

МАНІПУЛЮВАННЯ ЯК СТРАТЕГІЯ КОМУНІКАЦІЇ ЕКСТРЕМІСТСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

***Анотація:** Кожна людина щодня в тій чи іншій мірі впливає на оточуючих і сама стає об'єктом багатостороннього впливу. Власне саме людство живе у світі, що складається з психологічних впливів, і всю історію психологічного мислення можна трактувати як історію пошуків відповіді на питання про сутність, природу, критерії ефективності психологічного впливу, як розвиток поглядів і підходів до пояснення закономірностей і механізмів функціонування даного явища, а також об'єктивних і суб'єктивних умов і факторів, що визначають ефективність самого процесу. В якості ключових напрямків психологічного дослідження, які в історії психології намагалися брати на себе лідерство в розробці проблеми психологічного впливу, можна назвати: психологію пізнання людьми один одного, психологію особистості, психологію спілкування, психологію малих груп і колективів.*

***Ключові слова:** інформаційні технології, засоби масової інформації, стратегічні комунікації, маніпулювання.*

***Annotation.** Each person daily in one way or another affects the others and itself becomes the subject of multilateral influence. As well as the objective and subjective conditions and factors that determine the effectiveness of the process. As the key areas of psychological research that psychology ever tried to take the lead in developing psychological problems influence includes:*

¹Аспірантка кафедри міжнародних медіакомунікацій та комунікативних технологій Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: д. політ. н., доц. Даниленко С.І.

knowledge of the psychology of other people, personality psychology, psychology of communication, psychology of small groups and teams.

Keywords :*informational technologies, mass media, strategic communications, manipulation.*

Аннотация. *Каждый человек ежедневно в той или иной степени влияет на окружающих и сам становится объектом многостороннего воздействия. Собственно само человечество живет в мире, который состоит из психологических воздействий, и всю историю психологического мышления можно трактовать как историю поисков ответа на вопрос о сущности, природе, критерии эффективности психологического воздействия, как развитие взглядов и подходов к объяснению закономерностей и механизмов функционирования данного явления, а также объективных и субъективных условий и факторов, определяющих эффективность самого процесса. В качестве ключевых направлений психологического исследования, в истории психологии пытались брать на себя лидерство в разработке проблемы психологического воздействия, можно назвать: психологию познания людьми друг друга, психологию личности, психологию общения, психологию малых групп и коллективов.*

Ключевые слова: *информационные технологии, средства массовой информации, стратегические коммуникации, манипулирование.*

Постановка проблеми. З кожним роком екстремістські організації все більше розповсюджують свій вплив на світовій арені. За прогнозами міжнародних аналітичних інститутів в майбутньому існує загроза тотального контролю бійцями джихада європейської частини світу, через це актуальним залишається питання детального огляду програми ісламських екстремістських організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Через розвиток каналів мас-медіа з'явилась велика кількість досліджень, що розкриває тему розвитку впливу засобів масової інформації в умовах формування інформаційного суспільства та безпосередньо пов'язаним з цим, зростанням ролі інформаційно-комунікативних технологій. Серед напрацювань з означеної проблематики варто назвати роботи наступних вчених: Д.Белла, Ж.Бодрійара, Е.Гіденса, М.Кастельса, Дж.Лалла, К.Поппера, Е.Тоффлера, Ф.Фукуяму, С.Хантінгтона та ін. Серед вітчизняних авторів, які досліджують інформаційні процеси в умовах глобалізації, слід назвати О.Гриценко, О.Зернецьку, В.Іванова, Є.Макаренко, М.Ожевана, Т.Петріва, Г.Почепцова, В.Шкляра, А.Чічановського.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Досить активно йде «медіа-джихад» і найбільш впливовішою екстремістською організацією на сьогоднішній час вважається «Ісламська держава». Саме на її прикладі буде розглянута стратегія маніпулювання громадськістю.

Формулювання цілей статті. В статті теоретично обґрунтовані та проаналізовані аспекти впровадження та використання маніпулятивних технологій, а також визначено їх вплив на поведінку та зміну мислення суспільства.

Десять років тому у «Ісламської Держави» була інша назва - «Аль-Каїда в Іраку». Цей осередок найвідомішого терористичного угруповання планети виник вже після вторгнення США в Ірак і формувався, в основному, за рахунок радикально налаштованих сунітів, які були незадоволені поваленням режиму Саддама Хуссейна і переходом влади в руки шіїтів (іншого напрямку ісламу). У 2006 році угруповання було розгромлено арміями США та Іраку. Ті, хто змогли врятуватися, осіли в сусідній Сирії.

