ПАМЯТКА (РЕКОМЕНДАЦИИ)
по организации профилактической работы в сети Интернет

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях Интернет необходимо отнести к одному из основных каналов массовой информации, который, с высокой степенью эффективности может воздействовать на молодых людей, неопределившихся в своих идеологических приоритетах, чьи ценностные ориентации и смысловые установки еще неустойчивы и их жизненные траектории могут склониться как в сторону принимаемых обществом моделей поведения, так и асоциальных, антиобщественных действий, а также на тех, кто входит в состав террористических бандформирований и экстремистских группировок. Тенденции к расширению доли Интернета в информационном пространстве личности, уровень приобщённости личности к ИТ-технологиям, оказывает большое влияние на формирование ценностно-смысловых установок личности и специфику оценки информации антитеррористической направленности.

Доля активной аудитории, то есть выходящих в Интернет в России хотя бы раз в сутки, сейчас составляет более 52 млн. человек[1]. Появившись сравнительно недавно, в середине 90-х, ныне об Интернете можно говорить как о полноценном информационном пространстве – на наших глазах появился новый мир – виртуальное пространство.

Поскольку Интернет модифицирует (а иногда и существенно деформирует) традиционные формы взаимодействия и общения между людьми, его контенты (содержательное наполнение) и технологии воздействия на личность (методы, способы и приемы, которые заставляют человека прийти к оценочному суждению) отличаются от того, что используется в средствах массовой информации, следовательно, в информационном поле Интернета требуются особые знания, умения и навыки в вопросах противодействия идеологии терроризма и экстремизма.

Важнейшими качественными признаками новой виртуальной реальности, в качестве которой и выступает Интернет, являются ее глобальность и интерактивность. Интернет не признает условностей государственного суверенитета, форм политического участия, иерархических структур, политических партий и других институциональных субъектов политики. Политические последствия использования сети противоречивы и неоднозначны. С одной стороны, Интернет позволяет снимать географические и структурные ограничения прямого политического участия, коллективного действия, устранять дистанцию между гражданами и лицами, принимающими решения, расширять горизонты культуры гражданственности. С другой стороны, необходимо учитывать, что современные информационные технологии, по мере расширения их сферы применения в повседневной жизни, делают общество более уязвимым перед политическим контролем, способствуют наращиванию и совершенствованию инструментария политического господства, создают потенциальную возможность авторитарной социализации и манипулятивного воздействия на личность, предоставляя возможность различным экстремистским и террористическим организациям захватывать широкое информационное пространство. В этом плане, развитие новых информационных технологий бросает вызов интересам общественной и государственной безопасности.

Многогранная проблема регулирования этих процессов имеет технические, политические, нравственные, экономические и правовые и, конечно же, психологические аспекты. Этим ресурсом активно пользуются те, кто претендует на идеологическое влияние, и, в частности, представители различных террористических и экстремистских организаций. Для того чтобы государство и общество могло противостоять этой идеологической угрозе, необходимо не только понимать механизмы наиболее эффективных методов и технологий противодействия идеологии терроризма и экстремизма в информационном поле Интернета, но и активно использовать возможности

---

[1] Фонд Общественное Мнение: «Интернет в России: динамика проникновения. Весна 2013» http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10950

Интернета для трансляции приоритетов государственной политики.

Данная «Памятка» разработана для сотрудников АТК с целью формирования у них ориентировочной основы действий для проведения антитеррористической пропаганды в сети Интернет.

ПРИЗНАКИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ИДЕОЛОГИИ. ПРОПАГАНДА И КОНТРПРОПАГАНДА

В настоящий период группировки боевиков и представители экстремистских движений объединяются на новейшей идеологической основе, разработанной в зарубежных, в том числе и исламистских центрах, а затем уже дополненной собственными идеологическими наработками. Неизбежным воплощением носителей идеологии религиозного, политического и национал-шовинистического экстремизма всегда выступает терроризм. Радикальная идеология, призывающая к агрессивному противостоянию, формирующая измененные состояния сознания отдельного человека, позволяет их носителям не только оправдывать совершаемые преступления, но планировать и, в последующем, осуществлять диверсионно-террористические и военные акции, которые позиционируются как единственно эффективные в складывающихся обстоятельствах.

Особому риску подвержена молодежь, поскольку именно ее сознание восприимчиво к влиянию со стороны адептов террористической идеологии, следовательно, в **целях идеологического противодействия экстремизму и терроризму работа с молодежью** должна стать одним из приоритетных направлений реализации государственной политики, и именно понимание социального самочувствия молодых людей, их умонастроения, того, как они себя ощущают в преобразующихся социально-экономических, политико-правовых, культурно-идеологических условиях, особенно значимо для профилактики идеологии экстремизма и терроризма.

Современные террористические движения используют сегодня тактику «ожидания», внедряясь через Интернет в идеологическое пространство российского общества, накапливая свой потенциал в молодежной среде и выжидая очередного идеологического кризиса в каком-либо из регионов. В этом плане особую тревогу вызывает **использование Интернета** как в пропагандистских целях, так и для распространения различных материалов по организации террористической деятельности, а также для непосредственной координации и управления лицами, оправдывающими экстремизм и терроризм.

Приоритетной целью контрпропагандистской деятельности в сфере противодействия распространению идеологии терроризма является формирование антитеррористического, антиэкстремистского мировоззрения. Исходя из этого о**сновными принципами контрпропагандистской деятельности в сфере противодействия идеологии терроризма,** как составляющей общегосударственной концепции безопасности должны стать:

- гуманизм,
- общегосударственный патриотизм,
- идеологическая обоснованность,
- социальная справедливость,
- соблюдение прав человека,
- системность, последовательность и эффективность,
- сочетание централизации и регионализации,
- учет особенностей менталитета и гендерных трансформаций,
- опора на поддержку и доверие народа,
- сочетание гласности и профессиональной тайны.

Только основываясь на данных постулатах, работа по антиэкстремистской пропаганде может принести результаты.

Закон от 25 июля 2002 г. № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» существенно ограничивает возможности открыто транслировать ценности экстремисткой и террористической идеологии. В Законе дается в основном правовая и политическая характеристика экстремизма в совокупности определенных

взглядов, действий, поступков. Если все эти характеристики будут позиционироваться в информационных контентах (включая Интернет-контенты, социальные сети, блогосферу) как позитивные, то это можно рассматривать как прямое нарушение законодательства, и следовательно, такой контент будет запрещен, а его создатели должны понести наказание. Закон предусматривает запрещение контентов, ориентированных на позитивную оценку информации следующего содержания:

1) Деятельность общественных и религиозных объединений, либо иных организаций, либо средств массовой информации, либо физических лиц по планированию, организации, подготовке и совершению действий, направленных на:

- насильственное изменение основ конституционного строя и нарушение целостности Российской Федерации; подрыв безопасности Российской Федерации;
- захват или присвоение властных полномочий;
- создание незаконных вооруженных формирований;
- осуществление террористической деятельности;
- возбуждение расовой, национальной или религиозной розни, а также социальной розни, связанной с насилием или призывами к насилию;
- унижение национального достоинства;
- осуществление массовых беспорядков, хулиганских действий и актов вандализма по мотивам идеологической, политической, расовой, национальной или религиозной ненависти либо вражды, а равно по мотивам ненависти либо вражды в отношении какой-либо социальной группы;
- пропаганду исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их отношения к религии, социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности;

2) пропаганда и публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики, либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени смешения;

3) публичные призывы к осуществлению указанной деятельности или совершению указанных действий.

