

Коммерческий культ/ сетевой маркетинг и диссоциализация адептов финансовых сект

*Прокопец И.О. - кандидат психологических наук,
практикующий психолог г.Махачкала*

Аннотация: в статье перечисляются основные способы вовлечение в коммерческие культы/сетевой маркетинг, описываются признаки коммерческого культа сетевых компаний, выделяются основные стадии установления контроля над сознанием.

Ключевые слова: маркетинговый бизнес, секта, культ благополучия и богатства, психологические тренинги, адепт, коммерческий культ, диссоциализация, контроль мышления, контроль сознания.

Psychological risk of participation in the marketing business

Prokopets I. O. – PhD in psychology, practicing psychologist Makhachkala

Abstract: the article lists the main ways of involvement in commercial cults/network marketing, describes the characteristics of the commercial cult network companies, the main stages of establishing control over consciousness are distinguished.

Key words: marketing business, a sect, a cult of prosperity and wealth, psychological trainings, adept, commercial cult, desocialization, the control of the thinking, mind control.

В России приобрел популярность такой вид бизнеса как сетевой маркетинг. Всем знакомы такие компании как «Mary Kay», «Faberlic», «Amvey», «Zepter», «Гербалаеф», «VISION».

Девизом выше указанных компаний является лишь культ благополучия, денег и богатства, громкие, навязчивые обещания успеха, которые принесет вступление в организацию, компанию, клуб. Человеку самостоятельно почти невозможно определить, что стоит за предложением о «высокооплачиваемой работе с удобным графиком». Им с одинаковым успехом может оказаться и работа в сети, и вербовка в финансовую пирамиду и даже в финансовую секту. Понятие «финансовая секта» только начинает осмысливаться и формироваться специалистами. Психологи считают, что сетевой маркетинг совсем не безобиден. Вербовка новых членов в компании происходит с помощью нейролингвистического программирования (НЛП). Такой сетевой маркетинг религиоведы называют коммерческими культами.

Характерные признаки коммерческого культа:

- жесткая градация персонала фирмы по уровням посвященности в объективную информацию о фирме и ее целях;
- неординарные формы заключения контрактов фирмы со своими работниками, например, подписавший контракт с фирмой не является ее работником, а лишь сотрудничает с ней, покупая ее продукцию на свои деньги для

распространения; при этом фирма организована по принципу финансовой пирамиды, на верхушке которой находятся само руководство фирмы и ограниченный круг высокооплачиваемых руководителей среднего звена, а низовые структуры получают весьма ограниченные доходы;

- применение техник контроля сознания для создания у сотрудников фирмы «культового менталитета» и формирование в той или иной форме убеждения, что «цели оправдывают средства», и что любое действие приемлемо постольку, поскольку оно способствует целям фирмы;

- имеет все характерные черты психологически-терапевтических культов самопомощи;

- активный прозелитизм сотрудников фирмы: наличие в фирме штата сотрудников, зарплату которым платят не за количество проданного продукта, а за количество «обученных», то есть за количество вовлеченных, завербованных; обманная вербовка новых сотрудников; активная пропаганда культа личности основателя (руководителя) фирмы; провозглашение особой мудрости основателя (руководителя) фирмы и требование беспрекословного признания его власти и привилегий;

- сокрытие истинных целей: меркантильные цели скрываются за ширмой распространения методов похудения, приобщения к здоровью и прочих благих целей; фирма стремится работать лишь за границей при наличии в своей стране своего широкого внутреннего рынка сбыта продукции фирмы;

- сокрытие истинных последствий своей деятельности: создатели (основатели) фирмы не имеют соответствующего образования в той области, где они «совершили революционный переворот в технологии»;

- продукт в действительности не обладает рекламируемыми качествами или вообще не является тем, чем его представляют;

Как завлекают в такой бизнес людей?

На первом этапе делается попытка польстить, осуществляется бомбардировка так называемой «любовью». Человеку говорят: «ты умный, способный, ты достоин жить лучше». При этом раздувается чувство собственной значимости и важности, возрастает гордыня и самость. Все это происходит в атмосфере, имитирующей теплоту, сердечность, и у человека не возникает подозрений и ему кажется, что он попал куда нужно. В ряде фирм обещается работа, занятость, обучение на курсах лидеров.

На втором этапе предлагается участвовать в процессе «пользования товаром», распространяемым фирмой. Именно пользоваться, а не продавать или рекламировать. Очень удобный ход.

Как только человек соглашаешься на пользование — автоматически подключается вербовщик (наставник), изо дня в день рассказывающий о товаре. Тем несколько: товар, деньги, красивая жизнь, весело, друзья. Все остальные темы перевираются и отменяются сразу, как глупые и тратящие наше время.

После такого мощного «загруза» однотипной информацией о товаре, статусах, иллюзорных возможностях стать «алмазом» или «изумрудом» — эту высшую касту самых успешных продавцов, начинают загружать литературой, видео- и аудио-материалами.

