

«Стокгольмский синдром» как технология «убеждения».

Стокгольмский синдром — психологическая защитная реакция человека, проявляющаяся в симпатии к агрессору (террористу, насильнику и т. д), самоидентификация его с собой, попытка рационального объяснения его преступного поведения. Бессознательно солидаризируясь с агрессорами, человек лелеет тайную надежду, что те не причинят вреда такому же, как они. Ради оправдания этой иррациональной позиции перестраивается восприятие — насильник начинает восприниматься не как негодяй, недостойный сочувствия, а, напротив, как симпатичный человек, - иначе идентифицироваться с ним было бы затруднительно. В сознании человека сформированы базовые убеждения личности: вера в справедливость и законосообразность мира, ощущение собственной ценности, вера в счастливую судьбу, благорасположение мира и людей. Если мир справедлив – то невинный человек не может попасть в беду. Чтобы не ломать эту установку, человек может находить причины для обвинения жертвы, например, нахождение в небезопасном месте, вызывающее поведение и одежда и др. Человеку спокойнее думать, что беда случилась по какой-либо причине, что жертва сама заставила агрессора напасть на нее.

Специалисты считают, что стокгольмский синдром - не психологический парадокс, а нормальная реакция жертвы на событие, травмирующее психику. Причем этот синдром может проявляться не только при захвате заложников террористами, но и при военных карательных операциях (взятие военнопленных), лишении свободы (в тюрьмах, концлагерях), отправлении судебных процедур, внутри политических групп и религиозных сект (при развитии авторитарных межличностных отношений), при проведении национальных обрядов (например, похищение невесты), похищении людей (с целью обращения в рабство, шантажа, получения выкупа) и довольно часто - при вспышках внутрисемейного сексуального и бытового насилия.

Стокгольмский синдром проявляется не только у непосредственных жертв насилия, но и у аудитории СМИ, рассказывающих о происшествии. В зависимости от подачи информации, зритель может ассоциировать себя как с невинной жертвой, так и с агрессором. В первом случае зритель проявляет сочувствие жертве и ее родным, переживает и осуждает преступника. Во втором случае, чаще всего вследствие патогенного информационного воздействия. К факторам такого воздействия СМИ на аудиторию относятся:

- Нагнетание страха, чувство бессилия, изображение агрессора как стихийного, неуправляемого явления. «Прогремело два взрыва», будто они прогремели не по чьей-то вине, а сами.



- Героизация и мифологизация агрессора.



Шамиль Басаев, террорист.

В сети доступна статья «Первая чеченская война: воцарение террора». Слово «воцарение» недопустимо по отношению к терроризму, так как оно обладает позитивной коннотацией.

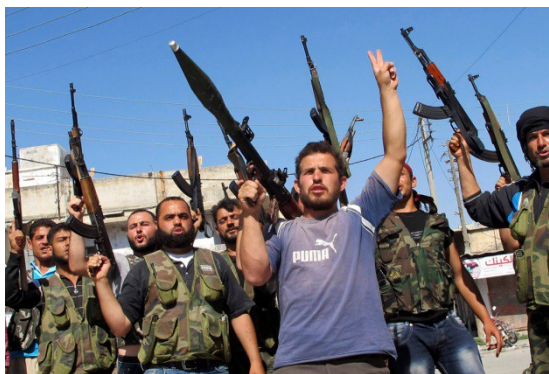
- Показ жертв в момент бессилия и отчаяния, смакование подробностей.



- Прямое или косвенное оправдание действий агрессора. Терроризм нельзя оправдать ничем, любая информация о том, что «террористов вынудили пойти на это», аморальна. Часто терроризм оправдывают религиозными убеждениями, например, исламским джихадом, «священной войной».



- Показ торжества и безнаказанности насильника.



- Предоставление слова агрессору. Иракская радикальная организация "Ансар ас-Сунна" заявила о своей причастности к терактам в Волгограде. Обращение террористов было опубликовано в Сети.



- Изображение террористов в юмористическом ключе.



Правильное изображение агрессора и террориста в СМИ, напротив, может помочь уменьшению страха и отчаяния аудитории, увеличению сознательности. Следует массово освещать успешные антитеррористические акции, не идти на поводу у преступников, публикуя их обращения, показывать их слабыми и побежденными.