Закон также предусматривает запрет позитивной оценки экстремистских материалов (их определение дано в статье 1 Федерального Закона № 114-ФЗ), включающих в себя труды руководителей национал-социалистской рабочей партии Германии, фашистской партии Италии, публикации, обосновывающие или оправдывающие национальное и (или) расовое превосходство, либо оправдывающие практику совершения военных или иных преступлений, направленных на полное или частичное уничтожение какой-либо этнической, социальной, расовой, национальной или религиозной группы.

Помимо прямого нарушения данного закона, в реальной практике в СМИ и ИТ-контентах, могут встречаться завуалированные (скрытые, опосредованные, манипулятивные) техники освещения информации, которые влияют на оценку террористических и экстремистских позиций, и ориентированы на их оправдание или распространение среди различных групп населения.

Самым эффективным способом противодействия идеологии терроризма и экстремизма является убеждение.

Для достижения убеждающего эффекта в информационных контентах могут быть использованы технологии *прямого* и *опосредованного* воздействия. Прямые технологии воздействия на ценностные ориентации и смысловые установки потребителей информационных контентов – это традиционно прямой способ воздействия на мировоззренческие оценки и идеологию адресной аудитории. Он основан на убеждении людей, обращении к их разуму с применением рациональных аргументов, логики, привлечением позитивного эмоционального подкрепления, авторитетов, конкретных примеров. Необходимой составной частью проведения такой разъяснительной работы должен быть учет реальной обстановки в общественных мнениях и инициация личных

жизненных ценностей потребителей информационных продуктов. При этом важно понимать расстановку сил, реальные интересы людей, необходимо апеллировать к доказательной научной базе и аналитическим материалам. Для реализации технологий прямого воздействия необходимо давать четкие, броские, понятные лозунги, апеллировать к реальному опыту; формировать установки сопричастности и общих ценностей для различных групп населения.

В отношении формирования идеологии, способствующей распространению экстремизма и терроризма, могут быть использованы не прямые, а опосредованные (косвенные, завуалированные) трансляции (методы), которые напрямую не попадают под действие закона, но могут способствовать инициации возникновения установок террористической направленности.

Технологии, которые способны воздействовать и вызывать изменения (трансформировать) смысловые установки в форме опосредованной трансляции террористической и экстремистской идеологии основываются на:

- положительной привлекательности ощущения принадлежности к тайной могущественной организации (решение проблем самоидентификации). В этом контексте человек обретает символическое бессмертие, недопустимое в обыденной жизни;

- деформациях смысла жизни и трактовках экзистенциальных ценностей (исходная позиция: каждый нормальный человек верит в нечто более важное, чем жизнь. Нам необходимо что-то, что бы наделило нашу жизнь и нашу смерть смыслом. И чем ближе и более незамедлительна для нас смерть, тем больше мы нуждаемся в ценностях группы и именно эти ценности придают смысл жизни и смерти);

- тематике, не связанной с религией, но допускающей террористические формы протеста (борьба за права животных и за спасение окружающей среды может также быть поводами, оправдывающими терроризм);

- характеристиках исторических позиций как основ для достижения светлого будущего любой ценой (оправдание террористических событий прошлого);

- групповых ценностях, сфокусированных на силе личности в малой группе людей с одинаковыми убеждениями, которые совершают террористическое насилие (романтизация магии сильной личности, которая готова поставить интересы группы выше всех своих жизненных интересов);

- соперничестве разных групп ценностей (манипуляция тематикой: какая религия лучше и благороднее, какая религия более гуманна к своим последователям). Ради принадлежности к группе и получения групповой поддержки человек способен на куда более высокий уровень агрессии, чем в индивидуальной деятельности;

- манипуляциях, связанных с отчуждением государственных институтов от индивидуальных жизненных ценностей (например, пропасть между богатыми и бедными или чиновник всегда враг, мешающий справедливости и т.д.);

- манипуляциях, связанных с трансляцией ложной информации, которая подкреплена ссылкой на авторитеты или научное обоснование (например, упоминание, что «террориста можно вычислить по цвету его ауры, так уже давно делают Израильские спецслужбы»).

Для противодействия идеологии терроризма и экстремизма необходимо использовать технологии контрпропаганды, а для формирования устойчивых идеологических и антиэкстремистских ценностей у населения – применять методы пропаганды.

Основные направления контрпропагандистской деятельности в сфере противодействия идеологии терроризму в сети Интернет включают в себя:

1**) Разработку методов противодействия идеологии терроризма**, как совокупности основных способов воздействия на целевые группы населения с целью формирования ценностно-смысловых установок, ориентированных на

антитеррористические, толерантные формы сознания и поведения.

2) Использование *конкретных методик* – описание конкретных приёмов, способов и техник по реализации методов противодействия идеологии терроризма.

3) *Содержание методик* – содержательно-информационные компоненты, составляющие познавательную основу методики воздействия на ценностно-смысловую сферу различных групп населения (факты, примеры, сопоставительная информация, конструкты убеждающего характера и т.д.).

4) *Анализ содержания методик* – оценка когнитивных составляющих методики идеологического воздействия в соответствии с заявленными целями (когнитивный ресурс): адресная направленность (возраст, гендерные особенности, социальные параметры и т.д.), информационная новизна, культурологическая и этническая целесообразность и т.д.

5) *Операционализация методик* – совокупность приемов и способов воздействия на целевые аудитории, позволяющие вывести содержание конкретной методики на уровень личностной ценности субъектов воздействия (мотивационно-динамические технологии и техники воздействия: эмоциональное заражение, сопереживание, альтернативное позиционирование, смысловой резонанс и т.д.).

6) *Практики применения методик* – применение конкретной методики в реальной практике общественно-политической жизни в соответствии с социально-экономическими и социально-психологическими особенностями определенных целевых групп населения.

7) *Оценка практик применения методик* – определение эффективности и результативности использования методик в соответствии с поставленными целями идеологического воздействия.

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ИДЕОЛОГИИ ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА

Разоблачение идеологии терроризма и экстремизма

Во взаимодействии с религиозными и общественными организациями необходимо сформировать в обществе устойчивое понимание общественного неприятия идеологии экстремизма и терроризма. Для разоблачения этой идеологии в сети Интернет целесообразно использовать технологии аргументации и контраргументации, которые при правильном применении способствуют достижению убеждающего эффекта.

Аргументация – способ воздействия на позицию другого, а не демонстрация собственных достижений. Чтобы добиться успеха, надо действовать (излагать информацию) в рамках логики оппонента. Если другой человек не понимает или не принимает Ваших аргументов, необходимо изменить свои доводы, приспособив их к логике рассуждений оппонента. Ваша цель добиться не того, чтобы Ваш оппонент перестал возражать, а того, чтобы он понял и принял предлагаемое решение.

Контраргументация – выдвижение своих доводов (контраргументов) для опровержения аргументов и выводов оппонента.

