления и принятия решений. .... 18

Ретроспективные искажения в профайлинге ..... 20

Профайлинг и парадокс лапьера. .... 25

Склонность к подтверждению в профайлинге и в жизни ..... 28

Склонность к самообману и предвзятость восприятия среднего ... 32

Профайлинг и принцип поллианны ..... 35

Психотипы, здравый смысл и когнитивные искажения ..... 38

Стресс и когнитивные искажения ..... 40

Предпочтение нулевого риска в профайлинге ..... 43

Эгоцентрическое искажение в оценке человека ..... 47

Ориентация на процесс или результат? ..... 48

Хоторнский эффект в профайлинге. .... 50

Когнитивные искажения в атрибуции моральности  
и способностей ..... 52

## **2. ЛОЖЬ И ДЕТЕКЦИЯ ЛЖИ ..... 56**

Основные стратегии лжи и рекомендации по их выявлению ... 56

Страх быть обманутым ..... 60

|  |    |
|--|----|
| Игра «лжец»: игра на тренировку навыка детекции лжи . . . . .    | 63 |
| Игра «веришь — не веришь»: игра на определение доверия . . . . . | 67 |
| Хотите поговорить об этом? . . . . .                             | 70 |
| Профайлинг и склонность к обману . . . . .                       | 73 |
| Как реагировать, если вас подозревают в обмане? . . . . .        | 76 |
| Самообман, эгоизм и принятие решений . . . . .                   | 79 |
| Чем больше стресса, тем больше лжи? . . . . .                    | 83 |

### **3. ЛИЦО И ЭМОЦИИ . . . . . 86**

|   |     |
|---|-----|
| Какие лица способствуют<br>формированию доверия? . . . . .                                      | 86  |
| Лицо и социальный статус . . . . .  | 89  |
| Базовая эмоция страх. Нейрохимия. . . . .   | 92  |
| Лицо и политические взгляды: новые данные. . . . .  | 95  |
| Приматы с богатой мимикой чаще становятся лидерами.<br>А люди? . . . . .                        | 99  |
| Профайлинг и «правило мехрабиана». . . . .  | 101 |
| Мы все становимся более эмоциональными и менее<br>рациональными. . . . .                        | 104 |
| Как ии может определять личностные качества по лицу?<br>И что это значит для карьеры? . . . . . | 107 |

### **4. ПСИХОТИПОЛОГИИ . . . . . 111**

|   |     |
|---|-----|
| Психотип и правила его определения . . . . .  | 111 |
| Меняется ли психотип или нет? . . . . .   | 117 |
| Проблемы типологий в профайлинге . . . . .  | 120 |
| И.П. Павлов и психотипы. . . . .  | 124 |
| Личностные расстройства в мкб-10 и мкб-11.<br>В чем разница подходов? . . . . .                 | 127 |
| Есть ли совместимость психотипов<br>в отношениях и браке? . . . . .                             | 132 |
| Нейробиологически мужчинам сложнее переключаться<br>с одной задачи на другую. Почему? . . . . . | 134 |

### **5. ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА И ЦЕННОСТИ . . . . . 137**

|   |     |
|---|-----|
| Человек — одно из самых агрессивных<br>млекопитающих. И это никогда не изменится. . . . . | 137 |
| Личностные качества и образ жизни. . . . .  | 139 |

|  |     |
|--|-----|
| Личностные качества и интеллект: взаимное влияние . . . . .    | 142 |
| Профессии и личностные качества.                               |     |
| Глобальное исследование взаимосвязей . . . . .                 | 147 |
| Связь психического здоровья и черт личности. . . . .           | 153 |
| Всегда ли тестостерон связан с агрессией? . . . . .            | 155 |
| Авторитарная личность и ее диагностика . . . . .               | 158 |
| Есть ли взаимосвязь между свободой и ответственностью? . . . . | 161 |
| Успех, аффирмации и достижение целей . . . . .                 | 164 |
| Вегетарианство и ценности:                                     |     |
| что говорит наука о поведенческих и ценностных различиях       |     |
| вегетарианцев и мясоедов? . . . . .                            | 166 |