Після початку «арабської весни» і війни в Сирії «Аль-Каїда в Іраку» проводить ребрендинг. Вона бере собі нову назву і оголошує своїм завданням створення в Іраку і на прилеглих територіях ісламської теократичної держави - халіфату.

Зараз ІДІЛ контролює територію, яку можна порівняти з площею Бельгії, вони оточили столицю - від Багдада їх відділяє 40-60 кілометрів, а стан угруповання оцінюється в \$ 2 млрд.

Отже, для вдалого розуміння стратегії ІДІЛ треба розглянути принципи маніпулятивної стратегії. Маніпулятивна стратегія орієнтується на бездоганне знання та врахування психологічних станів об'єкту впливу, вміння непомітно і спритно змінити думку людини, домогтися від неї потрібних маніпуляторів дій [1, с. 248].

Маніпуляція у її сучасному значенні - це програмування суджень та спрямувань мас, їх настрою і навіть психічних станів з метою забезпечити саме ту поведінку, яка необхідна тим, хто володіє засобами маніпуляції.

Важливою ознакою як імперативної, так і маніпулятивної стратегії впливу є ставлення до людей, свідомістю яких маніпулюють, не як до особистостей, суб'єктів спілкування, а як до об'єктів, свого роду речей.

Особливою рисою маніпулятивного впливу на свідомість людини є її прихований характер. Об'єкту неявного впливу дуже складно протистояти "атакам" подібного роду, оскільки його поведінка, думки й наміри програмуються ззовні, що істотно обмежує його свободу вибору[2].

Принципи маніпулювання в масах будуються на основі позиціонування одного з членів групи в якості лідера і на несвідомому підпорядкуванні інших учасників групи. Характер підпорядкування складається виходячи зі сформованих історичних передумов устрою психіки. Тобто сам маніпулятор свідомо створює якийсь душевний конфлікт опосередкованої групи, а заодно висуває певні вимоги, при виконанні яких дана невротична залежність (тривожність) знімається, у індивідів, ув'язнених в масу, відновлюється психічне здоров'я.

За відомостями західних розвідувальних служб, в останні роки до так званих лідерів налічувалося шість проповідників «ісламської всесвіту» - це Омар АбдулРахман, Мохаммед Хусейн Фадлалла, РашидГаннуші, ГульбеддінХекматіар, мулла Омар і Хасан аль-Турабі. Практично за кожним з них стоїть його організація. Проте їхня кількість може коливатися в залежності від «переслідувань» чи інших подій.

Також, не маючи будь-яких традицій, натовп керується миттєвими бажаннями і діє на підставі єдиного пориву, що направляє його.

Маса до здивування легко відгукується на будь-які маніпуляції. Скоріш за все, вона вже спочатку схильна до них внаслідок того, що за своїм інтелектуальним значенням збори в одному місці навіть високоінтелектуальних індивідів якраз за своїм інтелектуальним станом набагато ближче до психіки древніх людей. «Рішення, що стосуються спільних інтересів, прийняті зборами навіть знаменитих людей у галузі різних спеціальностей, мало все-таки відрізняються від рішень, прийнятих зборами дурнів, так як і в тому і в іншому випадку поєднуються не які-небудь видатні якості, а тільки пересічні, зустрічаються у всіх. У натовпі може відбуватися накопичення тільки дурості, а не розуму»[3].

Розвиток сучасних технологій вносить свої корективи в систему масоутворення. Наприклад, досить хаотичний характер створення натовпу або маси був характерний на початку минулого століття, тоді як в наш час натовп може цілком свідомо моделюватися маніпуляторами за допомогою засобів масової інформації. Тобто якщо раніше, за часів Фрейда і Лебон, ми говорили про стихійність утворення натовпу, то зараз можемо брати до уваги і штучність її формування. Причому і тоді, і зараз необхідно дотримання головної умови формування натовпу: достатнього напруження соціального неспокою. І тоді для масо утворення необхідно буде тільки привід. Який, зауважимо, у наш час найчастіше формується досить штучно (шляхом використання ЗМІ). Втім, стає так само можливо,

використовуючи комунікативну специфіку, і управляти подібним масоутворенням[4].

Наприклад, найуспішніша ініціатива ІДІЛ в соціальних мережах - додаток для Android під назвою TheDawnofGladTidings («Зоря радісних звісток»). Це офіційний сервіс, розроблений програмістами угруповання, щоб тримати лояльних користувачів Twitter в курсі останніх новин джихаду і управляти порядком всього іракського сегмента твіттера.

Як тільки прихильники ІДІЛ реєструються в додатку, «Зоря» починає твітити від їхнього імені однакові повідомлення, вставляючи між кожним символом пробіл - таким чином системі вдається обходити антиспам-бот в Twitter.