При построении аргументации (и контраргументации) важно:

- правильно подбирать формулировки для сообщения собеседнику необходимой информации, стремиться к лаконичности, следить за тем, чтобы формулировки были точными и понятными для собеседника;
- необходимо ориентироваться на собеседника: оперировать его понятиями и терминами, опираться на признаваемые им критерии и аргументы, учитывать его интересы, цели и мотивы;
- аргументы должны быть достоверными для собеседника;
- полезно делать свое изложение как можно более наглядным: использовать вспомогательные средства (схемы, расчеты, инфографические материалы), образные

выражения (сленг, метафоры, пословицы, поговорки), а также сравнения, понятные собеседнику и опирающиеся на его жизненный опыт;

- вести аргументацию корректно по отношению к собеседнику: открыто признавать его правоту, избегать пустословия, не стараться его запутать, избегать манипулятивных и спекулятивных приемов воздействия;
- следует избегать излишней убедительности, которая может быть расценена как давление и вызовет отпор со стороны.

В ходе диалога Вам необходимо придерживаться следующих правил поведения:

- Помните, что Вы говорите с человеком. Не забывайте об эмоциональной сфере. Когда Вы ведете дискуссию в Интернете, то имеете дело с экраном компьютера, то есть Вы лишены возможности использовать невербальные средства общения (жесты, мимику, интонации). Написанный текст – это все, что видит Ваш собеседник. В ходе дискуссии можно очень легко ошибиться в толковании слов вашего собеседника и, к сожалению, забыть о том, что Ваш визави тоже человек со своими чувствами и привычками.
- Следите за формулировками и используемой лексикой. Когда Вы что-то пишете в Интернете, помните, что Ваши слова фиксируются. Вероятно, они сохранятся там, где их уже невозможно будет скорректировать или удалить. Всякое сообщение, посланное Вами, может быть сохранено и переправлено куда-то дальше, а возможности повлиять на этот процесс у Вас нет.
- Помните, где именно Вы находитесь в Интернете. Модель поведения, принимаемая в одном месте, неприемлема в другом. Оказавшись на новом сайте, в страничке соцсети или новом блоге, сначала «осмотритесь» и прочитайте, как и о чем говорят участники дискуссии. Какие методы убеждения используются, на какую фактуру ссылаются собеседники и т.д. Только после этого вступайте в разговор.
- Сохраняйте реноме и репутацию. Используйте преимущества анонимности. Отдавайте себе отчет в том, где, с кем и о чем Вы говорите. Возможно, Вам придется выдавать себя за кого-то иного – помните, что небрежно брошенная фраза может показать, что Вы не тот, за кого себя выдаете. Старайтесь следовать выбранной Вами тактике поведения.
- Перепроверяйте факты. Недостоверная информация способна вызвать целый шквал эмоций в Интернете и превратить Вас в глазах собеседников из эксперта в необразованного любителя.
- Старайтесь избегать обобщений. Вас никто не уполномочивал говорить от чьего-то имени. Чем чаще Вы будете использовать обороты «я считаю…», «по моему мнению…» и т.д., тем реже Вас сумеют упрекнуть в чрезмерном собственном величии и иных неприятных свойствах.
- Ваш текст должен быть логичен. Он должен быть выстроен так, чтобы в нем не было ни одной «логической дыры», которой не преминут воспользоваться Ваши собеседники с целью опровержения Вашей аргументации.
- Соблюдайте законы. В реальной жизни большинство из нас подчиняется законам и правилам, декларируемым государством и обществом. С одной стороны, Интернет экстерриториален, а с другой – Вы обязаны не только соблюдать законодательство своей страны, но и стараться не нарушать законы того государства, на территории которого или в информационном пространстве которого находится нужный Вам ресурс. В Интернете законы есть. Но именно из-за экстерриториальности Интернета эти законы работают в нем не так, как в обычном, реальном мире. Несмотря на это, соблюдать их необходимо.

ПРИЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ АРГУМЕНТАЦИИ И КОНТРАРГУМЕНТАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

«Фундаментальный метод» - предоставление собеседнику фактов и цифр, подтверждающих доказываемые тезисы и положения.

Малопродуктивным приемом аргументации является прямое непрерывное изложение доказательства. Лучше использовать ***метод «поэтапного согласия»***, при котором вся логическая цепь доказательства разбивается на отдельные отрезки и после каждого отрезка следует пауза и обращение к собеседнику, выяснение его согласия или несогласия, возникших у него возражений и вопросов.

Многие из возникающих возражений можно предвидеть заранее, и тогда полезно использовать прием «**противопоставления аргументации**» - ***«да, ... но...»***, когда вы соглашаетесь с доводами против вашей позиции, но подчеркиваете, что эти слабые ее стороны перевешиваются сильными аргументами в ее защиту. Таким образом, с одной стороны, выражается согласие с оппонентом и уважение его позиции, а с другой – он лишается возможности использовать приведенные вами соображения против вас.

«Метод кусков» - расчленение высказывания собеседника на отдельные части: «это точно», «насчет этого существуют различные точки зрения», «это полностью ошибочно».

«Метод противоречия» - основан на выявлении противоречий в аргументации собеседника.

«Метод видимой поддержки» - демонстрация согласия с приведенными доводами оппонента, а затем – выдвижение контраргументов.

Какие из этих методов использовать и в какой момент их применять - не существует универсальных рецептов. Владея всем перечисленным, Вы будете компилировать их в том сочетании, которое потребуется в ходе конкретного диалога. Если Вы вступаете в уже идущую дискуссию, прочитайте что было написано ранее и выявите те методы, которые (возможно, неосознанно) используют в доказательстве своей правоты участники дискуссии. Допустим, Ваш оппонент выступает с **позиций непоколебимой убежденности в своей правоте** – используйте методы «видимой поддержки» и «противопоставления аргументации».

Если Ваш оппонент в своей **доказательной базе противоречит сам себе или использует заведомо ложные предпосылки и мифы** - используйте методы «кусков» и «противоречия». Задавая наводящие вопросы, заставьте собеседника самого пытаться объяснить возникшие несостыковки и противоречия.

Нейтрализация замечаний

Для того, чтобы достойно встретить замечания и возражения, необходимо знать, что и когда следует отвечать. Это зависит, прежде всего, от типа, к которому относится высказанное замечание.

1) Невысказанные замечания, то есть те, которые собеседник не успевает, не хочет или не может высказать. Для нейтрализации подобных замечаний Вам необходимо перейти к диалогу, активизировать собеседника при помощи открытых вопросов.

2) Отговорки**,** то есть замечания, не связанные с предыдущей аргументацией**,** по существу не являющиеся настоящими замечаниями, и служащие лишь проявлением нежелания собеседника продолжать беседу или открыто высказываться по обсуждаемому вопросу - примите их к сведению и не дискутируйте по этому поводу.

3) Предубеждения, выражающиеся в виде неприятных замечаний, имеющих под собой эмоциональную почву. В этом случае логические аргументы не действенны. Прежде чем продолжать дискуссию необходимо подробнее выяснить мотивы и точку зрения собеседника, обсудить аналогичные случаи. И только после тщательного разбора ситуации переходить к логической контраргументации.

4) Ироничные (ехидные) замечания – либо «пропускайте мимо ушей», либо

отшучивайтесь, но ни в коем случае не поддерживайте такой тон.

5) Стремление к получению информации - дайте спокойный и деловой ответ, попытайтесь разобрать вопрос вместе с собеседником.

6) Желание проявить себя – не препятствуйте собеседнику в выражении собственной значимости или стремлений. Предоставьте больше свободы выражения собеседнику, восстановите паритет в беседе (не давите на него, избегайте самоуверенного тона, учитывайте точку зрения собеседника, отдавайте должное его аргументам и доводам).