Здесь первый уровень вербовки адептов заканчивается и начинается второй акт.

Есть несколько уровней вовлеченных в данные организации – один рассчитан на мелких «пользователей», распространителей товара, потенциал которых изначально оценен руководством как низкий, но есть и другой уровень – где идет жесткая психологическая обработка более способных адептов. Методы весьма изощренные. При сильном (естественном) сопротивлении адепта психологическому воздействию, применяются методы контроля. Таким образом, при весьма мощном психологическом воздействии семинаров – человек в течение месяца сдается. Вытащить завербованного из этого культа – практически невозможно.[4]

Противники сетевиков приводят ряд аргументов, призванных доказать опасность этого бизнеса. В процессе анализа деятельности компаний многоуровневого маркетинга были выявлены несколько моментов, которые наиболее показательно демонстрируют применение психотронной обработки новых членов.

Наличие и обязательное посещение открытых собраний, на которых подробно описываются устно или с помощью аудио-, видеотехники чьи-то осуществленные мечты (например, лидера организации), являются «ведомой визуализацией»- это известная в психиатрии техника контроля за подсознанием. Такие показательные выступления блокируют сознание и заставляют, как бы, копировать «деловое» поведение лидера, работая тем самым на него. Характерным является тот факт, что «вербовщики», уже состоящие в рядах организации, используют эти приемы практически бессознательно, так же, как и обучаются им у своих лидеров. С этой же целью в специальной литературе для сетевиков приводятся «полезные советы» по привлечению новых людей в виде готовых диалогов и ситуаций.

Вас уверяют, что разбогатеть вы можете, только если искренне верите в уникальность фирмы и чудодейственность продукта. Тогда у вас все получится. Вот видите, как все замечательно получается у вашего коллеги? Если пока не выходит у вас, значит, вы сами виноваты. Вложите больше веры, больше денег, больше труда в распространение продукта - и тогда ваши усилия будут вознаграждены. Но отдать нужно всего себя без остатка. Ведь вначале вам удавалось хорошо распространять продукт и зарабатывать? Это потому, что у вас была мотивация, а сейчас вы ее утратили. Предлагаем вам записаться на курсы (семинары) по повышению мотивации.

К таким опасным тренингам по повышению мотивации психологи относят такие тренинги, как «10 шагов к счастью». Там человека закачивают позитивом, он приходит на работу, домой и сталкивается с проблемами, которые уже не хочет решать, а всячески закрывает на них глаза. В результате его опять тянет пройти очередной позитивный тренинг, чтобы абстрагироваться от реальности. Чтобы бороться с такой зависимостью, человеку приходится обращаться к психологу, а то и к психиатру.

Зависимый от тренингов человек готов сделать для ведущего психологического семинара практически все, чем последние нередко пользуются. Зачастую такие тренинги устроены по типу сетевого маркетинга. Человек имеет

право «учиться» до тех пор, пока приводит новых клиентов. Как только человек начинает полностью зависеть от тренера-сектанта, ему говорят о необходимости достойно оплачивать полученные знания. Иной раз дело может дойти до жертвований в виде имущества и квартиры[2].

К психологам на прием уже толпами идут люди, пострадавшие от различного рода психологических тренингов. Вместо «личностного роста» одни зарабатывают депрессию, другие – зависимость от тренера. Иной раз под видом тренинга можно обнаружить обыкновенную секту.

Из выше изложенного можно сделать следующий вывод:

-выделяются три стадии в установлении контроля над сознанием, отличающихся следующими характерными чертами:

1. Первая стадия - размораживание: психологическое растормаживание, доведение до состояния психологической аморфности и хаотического состояния сознания. Есть масса приемов «выбивания почвы из-под ног». Самый простой и эффективный – информационная перегрузка и контроль над временем (время занятий превышает все допустимые физиологические нормы, т.е. свыше 8-10 часов). Помимо этого очень способствует созданию «внутреннего хаоса» невозможность остаться наедине, недостаточность времени для полноценного сна, существенное изменение диеты. С большим успехом для дезориентации участников могут использоваться различные гипнотические техники: использование визуализации, притч и метафор, двусмысленностей, монотонного говорения, громкой ритмичной музыки и т.д. Главная задача используемых средств – подвести человека к состоянию внутренней психологической растерянности, поставить под вопрос свою собственную идентичность: - Действительно ли Я – это то, что я знаю о себе; и действительно ли Я – ОК?!

