



Социјални

инжењеринг

Психосоцијални утицај

- Манипулација
- Утицање на промену понашања мете напада
- Несвесно прихватање и испуњење захтева који су пред мету напада постављени



Психолошки принципи

- Реципроцитет
- Преданост и доследност
- Друштвена потврда (оправданост)
 - Допадљивост
 - Ауторитет
 - Оскудица

Реципроцитет као психолошки принцип

- Обавеза особе да се одужи за нешто што је за њу учињено
- (Зло)употреба принципа реципроцитета
- Афективна и когнитивна манипулација

Преданост и доследност као психолошки принцип

- Утицај на унутрашње психолошке реакције и промену емоција и ставова лица која треба да испуне захтев.
- Доследност као високо цењена особина



Друштвена потврда као психолошки принцип

- Конформирање – спремност да се прихвати мишљење и гледање других, угледних и ауторитативних особа и група којима појединац припада, а да за такво прихватање нема рационалних разлога нити да постоји присила да се то учини.
- Стварање привида друштвене оправданости код мете напада.

Допадљивост као психолошки принцип

- Допадљивост – огледа се у чињеници да ћемо лакше испунити захтев или учинити услугу ако то од нас тражи особа која нам се допада.
- Постоје разни облици допадљивости, а као најзначајнији се може издвојити физичка привлачност.
- „Хало ефекат,, физичке привлачности – физички привлачним особама се додељују позитивне особине на основу физичког изгледа.
- Значај физичког додира приликом комуникације.
- Чест контакт са метом напада подстиче допадљивост и повезивање.
- Лакше успостављамо сарадњу са „допадљивим” људима.

Ауторитет као психолошки принцип

- Страх од ауторитета може бити извор манипулације.
- Истраживање Стенлија Мајлгрема - лабораторијски оглед о ефикасности кажњавања на процес учења.
- Експеримент у САД - остваривање ауторитета израженог кроз титуле и звање.
- Облачење и спољашњи изглед као средство у остваривању ауторитета - „виши“ и „нижи“ ауторитет.
- Ауторитет представља веома чест облик и средство манипулације.
- „Привид ауторитета“ и „Аргумент ауторитета,„



Оскудица

као психолошки принцип

- Оскудица представља ситуацију у којој је приступ извесном добру ограничен временски или количински.
- Временска и количинска ограниченост – пример оскудице као психолошког принципа у рекламама.
- Ограничење приступа информацијама као облик оскудице.
- Принцип „сад или никад“ и принцип „узми или остави,“
- „Оптерећење“ – облик оскудице који користи временско ограничење у комбинацији са превеликим бројем информација.

Психолошки фактори

- Људски фактор – најслабија карика у безбедности информација.
- Злоупотреба емоција која доводи до промене ставова код мете напада.
- Психолошки фактори који могу омогућити испуњење захтева упућеног некоме.
- Принцип у понашању људи.

Злоупотреба емоција социјалним инжењерингом

- Емоције су узбуђена стања организма која се манифестују у облику емоционалног доживљаја, понашања и физиолошких промена у организму.
- Облик манипулације осећањима мете напада.
- Покушава се изазвати страх код мета напада.
- Стварање реалног страха.
- Изазивање афекта – емоционално стање великог интензитета, а кратког трајања.
- Мишљење насупрот емоцијама.

Манипулација емоцијама усмереним на личност мете напада

- Кривица – морално осећање.
- Ублажавање одговорности
- Нападаци – стручњаци психодраме.
- Манипулација осећањем емпатије код мете напада.
- Посебна категорија запослених (едукације посвећене развијању осећања љубазности и кооперативности у контексту испуњења захтева запослених).
- Најсложенија злоупотреба емоција