7) Объективные замечания по существу вопроса – профессиональные замечания, отвечая на которые не надо противоречить в открытую, лучше показать, что Вы понимаете его позицию, предложить еще раз обсудить Ваше предложение.

8) Общее сопротивление – необходимо снизить тревогу собеседника, создать для него психологически более комфортные условия, внести в беседу больше определенности. Если сопротивление не снижается, попытаться переформулировать тему беседы.

Приемы нейтрализации замечаний:

- Вам надо постараться точнее понять смысл замечания, задавая вопросы, подвести собеседника к тому, чтобы он сам ответил на замечание или от него отказался;
- признать его правоту и продолжать свое выступление, особенно если замечания сделаны к месту;
- попытаться превратить замечание в стимул к дальнейшему выступлению;
- резко выступить против некорректных или уничижительных замечаний;
- для смягчения воздействия нескольких замечаний и возражений можно использовать **«метод сжатия»** - ответить на них одной фразой, сконцентрировав в ней все существенное (напр. *«с этим... этим... и этим я полностью с Вами соглашусь. Мне кажется, что это правильнее это было бы назвать…»*);
- перефразировать замечание собеседника, одновременно смягчая его смысл (напр. *«правильно ли я Вас понял, и Вы хотели сказать..?»*);
- использовать «метод опроса» - не отвечая на замечания собеседника, задавать ему вопросы; при этом строить свои вопросы так, чтобы он сам отвечал на свои замечания;
- если замечание очень мешает ходу беседы или полностью ее блокирует, использовать «метод отсрочки» - попросить разрешения вернуться к этому замечанию чуть позже (замечание теряет свое значение по мере удаления беседы от того момента, когда оно было сделано).

В любом случае при ответе на замечания в сети Интернет необходимо придерживаться следующих правил:

1) избегать открытого противоречия;
2) сохранять спокойный, доброжелательный тон;
3) с уважением относиться к позиции собеседника;
4) подчеркивать позитивные моменты, признавать правоту собеседника;
5) избегать личных оценок;
6) быть лаконичным.

ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

В идеологическом противоборстве большое место занимают технологии информационно-психологического воздействия (манипулирования) в массовых информационных процессах, которые зачастую выступают в качестве контрмер (или оппонента) при формировании антитеррористических ценностей.

Технология в современной коммуникативной науке – это совокупность приемов, методов и средств, используемых для достижения конкретных целей, в частности, для

осуществления деятельности на основе рационального ее «расчленения» на процедуры и операции с их последующей координацией, синхронизацией и выбором оптимальных средств и методов их выполнения.

Технологии информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах базируются на использовании возможностей для воздействия на массовое и индивидуальное сознание аудитории и молодежи в частности.

Экстремистские и террористические сайты зачастую используют в своем арсенале воздействия на личность самые разные средства – от способствующих процессу формирования террористических позиций, так и вызывающих реакции страха, неуверенности, психологической напряженности. Эти технологии применяются в качестве средства разрушения политической стабильности в обществе, а также формирования террористической идеологии.

Основные технологии воздействия на общественное сознание через Интернет-контенты

1) Манипулирование с истинной информацией.
2) Тенденциозный подбор тем и материалов.
3) Эмоциональное комментирование, представление происходящего.
4) Технология влияния на деформацию архетипических образов, внедрение в общественное сознание элементов нестабильности, дезорганизованности, хаоса, неуверенности и страха.
5) Использование контентов как канала доведения до населения, руководства страны нацеленной дезинформации.
6) Технологии манипуляции с опросами общественного мнения.
7) «Эффект CNN»(тенденциозное представление информации).
8) Эксплуатация всевозможных слухов, которые могут целенаправленно влиять на информационно-психологический климат в обществе.
9) Использование контентов как инструмента непосредственного доведения до общества и отдельных личностей угроз, ультиматумов, «импульсов» диктата и устрашения.

Например, технология **«манипулирования с истинной информацией»** является одной из наиболее широко распространенных технологий информационно-психологического воздействия на общественное сознание. Так, организованное блокирование части информации или запрет на выражение точки зрения противоположной стороны при акцентировании политически выгодных тем может вызвать у пользователей реакцию, которая будет неадекватной происходящим в действительности событиям.

Технология манипуляции **опросами общественного мнения** входит в состав технологий для воздействия на общественное сознание. Основана на демонстрации в информационном потоке некорректных результатов опросов, что может деформировать не только мнение личности, но и общественное мнение. Опросы, являясь по существу средством зондирования состояния общества, в принципе позволяют манипулировать общественным мнением.

Технология влияния контентов на **деформацию архетипических образов** – одна из технологий для воздействия на общественное сознание, посредством которой осуществляется внедрение в общественное сознание элементов нестабильности, дезорганизованности, хаоса, неуверенности и страха. Эта технология состоит в воздействии на стереотипы, установки, сложившиеся у населения конкретной страны, в вытеснении из общественного сознания доминирующей национальной идеи, объединяющего морального начала и рассчитана на реализацию в долгосрочном, стратегическом плане.

«Эффект CNN» – одна из технологий для воздействия на общественное сознание

через СМИ, заключается в демонстрации потрясающих психику аудитории актуальных событий в реальном масштабе времени. Благодаря эффекту "присутствия" пользователя в гуще событий (например, при бомбардировках городов) достигается эмоциональное усиление оказываемого на аудиторию психологического воздействия, которое закрепляется нацеленным комментарием.

В политических процессах активно используются манипулятивные технологии. Все политические технологии манипулирования поведением человека действуют в ограниченном временном и функциональном диапазоне. Степень их эффективности определяется духовной зрелостью людей, их готовностью обманываться. Глубинной основой политических манипулятивных технологий является конструирование мифов, обращение не к разуму человека, а к глубинам подсознания. Люди позволяют собой манипулировать, сбрасывая ответственность за свои поступки на так называемых манипуляторов.

Метод политических мифов – направлен на изменение основы ориентации человека, в качестве которой служит складывающаяся в мозгу определенная картина мира, с которой сравниваются явления, наблюдаемые в окружающей среде. Изменение картины мира может происходить внедрением в сознание политических мифов, позволяющих заменить целостное мировоззрение фрагментарным, изменить объективную картину мира, приводя к неадекватному искаженному пониманию реальности, своего рода психическим сдвигам.

Противодействовать манипуляциям возможно с помощью технологий убеждающего воздействия. Чтобы перевести убеждающую информацию, являющуюся пока ценностью лишь для транслятора государственных и общественных ценностей, в личностно значимую и для молодого человека, последнему необходимо показать, что основанные на этой информации действия и поступки не только не будут противоречить его ценностным ориентациям, но и будут способствовать удовлетворению его определенных потребностей и соответствовать его ценностным ожиданиям.

Примеры технологий воздействия, которые могут влиять на ценностные установки пользователей Интернета

Анонимный авторитет - излюбленный прием введения в заблуждение, активно используемый в различных Интернет-контентах. Он относится к т.н. «серой» пропаганде. Одним из самых эффективных методов влияния является обращение к авторитету, который может быть религиозным или политическим деятелем, ученым или представителем другой профессии.

«Будничный рассказ» - «будничное» или «обыденное» изложение информации используется, например, для адаптации человека к информации явно негативного, вызывающего отрицание, содержания. Предполагается, что пользователь, многократно сталкиваясь с информацией такого рода, перестает реагировать на самые чудовищные преступления и массовые убийства, происходящие в обществе. Наступает психологический эффект привыкания.