2. Вторая стадия – изменение: создание и навязывание участникам новой идентичности, т.е. нового, «более правильного» представления о себе самом. Это может делаться как непосредственно во время занятий при помощи различных техник целенаправленного воздействия: эмоционально-окрашенные выступления, гипноз, управляемая визуализация, включение в тексты выступающих ключевых психологических установок и т.д. Кроме того, на этой стадии весьма важным является опосредованное влияние на человека: мнения других участников группы, их проявления; избирательность информационного насыщения в брошюрах, книгах, аудио- и видео- записях. Т. е. все возможные источники «подтверждают» старательно навязываемую ведущими «картинку мира», способствуют закреплению у участников нового Я-образа;

3. Третья стадия – замораживание: консервация, закрепление у участников новых стереотипов и моделей поведения. На этой стадии происходит отделение от прошлого, эмоциональное сближение с «новой семьей», т. е. с людьми, находившимися рядом на двух предыдущих стадиях и таким образом приобщившихся к опыту «духовного рождения». Возникает потребность новых и новых встреч, а также новых опытов «психологической трансформации». Только при естественном ходе событий психологическое развитие человека идет согласно его собственной жизненной линии, а в случае контроля над сознанием искусственно задается извне разнообразными «учениями», «лидерами», «гуру»;

- на сегодняшний день существует огромное количество фирм, которые работают по принципу финансовых пирамид или сетевого маркетинга. Благодаря финансовой нестабильности населения, социальной незащищенности и поголовной безработице, люди не раздумывая кидаются в омут обещанного «финансового благополучия», а оказываются втянутыми в коммерческую секту;

- данные компании располагают огромными финансами, хорошей организацией, отшлифованными методами работы и большим опытом;

- они покупают в России большие участки земли, недвижимость, снимают большие киноконцертные залы для проведения своих проповедей-семинаров, арендуют помещения;

- немалую помощь им оказывает и несовершенство нашего законодательства, а также не применение уже существующих статей уголовного кодекса. Они широко используют СМИ;

- чем больше люди вложили куда-то материальных средств, сил и здоровья, тем труднее им оттуда уйти. Трудно признаться человеку, что он совершил глупость. Все, что он вложил в организацию, держит его в ней.

У компаний сетевого маркетинга разные названия и вывески, но результат всегда один и тот же, - полное и абсолютное подчинение, и цель всегда одна и та же: деньги и власть.

В Госдумы подготовили законопроект, вводящий в УК РФ юридическое определение «деструктивная секта» и статью за «деструктивное воздействие деструктивных сект и религиозных объединений». В беседе с RT парламентарий пояснил, что сегодня нет чёткой правовой оценки действий сект и привлечение к ответственности религиозных проповедников часто представляется затруднительным.

В российском уголовном законодательстве есть статьи, по которым могут привлекаться руководители религиозных сект: «Мошенничество» (ст. 159) и «Нарушение права на свободу совести и вероисповеданий» (ст. 148) [1]. Депутаты убеждены, что этого для эффективной борьбы с сектантством явно недостаточно.

«Что такое сегодня секты? Это не обязательно религиозные организации. Секты умело маскируют под различные тренинги, семинары, сетевые маркетинговые компании. Очень популярны сегодня лидерские курсы, где вместо того чтобы научить быть лидером, человека быстро учат подчиняться. Техник и психологических методик тут много, поэтому не всегда их удаётся привлечь по закону. Введение соответствующей уголовной статьи, дающей определение деструктивных сект, помогло бы более эффективно противостоять религиозным преступникам».

Согласно предлагаемому законопроекту, термину «деструктивная секта» даётся следующее определение: «религиозная, неорелигиозная группа или организация, причинившая (причиняющая) вред обществу или своим членам (материальный, психологический или физический), а также подозреваемая в потенциальной опасности причинения такого вреда». Депутаты предлагают присвоить такой статье статус тяжкой и в случае действий секты, повлекших за собой смерть группы лиц, наказывать организаторов пожизненным лишением свободы. Ведь это не просто забава, а реальная угроза имуществу, здоровью и даже

жизни. Известно множество случаев, когда участие в деятельности секты заканчивалось гибелью адепта. Сегодня можно судить их за мошенничество или за доведение до самоубийства - всё это очень сложно доказать, учитывая совершенствование методик религиозными гуру.

В России на данный момент существует более 500 деструктивных сект. К большей части из них правоохранители претензий не имеют. Как свидетельствуют данные Минюста, в 2015-2016 годах в России по решению суда были запрещены 52 секты. Они находились в 24 регионах, среди которых Москва и область, Санкт-Петербург, Адыгея, Кабардино-Балкария, Мордовия, Татарстан, а также Владимирская, Нижегородская, Самарская, Красноярская, Тульская и Челябинская области.

Литература

1. Уголовный кодекс Российской Федерации//СЗ РФ, 17.06.1996, №25, ст. 2954.
2. Дворкин А.Л. «Сектоведение», из личного опыта бывшего адепта культа Amway, пожелавшей остаться инкогнито. ynuki-svaroga.ru/archives/1993
3. «Открой свою церковь и стриги своих овец!» // «Русский предприниматель» от 5-6 (05) июль-август 2002.
4. Сетевой маркетинг психологи сравнивают с сектами/Газета Амурский самовар. № 541, 2008.