Лідери ІДІЛ - не перші, хто усвідомив цінність соціальних мереж для пропаганди своїх ідей і залякування супротивників. Ще в 2008 році присутність «Аль-Каїди» в інтернеті було досить відчутно, її члени та прихильники використовували блоги та інтернет-форуми для поширення своєї ідеології. Рух «Талібан» в Афганістані та сомалійська угруповання «Аль-Шахаб» ще в 2011 році завели офіційні акаунти в Twitter, де регулярно публікували новини. Зараз вони заблоковані керівництвом соціальної мережі. Терористи «Бокохарам» в Нігерії викладають на YouTube заяви своїх лідерів.

У натовпі невроз окремих індивідів передається один одному за допомогою наростання колективного збудження, і запускається механізм маніпуляцій над нею: вирішення завдань і виконання вимог, поставлених маніпулятором. Далі вже відбувається будь-яка хвилююче масу подія. Ця подія приковує увагу натовпу. Тим самим вже як би викликає у натовпу якийсь інтерес. А задоволення інтересу внаслідок зацікавленості подією схиляє як окремого індивіда, так і натовп в цілому до втрати частини свого самоконтролю. В підсумку призводить до підкорення об'єкта маніпуляцій. Тому що чим більше людину заводять почуття, тим більше людина втягується. Виявляючи здатність до підпорядкування.

В результаті колективного збудження індивіди стають менш стійкі до будь-яких впливів. Так само наростає загальне колективне збудження - в групах, масах. А в окремих індивідів це саме колективне збудження пригнічує індивідуальні поведінкові механізми і служить утворенню нових, можливо, і не властивих їй раніше форм поведінки, зміни звичок, вимог, висунутих до себе як до особистості, загальне зниження порога цензури власної психіки і усунення критичності щодо інформації, прийнятої ззовні.

Розглянувши детальніше моделі маніпуляції, що використовуються в психотехнологіях впливу, треба виділи основну модель, яку використовують екстремісти у своїй діяльності, та безпосередньо у вербовці нових «джихадистів» - модель впливу.

Відповідно до результатів низки досліджень прийнято, що сучасна людина в середньому задовольняє свої потреби таким чином: фізіологічні - на 85%, потреби в безпеці - на 70%, соціальні потреби - на 50%, у повазі і визнання - на 40%, потреба в самореалізації - на 10% [5].

Таким чином, чим вище рівень потреб в їх ієрархії (по Маслоу), тим менше частка їх задоволення. Це відкриває великі можливості для вибору мішеней впливу і для конструювання відповідних прийомів прихованого управління.

Екстремістські організації використовують потреби людей проти них самих, маніпулюючи потребами людини вони вміло завербовують нових прибічників.

Мішені можуть і формуватися ініціатором. Наприклад, сприяння неадекватній самооцінці (заниженої або завищеної), щоб полегшити приховане управління над особами. Також дуже часто мішенню стає почуття провини. Маніпуляторами це почуття експлуатується особливо охоче, для цього почуття провини у жертви створюється штучним шляхом.

Мішенню впливу нерідко стають заздрість, страх, усвідомлення адресатом своєї слабкості перед переважаючою силою. Мішенями можуть

служити низинні пристрастілюдини або його агресивні устремління, почуття власності, нестійкість перед спокусою грошима, владою, славою.

Більш технічні способи прихованого управління припускають попереднє культивування думок чи бажань, закріплення в груповій свідомості або в уявленнях, щоб потім адресуватися до них. Наприклад, створюється міф про те, що Аллах призиває до терористичних актів, що тільки так можна захистити свою віру.

Висновки. Треба приділити особливу увагу контролю використання мас медіа. У столітті інформаційних технологій та інформаційних війн, практично всі терористичні організації ведуть свою діяльність в соціальних медіа, за уми молодих людей в інформаційно-пропагандистських акціях, враховуючи її доступність і популярність у молодіжному середовищі. На інформаційному фронті «західний» світ поки програє, а це означає, що час переглядати застарілі концепції інформаційних війн, і перестати сприймати Інтернет і його популярні сервіси в першу чергу як засоби розваги. Кількість завербованих серед молодого покоління в Європі зростає з кожним тижнем, це ставить ісламське питання для Європи пріоритетним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование массовыми психическими процессами посредством психоаналитических методик. — Спб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. — 248 с.

2. Ле Бон Г. Психология народов и масс [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/lebon/index.php

3. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.vapp.ru

4. Джихад в Twitter:
Как террористы осваивают приёмы социального маркетинга [Электронный
ресурс] – Режим доступа: <http://apparat.cc/network/isis-social-war/>

5. The Guardian: Who is behind Isis' terrifying online propaganda operation?
[Электронный ресурс] – Режим
доступа: <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/23/who-behind-isis-propaganda-operation-iraq>