«Забалтывание» - метод используется, когда необходимо снизить актуальность или вызвать негативную реакцию к какому-либо явлению. Метод «забалтывания» нередко применяется для создания «информационного шума», когда нужно скрыть какое-то важное событие или главную проблему в его основе лежит эффект размытия внимания, за счет большого объема текста с малой информационной нагрузкой.

Эмоциональный резонанс - данную технику определяют как способ создания у пользователей определенного настроения с одновременной передачей пропагандистской информации. Эмоциональный резонанс позволяет снять психологическую защиту, которую на мыслительном уровне выстраивает человек, сознательно пытаясь оградиться от пропагандистского или рекламного «промывания мозгов».

Эффект бумеранга - организация тотальной травли своего оппонента, приводит к тому, что в итоге он начинает вызывать жалость и симпатию у широкой аудитории.

Эффект ореола - базируется на коварном психологическом свойстве - человеческой склонности мыслить «ложными аналогиями» и состоит из двух распространенных стереотипов-заблуждений:

1) «Рядом - значит вместе». Вследствие этого феномена нахождение рядом со знаменитым или высокопоставленным человеком несколько повышает статус в глазах окружающих.

2) Второй стереотип человека, добившегося весомых успехов в какой-то конкретной области, окружающие считают способным на большее и в других делах.

Эффект первичности - в современной пропаганде существует принцип: человек, сказавший миру первое слово, всегда прав. Здесь срабатывает один из эффектов восприятия: мы склонны отдавать предпочтение той информации, что поступила первой. Изменить уже сформировавшееся мнение очень трудно.

Информационная блокада – замалчивание или заведомо искаженное описание происходящего. Информационная блокада всегда тесно связана с **информационным доминированием**. Это две стороны одной медали. К ним прибегают как в случае военных действий, так и в мирное время.

Эти методы в Интернет пришли, прежде всего, из средств массовой информации. В связи с этим актуальным становится вопрос, что первично в появлении и распространении информации СМИ или Интернет, и что на что в большей степени влияет сегодня.

СМИ И ИНТЕРНЕТ

Средства массовой информации в «чистом», первозданном виде – это информационная журналистика и аналитика. Вначале именно из газет, а с течением прогресса посредством радио и телевидения, люди узнавали свежие новости. Традиционные СМИ являлись эксклюзивными площадками первичной публикации значимой информации, а также задавали основные тренды в ее общественном восприятии. За последние несколько лет (начиная с 2010 г.) изменились принципы формирования информационной повестки. Произошла трансформация информационного пространства. Основную роль в формировании информационной повестки стали играть соцсети, блоги и особенно микроблоги. Таким образом, сегодня и пресса, и конечный потребитель в основном получают информацию из одного и того же источника – Интернета.

Впрочем, говорить об окончательной гибели СМИ и их замещении «народной журналистикой соцсетей» рано. Это не произошло по нескольким причинам: СМИ – это в большей степени политический инструмент, которым легче управлять. В Интернете ее вычленение из потока дезинформации, ненамеренных искажений и просто истерии превратилось в задачу практически непосильную для рядового пользователя. Чтобы вычислить реальное событие, требуется несколько часов перекрестной проверки фактов, причем делать это надо уметь, в том числе имея источники, заслуживающие доверия, и массу свободного времени и желания. В любом случае к тому моменту, когда Вы, все проверив, вытащите из-под «гор» лжи крошечный кусочек правды, это уже будет никому не интересно. Искать единственно верную правду в СМИ тем более бессмысленно у журналиста – времени на скрупулезную перепроверку фактов нет и подавно.

Интернет для СМИ - это главный источник новостей и одновременно средство передачи информации, в том числе и своей собственной. Что первично сегодня – ответить крайне сложно.

Контроль и противоборство с идеологией терроризма в сети Интернет

(блокировка сайтов, публикации на форумах, «живых журналах» и в социальных сетях)

Интернет, по мере расширения сферы его использования в повседневной жизни, создает потенциальную угрозу манипулятивного воздействия на личность, в том числе со стороны субъектов политического процесса.

Нежелательные материалы в Интернете могут быть размещены в виде текстов, фотографий, видеозаписей, звуковых записей, а также могут передаваться в виде файлов, содержащих какие-то из этих компонентов. Чаще всего материалы представляют собой текст или текст с графическими изображениями, но в последнее время, в силу технического прогресса, перестала быть проблемой передача файлов большого объема, в том числе и видеоизображений. Нежелательные материалы могут быть не только прочитаны в Интернете целенаправленно, но и получены в виде спама по электронной почте. При этом одним из главных способов узнать адрес веб-сайта с искомой информацией – это найти его через поисковую систему. Поисковая система выдает много ссылок на самую разную информацию, в том числе, возможно, и на нежелательные материалы. Кроме этого, двигаясь по ссылкам от одного веб-сайта к другому намеренно или случайно, можно перейти к сайту, содержащему нежелательные материалы.

Контрпропагандистская деятельность в Интернете может осуществляться по двум главным направлениям: ограничение доступа к определенным материалам и создание многочисленных контролируемых специалистами сайтов в целях публикаций на их страницах контрматериалов или опровержение существующих.

Ограничительное (разрушительное) направление деятельности в сети Интернет может осуществляться путем:

- запрета доступа конкретным лицам или конкретным компьютерам в Интернет в целом;
- сокрытия результатов поиска в поисковой системе;
- запрета доступа к веб-сайтам с определенными, заранее известными адресами, где размещены нежелательные материалы;
- усложнения доступа к определенной информации (принудительное снижение скорости соединения для предотвращения скачивания и получения материалов).

Подобные меры могут реализовываться правоохранительными органами и специальными службами, однако, задача выявления противоправного контента и информирования о нем компетентных органов, в том числе, задача и гражданского общества, при помощи уже разработанных вспомогательных ресурсов, например, сайта движения «#МедиаГвардия», сайтов Роскомнадзора и т.д. Зачастую, пассивность гражданского общества объясняется не правовым нигилизмом, а отсутствием информации о доступных механизмах информирования органов власти.

Созидательное направление контрпропаганды терроризма в сети Интернет заключается в публикации материалов под различным видом в глобальном пространстве. Это могут быть записи в блогах, форумах и чатах, комментарии к статьям и запискам других людей на информационных сайтах и в социальных сетях. Это может быть создание собственного сайта или активное присутствие на чьих-то других.

При создании, ведении или модерировании собственного или вверенного сайта следует учитывать особенность восприятия размещенной там информации. При восприятии сайтов идеологической направленности респонденты (пользователи) основной акцент при оценке сайтов делают на следующих аспектах:

- активность передачи информации (оперативность, информационная емкость сюжетов);
- «красочность» передаваемой картинки;
- «эффект лидера мнения», осуществляющего информационное сопровождение события.

ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ КОНТРПРОПАГАНДИСТСКИХ ПРИЕМОВ

Эффективность информационно-пропагандистских методик противодействия идеологии терроризма будет определяться не только деятельностью государственных структур, но во многом будет зависеть от вовлечения в этот процесс институтов гражданского общества, общественных организаций, бизнеса. Изменение обыденного сознания отдельного человека сопряжено с пониманием на сознательном уровне явления терроризма с точки зрения безопасности самого человека, его семьи, родных и близких людей. Это связано с тем, что терроризм как культ насилия имеет преимущества перед всеми другими социально-политическими, правовыми, экономическими, психологическими и т.д. методами разрешения общественных противоречий и конфликтов. Террористические акты, совершаемые в разных формах, формируют и усиливают в обществе чувство страха, обеспокоенности, обесценивают человеческую жизнь. Другая сторона этого явления состоит в том, что экстремизм и терроризм реально приводят к ограничению государственных гарантий и свобод личности, изменению норм правового демократического государства. В этой связи реализация информационно-пропагандистских методов происходит следующим образом:

1) активным проведением информационно-политических мероприятий, влияющих на ценностные установки населения. Разработкой системы социальной рекламы по пропаганде антитеррористических ценностей. Особое внимание следует уделять максимально широкому охвату потенциальной аудитории путем использования подобных материалов в ходе работы в Интернете;

2) искоренением элементов насилия из широкого спектра идеологий, которые оправдывают его использование для достижения стоящих перед конкретными людьми или группами граждан политических и любых иных целей;

3) совершенствованием механизмов предупреждения антироссийских политических и информационно-пропагандистских акций, прежде всего за рубежом, проводимых с использованием т.н. «чеченского фактора», «черкесского вопроса», которые негативно влияют на обстановку в различных регионах РФ, общественно-политическую ситуацию в России в целом и на ее международный авторитет. Данный механизм должен базироваться на развенчании существующих мифов о т.н. «геноциде черкессого народа», «несправедливом выселении чеченского или крымско-татарского народов» и др.

4) проведением единой для всех органов государственной власти информационно-пропагандистской работы, направленной на формирование негативного отношения общества к радикальным религиозным, экстремистским и террористическим объединениям. Подготовкой квалифицированных пропагандистов (особенно на муниципальном уровне), пользующихся доверием тех групп, в которых осуществляется контрпропагандистская работа;

5) созданием эффективной системы просвещения граждан об опасности терроризма, религиозной нетерпимости, геноцида, в том числе с использованием сети Интернет;

6) созданием сети информационных источников, обеспечивающей население достоверной информацией о террористической угрозе и негативном влиянии экстремистских, террористических организаций, а также роли идеологов, заказчиков и исполнителей террористических актов (газеты, журналы, сайты, теле-, радиопрограммы и т.д.);

7) популяризацией позитивного опыта взаимодействия органов местного самоуправления, общественных объединений и религиозных организаций по противодействию идеологии терроризма.

Ваша задача, в ходе работы используя вышеперечисленные методы, попытаться сформировать у собеседника систему взглядов и убеждений, направленных на созидание, лояльность стране и государству и неприятие идей экстремизма, как заведомо ложных постулатов, ведущих к саморазрушению.

«ДЕРОМАНТИЗАЦИЯ» ТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Наибольшую опасность для российского общества представляют русскоязычные Интернет-ресурсы, вовлекающие молодежь в экстремистскую и террористическую деятельность, в том числе популяризирующие образ «террориста-героя». Противостоять этому возможно посредством технологий «деромантизации».

Так в чем же особенности образа террориста, сформировавшегося в сознании современных молодых людей? Существуют некоторые особые аспекты представленности образа террориста в сознании молодых людей. Анализ различных исследований показал, что в ответах о портрете террориста респонденты называли различные показатели, из которых в их сознании формируется образ террориста. В качестве различий между террористами указывались такие признаки как национальность, пол, возраст, вероисповедание, поведение и намерения. Некоторые поделили всех террористов на заказчиков и исполнителей, наёмных и идейных, смертников и тех, кто после совершения терактов выживают, борющихся за идею и беспринципных. Многие отмечают, что террористы бывают очень жестокими, безжалостными и беспощадными, психически больными и неуравновешенными, то есть в качестве характеристики террористов называют личностные черты, особенности их психической жизни и характера. Многие изображали террористов в чалме и с бородой, что по всей видимости, может являться результатом влияния широко распространённого мнения, что арабские страны – источник всего мирового терроризма. При наличии на сайте фото- и видеоматериалов субъективный образ восприятия и оценки информации антитеррористической направленности возникает быстрее и лучше формируется оценочное мнение относительно того или иного события. Сама стратегия оценки в данном случае зависит от специфики ранее сформированной установки и отличается от особенностей оценки фото- и медиаматериалов, не связанных с антитеррористической тематикой.

Большую роль в специфике восприятия видеоряда Интернет-сайтов и их оценки играет пол того, кто изображен на фотографии и пол того, кто воспринимает. Наиболее позитивно воспринимались фотографии молодых военных, которые были участниками антитеррористических действий и оценивались девушками. Девушки не оценивают мужчин, которые принимают участие в террористических действиях как привлекательных, молодые люди, напротив, оказывают сочувствие девушкам или женщинам, которые были изображены на сайтах, связанных с террористической тематикой (у нее печальные глаза; что могло заставить такое юное существо совершить ужасный поступок; ее наверняка вынудили и т.д.).

Большое влияние на функционирование и направленность деятельности организации имеет лидер, и основным направлением противодействия молодежному экстремизму является установление и нейтрализация влияния лидеров неформальных организаций.

Лидера неформального молодежного объединения экстремистской направленности можно охарактеризовать следующим образом:

- обладает хорошими организаторскими способностями;
- отличается особой жестокостью, расовой и религиозной нетерпимостью;
- формирует взгляды группы, приверженность определенных идей экстремистской направленности, является примером для подражания;
- лидер не всегда выдвигается группой на соответствующий «пост», а как правило, занимает лидерскую позицию с открытого или скрытого согласия группы;

- нередко имеет уголовное прошлое;
- осуществляет организацию и планирование акций;
- управляет всей деятельностью группы;
- обеспечивает материальную основу существования группы.

Таким образом, в структуре межгрупповых и межличностных связей молодежи лидерство следует охарактеризовать отношениями доминирования и подчинения, обусловленными как действием общечеловеческих социально-психологических закономерностей, так и спецификой условий молодежных организаций, существованием неформальных норм и правил.

Одним из эффективных методов противодействия идеологии терроризму в сети Интернет является **компрометация лидера** экстремистской группы, ее активных участников путем создания неприязненных отношений между ними и группой. Неприязненные отношения создаются путем моделирования конфликтной ситуации между участниками группы и лидером, когда оглашаются сведения, порочащие лидера в глазах его окружения. Разобщение группы снижает активность ее членов, снижает авторитет лидера, тем самым уменьшая вероятность групповых противоправных действий. Однако в данном случае недопустимо провоцировать совершение преступлений представителями экстремистских группировок, в том числе и в отношении друг друга.

Основными, наиболее удобными площадками для осуществления контрэкстремистской пропаганды на сегодня являются блогосфера и социальные сети. Массовость и скорость распространения информация в этой среде позволяют рассчитывать на максимальный охват потенциальной аудитории.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И БЛОГОСФЕРА

Одновременно с появлением доступного Интернета стали развиваться средства, облегчающие методы коммуникации между людьми. Из простейших чатов они постепенно превратились в разнообразные социальные сети и блогосферу с всеобъемлющим охватом. В мире, к концу этого года, будет насчитываться почти 1,5 млрд. пользователей социальных сетей. Наиболее распространенными социальными сетями и блогами в России являются Livejournal (более известный в России под названием «Живой Журнал») (общее количество зарегистрированных пользователей в мире более 40 млн., из них в России - более 3 млн. пользователей), Facebook (почти 7 млн. пользователей), «ВКонтакте» (более 43 млн. зарегистрированных аккаунтов2) и «Одноклассники» (более 200 млн. зарегистрированных аккаунтов). Цифры охвата аудитории говорят сами за себя. Также как СМИ, социальные сети становятся объектом внимания разнообразных экстремистских групп, ведущих достаточно активную работу. Для выработки и практической реализации решений по противодействию данной активности необходимо учитывать некоторые особенности распространения социальных сетей в России, распределения их пользователей по формальным признакам, а также специфику современного восприятия информации среднестатистическими Интернет-пользователями.