## **6. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ И КОММУНИКАЦИИ . . . . .170**

|  |     |
|--|-----|
| Сила воли, культурное влияние и успех . . . . .              | 170 |
| Профайлинг и групповое мышление. . . . .                     | 172 |
| Ошибки восприятия пропорций и вероятностей. . . . .          | 174 |
| Эксперимент соломона аша на конформизм:                      |     |
| переподтверждение и новые данные . . . . .                   | 176 |
| 20 Феноменов межличностного                                  |     |
| взаимодействия в группах, которые важно учитывать            |     |
| в коммуникации . . . . .                                     | 179 |
| Честность в разных странах мира. . . . .                     | 181 |
| Профайлинг счастья: поведение и ценности                     |     |
| сквозь призму world happiness report 2025 . . . . .          | 184 |
| Люди в основном думают и ведут себя так,                     |     |
| как им удобно. Почему? И всегда ли? . . . . .                | 188 |
| Профайлинг: мотивация и зависимости. . . . .                 | 191 |
| Успех у шимпанзе и что это говорит о нас? . . . . .          | 193 |
| Правда ли, что люди стали более безответственными? . . . . . | 195 |
| Окситоцин, стресс и социальные связи. . . . .                | 198 |
| Привлекательность помогла мужской карьере                    |     |
| даже больше, чем женской! . . . . .                          | 201 |
| Лояльность и манипуляции . . . . .                           | 203 |

## **7. АНАЛИТИКА И ИССЛЕДОВАНИЯ . . . . .206**

|   |     |
|---|-----|
| Виды наблюдения в профайлинге. . . . .                        | 206 |
| «Шум» и «сигнал» в профайлинге. . . . .                       | 215 |
| Девять принципов снижения «шума» при оценке поведения . . . . | 219 |

|  |     |
|--|-----|
| Темные данные в профайлинге . . . . .  | 223 |
| Теория игр, профайлинг и прогнозирование поведения . . . . .   | 227 |
| Принятие решений в условиях неопределенности. . . . .  | 229 |
| Мозг и выбор . . . . .   | 233 |
| Интеллект и возраст: уроки сиэтлского лонгитюдного<br>исследования . . . . .                             | 235 |
| Моральное лицензирование<br>или «лицензия на нарушение». . . . .   | 238 |
| Влияние стиля воспитания в детстве<br>на характер во взрослом возрасте. . . . .                          | 240 |
| Нейротехнологии и «мозг победителя». . . . .   | 244 |
| Умственные усилия и негативные эмоции:<br>новые доказательства. . . . .                                  | 247 |
| Профайлинг в соцсетях и выборы...<br>папы римского . . . . .   | 250 |
| Использование искусственного интеллекта<br>в профайлинге и детекции лжи. Психодиагностические боты . . . | 252 |

## **8. ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА . . . . .**

|  |     |
|--|-----|
| Как связаны интеллект и морально-этические ценности? . . . . . | 258 |
| Валидность методов оценки персонала. . . . .                   | 261 |
| Деструкторы российского менеджмента . . . . .                  | 266 |
| Перфекционизм и эффективность работы . . . . .                 | 268 |
| Нарциссизм и эффективность seo . . . . .                       | 270 |
| Кадровая оценка и компьютерные игры. . . . .                   | 273 |

## **9. КРИМИНАЛИСТИКА И ПАТОЛОГИЯ . . . . .**

|   |     |
|---|-----|
| Виды расстройств мышления . . . . .                                     | 277 |
| Доверие к людям с темной триадой личности . . . . .                     | 285 |
| Выученная беспомощность: новые данные . . . . .                         | 287 |
| Влияние внешней среды на вероятность<br>криминального рецидива. . . . . | 293 |
| Профайлинг и агрессия внутри и вне семьи . . . . .                      | 294 |
| Хронический стресс и процесс принятия решений. . . . .                  | 295 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| ОБ АВТОРЕ . . . . . | 298 |
|---------------------|-----|

