



Алексей Филатов

**НОВЫЕ ЗАПИСКИ
ПРОФАЙЛЕРА**
Психология скрытых мотивов



Издательство АСТ
Москва

УДК 159.9

ББК 88.3

Ф51

Филатов, Алексей.

Ф51 Новые записки профайлера. Психология скрытых мотивов / А. Филатов. — Москва: Издательство АСТ, 2025. — 304 с. — (Криминология на пальцах).

ISBN 978-5-17-181276-8

Алексей Филатов — эксперт-профайлер международного уровня. Директор лаборатории цифрового профайлинга, Сколково. Автор и создатель методик профайлинга, систем комплексной психодиагностики и верификации лжи. Практический опыт профайлинга — более десяти лет. Образование: высшее медицинское (психиатрия) и психологическое. Изучал нейролингвистику, когнитивистику, поведенческий и криминалистический анализ. Проходил специальное обучение у мировых мэтров профайлинга в Великобритании, Швейцарии, Португалии, Франции, США.

«Новые записки профайлера. Психология скрытых мотивов» — это сборник самых актуальных и проверенных статей, написанных на стыке науки и практики. Каждая глава — это инструмент, который поможет вам лучше понимать окружающих, избегать ошибок в общении, принимать взвешенные решения и уверенно действовать в сложных ситуациях — будь то переговоры, подбор персонала, личные отношения или анализ поведения в кризисе.

Вы узнаете, как распознавать ложь, определять психотипы, анализировать лицо и эмоции, выявлять скрытые мотивы и предсказывать поступки. В книге рассматриваются когнитивные искажения, влияние стресса на решения, механизмы манипуляций, особенности социального поведения и даже применение искусственного интеллекта в профайлинге.

Для тех, кто хочет перестать верить на слово и начать понимать окружение по-настоящему.

УДК 159.9

ББК 88.3

ISBN 978-5-17-181276-8

© Филатов А., текст

© ООО «Издательство АСТ», 2025

ПРЕДИСЛОВИЕ

Книга, 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 свет — 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 снижать 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 спешите 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 материю» 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.