Русскоязычный сектор блогосферы и социальных сетей можно условно разделить на несколько сегментов:

А) сервис блогов «Живой Журнал» (далее - ЖЖ) – это одновременно и блог-платформа для ведения онлайн-дневников (блогов), и отдельный персональный блог, размещённый на этой платформе. Предоставляет возможность публиковать свои и комментировать чужие записи, вести коллективные блоги («сообщества»), добавлять в друзья («френдить») других пользователей и следить за их записями в «ленте друзей»

---

[2] Аккаунт (заимств.) – учетная запись, содержащая сведения, которые пользователь сообщает о себе компьютерной системе

(«френдленте»). Старейший из блогосервисов Рунета (ныне переживающий определенный кризис), интерфейс этого сервиса, когда-то работавшего в «закрытом» режиме[3], подразумевал и подразумевает сегодня навык пользователя писать связные, аргументированные тексты, а древовидная система комментариев – вести множество независимых друг от друга дискуссий. Из-за «тяжелого» интерфейса для полномасштабного доступа требуется «широкополосный», быстрый доступ в Интернет. Платформа достаточно гибкая по настройкам под каждого пользователя, позволяющая без использования внешних сервисов хранить изображение и звуковые файлы. Характеристика среднестатистического пользователя: возраст – более 32 лет, образование – высшее, достаток – выше среднего, место проживания – города с населением более 500 тыс. жителей. Сегодня этот сервис считается прибежищем «Интернет-элиты, обсуждающей «заумные» тексты». Сейчас, в период украинского кризиса, компания СУП, управляющая кириллическим сегментом ЖЖ, реализует достаточно спорную политику, отвечающую скорее интересам головного офиса в США, нежели чем политике России, что выражается в ограничении доступа к блогам, публикующим информацию, не соответствующую западной позиции по Украине. ЖЖ характеризуется старомодным интерфейсом и невозможностью ставить «лайки»[4]. Основная масса известных «тысячников» (то есть пользователей, имеющих более 1000 официальных подписчиков) использует основной площадкой именно «Живой Журнал», в том числе и для политической активности, зарабатывания денег и т.д. Представительства в соцсетях террористических и резко оппозиционных организаций и движений также базируются в ЖЖ.

Б) социальная сеть Facebook – ныне все более популярная, постепенно перетягивает к себе аудиторию ЖЖ. Основанная Майклом Цукербергом в 2004 г. сегодня она охватывает более 1,2 млрд. пользователей. Русскоязычный сектор насчитывает более 7 млн. аккаунтов. Она менее требовательна к интернет-каналу, удобнее для доступа с помощью мобильных устройств, но, в отличие от ЖЖ, не поддерживает длинные тексты (максимум 5000 знаков), да и система комментариев не подразумевает удобства при ведении длинных дискуссий. Появление кнопки «лайк», подразумевающей возможность отметить интерес и не требующей писать ответ, резко снижает интеллектуальную нагрузку на пользователя. Гораздо более распространена среди молодежи, а система «мгновенных сообщений» служит все более и более удобной заменой Интернет-мессенджерам, типа ICQ или QIP. Платформа позволяет хранить на своих мощностях видео- и фотоизображения. Аудитория – всевозрастная, с меньшим разграничением по достатку или ареалу проживания.

В) «ВКонтакте» и «Одноклассники» – отечественные соцсети, получившие максимальное распространение. Они не требуют хорошего, «широкого» Интернет-канала и во многом именно поэтому, имеют гораздо большее распространение в регионе Северного Кавказа, где используется сравнительно низкоскоростной Интернет, особенно в горной местности. Полностью русскоязычный интерфейс более удобен для аудитории, не владеющей иностранными языками. Наибольшее распространение имеют среди молодежи (до 25 лет), в сельской местности или небольших городах. Эти соцсети не подразумевают умения создавать длинные связные тексты или умения вести аргументированную дискуссию.

Они наиболее приспособлены для обмена визуальной информацией – фото или

[3] Зарегистрироваться в сервисе блогов могли только пользователи, имеющие специальное «приглашение» (заимств. «инвайт»)

[4] «Лайк» –показатель отношения пользователей к сообщению в соцсетях, сайту, записи в блоге, сайту в поисковой выдаче или контекстному объявлению. Изначально в соцсети Facebook выглядел как кнопка интерфейса с символом в виде поднятого большого пальца кисти руки

видео, не случайно именно соцсеть «ВКонтакте» стала участником большого количества скандалов с «пиратским» контентом. Проект «ВКонтакте» был запущен 10 октября 2006 г. и изначально позиционировал себя в качестве социальной сети студентов и выпускников российских вузов, позднее стал называть себя «современным, быстрым и эстетичным способом общения в сети». Что касается статистики, то считается что сегодня зарегистрировано более 200 млн. аккаунтов в сети. Сколько из них действительно активных – это большой вопрос. По данным на январь 2014 г., ежедневная аудитория «ВКонтакте» – около 60 млн. человек[5].

Г) «Твиттер» – сервис для публичного обмена короткими (до 140 символов) сообщениями, так называемый микроблог. Общее количество пользователей в мире около 200 миллионов. Сейчас наиболее быстро развивающаяся площадка. «Арабская весна» 2011 г. получила название «Твиттер-революции» из-за использования преимущественно «Твиттера» для управления протестующими. Становится наиболее активной платформой управления для проведения массовых акций.

ВЕРИФИКАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ

Верификация информации – это проверка ее истинности, установление достоверности. Толпа не может и не хочет проверять информацию. На это готовы единицы. Исток у этого прост – неподготовленность граждан к критическому восприятию информации. Ни в средней школе, ни в ВУЗах (за очень редким исключением) людей не учат работать с информацией. Понятие «критики источника», то есть изучение его на предмет исторической верности, признаков субъективности и наличия признаков подделки, для подавляющего большинства – это пустой звук. Современный обыватель готов поверить во что угодно: в любую «теорию заговора», мифологию и конспирологию. Неумение трезво оценить достоверность информации в сочетании с недоверием официальным СМИ – более чем благодатная почва, которую щедро «удобряют» идеологи и пропагандисты экстремизма. Умение «критиковать источник» - это умение всесторонне оценить, насколько та или иная информация соответствует действительности. Навыком такой критики, по-хорошему, должен владеть каждый регулярно пользующийся Интернетом человек. Наиболее простой метод перепроверки информации – это перекрестная проверка, то есть многократная проверка с использованием независимых источников. Существует понятие внешней критики информации и внутренней.

Внешняя критика информации состоит из определения:
- времени и места появления информации или создания ее источника;
- автора текста или публикатора;
- полноты информации.

Внутренняя критика – это:
- изучение обстоятельств появления или публикации информации;
- цель создания этой публикации.

Умение видеть и разоблачать подтасовки, объяснение этого окружающим, убеждение в необходимости задуматься над получаемой информацией – единственное средство против дезинформации.

---

[5] Антон Благовещенский. "ВКонтакте" посетили более 60 миллионов человек за сутки, «Российская газета» (21 января 2014)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная памятка дает представление о том, что необходимо предпринять в сети Интернет для перевода убеждающей информации, являющейся ценностью лишь для транслятора государственных и общественных ценностей, в личностно значимую для молодого человека. Последнему необходимо показать, что основанные на этой информации действия и поступки не только не будут противоречить его ценностным ориентациям, но и будут способствовать удовлетворению его определенных потребностей и соответствовать его ценностным ожиданиям.

Убеждающее воздействие в сети Интернет имеет две составляющие:

- содержательную (отбор наиболее целесообразной информации);
- процессуальную (определяет динамику воздействия).

Основные функции контрпропагандистской работы в сети Интернет: распространение установок неприятия экстремистской идеологии, формирование устойчивого молодежного имиджа, ориентированного на ценностные приоритеты современного российского общества. В качестве положительного примера можно привести такие сайты как: «Наука и образование против террора» (www.scienceport.ru), «Террору – нет» (www.terrorunet.ru), «Журналисты против террора» (www.smi-antiterror.ru), «Кавказпресс» (www.kavkazpress.ru), «Кавказ-антитеррор» (www.kavkaz-antiterror.ru) и другие.

Функции специальных сайтов Интернета заключаются в преодолении стереотипов антигосударственности, цензуры, манипуляций сознанием, в формировании устойчивых ценностей антитеррористического мышления. Важная среди них – обмен лучшим практическим опытом между профессионалами медийного сектора и развитие диалога между средствами массовой информации и другими заинтересованными секторами Интернета относительно освещения в СМИ и Интернете террористических актов, военных действий и антитеррористических операций. На антитеррористических сайтах вести расследования и освещать не только акты терроризма, но и другие сопутствующие им преступления (наркобизнес, незаконный оборот оружия, радиоактивных материалов, штаммов возбудителей особо опасных заболеваний), а также вести постоянный общественный мониторинг, профилактику и нейтрализацию массовых экстремистских настроений.

КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ТЕРМИНОВ

Интернет (от английского Internet) – это общедоступная всемирная компьютерная сеть, которая связывает между собой компьютеры и позволяет пользователям передавать и получать различную информацию. Часто упоминается как Всемирная сеть и Глобальная сеть, а также просто Сеть.

IP адрес - (сокращение от английского Internet Protocol Address) – уникальный сетевой адрес устройства (компьютера, мобильного телефона, планшета, сервера и т.п.) в компьютерной сети.

Статический IP адрес (постоянный, неизменяемый IP адрес) – это адрес (идентификатор), назначенный устройству в сети на постоянной основе. Данный тип адреса остается неизменным при каждом подключении к сети и всегда идентифицирует то же устройство, которому он был назначен изначально.

Как правило, все сервера в Интернете имеют статические IP адреса. Это необходимо для того, чтобы при подключении к данному IP адресу в любой момент времени пользователь получал доступ к тому же самому серверу в сети.

Динамический IP адрес (непостоянный, изменяемый IP адрес) – это адрес (идентификатор), который присваивается устройству автоматически при выходе в Интернет и используется до завершения сеанса соединения.

Веб-сайт или сайт (от английского website: web - «паутина, сеть» и site - «место», буквально «место, сегмент, часть в сети») – совокупность электронных документов (файлов) частного лица или организации, представленных в виде интернет-страниц, имеющих уникальный интернет-адрес.

Портал (portal от латинского porta - ворота) – сайт, который содержит большое число ссылок на другие сайты Интернета. Портал может предоставлять посетителям различные сервисы (почта, погода, новости, обсуждения, голосования и т.п.). Как правило, на портале есть возможность разместить объявление или статью, загружать фотографии, комментировать информацию, сохраненную на портале другими пользователями.

Блог (от английского blog - интернет-дневник) – веб-сайт, основное содержимое которого - регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или видео. Для блогов характерны длинные записи, актуальные к конкретному промежутку времени или событию. Как правило, блоги рассчитаны на широкий круг читателей и предполагают возможность публично комментировать записи автора.

Блогер (от английского blogger) – лицо, ведущее блог.

Блогосфера (от английского blogosphere) – совокупность всех блогов в Интернете.

Микроблог – аналог обычного блога, но с короткими постами (100-200 символов). Используется обычно для того, чтобы написать что-то очень интересное о том, что сейчас делает пользователь.

Твит (от английского tweet - чирикать, болтать, щебетать) – запись в сети микроблогов Твиттер.

Ретвит – цитирование твита другого пользователя сети микроблогов Твиттер.

Социальная сеть или соцсеть (от английского social networking service) – это объединение личных Интернет-страниц пользователей, объединенных по каким-то признакам. В первую очередь, социальные сети рассчитаны на поиск нужных контактов и общение.

Характерными особенностями социальных сетей являются:

- создание личных профилей (публичных или полупубличных), в которых зачастую требуется указать реальные персональные данные и другую информацию о себе (место учёбы и работы, хобби, жизненные принципы и т.п.);

- предоставление возможностей обмена информацией (размещение фотографий, видео, текстовых записей, организация тематических сообществ, обмен личными

сообщениями и т. п.);

- возможность задавать и поддерживать список других пользователей социальной сети, с которыми у пользователя имеются некоторые отношения (например, дружба, родство, деловые и рабочие связи и т. п.);

- обычно имеют возможность организации личной переписки между пользователями с помощью мгновенных сообщений (чатов).

Хэштег (или хештег; от английского hashtag от hash – символ # («решетка») + tag - метка, ярлык) – это слово или фраза, которым предшествует символ #. Хештег предназначен для объединения сообщений (или групп сообщений) по определенной теме или типу с помощью слов или фраз, начинающихся с символа #. Например, #Медиагвардия. Для объединения сообщений могут быть использованы как один, так и несколько хэштегов. Хэштеги дают возможность группировать подобные сообщения, таким образом можно найти хэштег и получить подборку сообщений, которые его содержат.

Пост (от английского post) – отдельно взятое сообщение, размещенное в социальной сети или блоге.

Репост (от английского repost) – размещение в блоге копии поста другого блогера, пользователя социальной сети или любого другого исходного материала, а также копирование самим автором материала, ранее размещенного в Интернете. Обычно репост содержит ссылку на оригинальный материал и делается с целью поддержать позицию автора исходного материала. Также репост может иметь целью распространение важной, по мнению совершающего репост, информации (иным методом реализации данного сообщения является написание краткого содержания поста своими словами и дача ссылки на исходный пост).

Анонимизация (от английского anonymization) – процесс удаления или сокрытия данных в сети с целью предотвращения установления личности пользователя, местонахождения устройства, с которого осуществлен выход в Интернет, места назначения отправляемой пользователем информации.

Анонимайзер (от английского anonymizer) – средство для сокрытия информации об устройстве или пользователе в сети. Может быть программой, устанавливаемой на устройство, или специальным веб-сайтом. На сегодняшний день наибольше распространение

Основные сферы использования анонимайзеров:

- обеспечение конфиденциальности пользователя,

- предоставление доступа к запрещенным веб-сайтам и т.п.

Хостинг - (англ. hosting) – услуга по предоставлению вычислительных мощностей для размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети (обычно Интернет).