

## **«Вербовщики в сети Интернет»**

В эпоху информационного общества, постоянно развивающихся телекоммуникационных технологий, сложно представить человека, далекого от этой среды. Информационное пространство представляет собой не просто систему идей, посылов, взглядов и настроений, но и, давно устоявшуюся, единицу времяпровождения людей. Сегодня отсутствие быстрого выхода в интернет может повлечь за собой череду проблем и трудностей, потерю связи и коммуникаций с остальным миром. Вместе с массой возможностей и положительных сторон развития сети «Интернет», значительны и отрицательные факторы воздействия на людей, их жизнедеятельность и обстановку в стране. Процесс компьютеризации постепенно превращает мир в гигантскую информационную паутину. Основной контингент пользователей Интернета – представители молодежной среды. Они с детства взаимодействуют с различными видами цифровой техники, а значит, уже на гипотетическом уровне становятся потребителями технологий будущего. Актуальные события, социальные явления и процессы освещаются в СМИ и в Интернете. На любой, даже самый нелепый, запрос в сети моментально выходит огромное количество информации по запросу. Безусловно, свободный доступ к огромному количеству информации позволяет человеку непрерывно развивать себя, накапливать новые знания, тем самым обеспечивая собственную конкурентоспособность в современном мире. Тема регулирования интернет-ресурсов с точки зрения права, активно обсуждается во всем мире. Наличие компьютеров, систем, подключенных к спутникам, сетей передачи данных одновременно защищает людей и не в полной мере гарантирует их безопасность. Особенно остро встает проблема безопасности в сети в разрезе терроризма и экстремизма. Экстремизм представляет собой крайнюю форму не терпимости, в совокупности подкрепленную агрессией и насилием. Молодежь является более уязвимой частью общества, поэтому террористические организации под видом интернет-магазинов предлагают купить плакаты и различную

атрибутику. Кроме того, экстремистский и (или) террористический контент, получаемый подростком (молодым человеком) из соответствующей соцсети, может быть им воспринят в качестве элемента «онлайновой» игры, в которой те же вербовщики ИГ имеют возможность для вербовки в ряды своих сторонников. Следует отметить, что вербование в антисоциальные организации происходит незаметно для человека. Зачастую «жертвами» группировок являются, замкнутые и малообщительные люди, кто недавно пережил горе или потерю близких, кто попал в стрессовую ситуацию, подростки и молодежь, максималисты, легко внушаемые люди, люди, чувствующие себя непонятыми. Вербование в организацию происходит в несколько этапов: 1. Знакомство. Вначале с вами просто познакомится приятный человек (мотиватор), с которым, как окажется впоследствии, у вас будет много общего и кто, может стать вашим близким другом. 2. Обещание. Собрав необходимую информацию, мотиватор начинает свою вербовку. Для девушки мотиватор обещает найти силь ного и преданного мужчину, у замкнутого и неуверенного в себе человека появится надежный друг, у неформала и индивидуалиста – осознание своей исключительности. 3. Вы в кругу «избранных». Вербуя, мотиватор начнет акцентировать свое внимание на несправедливости жизни, усиливая границы «жертвы» между вербуемым и реальным миром. Далее вербуемому сообщат, что его выбрали из нескольких кандидатов, подчеркнут его особенность, причем не исключено использование гипноза или наркотических веществ для «поддержания» атмосферы. Таких встреч может понадобиться одна- две, а может это занять несколько месяцев. 4. Отъезд. На заключительном этапе под определенным предлогом (встреча с лидером сообщества, любимым человеком) мотиватор предлагает вербуемому билеты за пределы государства (обычно за 1–2 дня до отъезда), заявляя, что такой шанс выпадает раз в жизни и его легко упустить [1].

8 признаков вербовщика: 1. Я хочу тебе помочь. Дружелюбный незнакомец, старающийся занять пустующую нишу в жизни человека. 2. Кругом враги. Старается

представить социум и ближайшее окружение враждебными, глупыми, деградирующими людьми. 3. Бог с тобой. Частые беседы о религии. 4. Годы уходят, а ты ничего дельного и не сделал. Давит на комплексы и страхи. 5. Ты – избранный. Тебеб внушают принадлежность к особому сообществу, для этого может предлагаться различная атрибутика в виде одежды или книг. 6. Готовые ответы на сложные вопросы. Изменение смысла и предоставление готовых образцов и смыслов. 7. Жажда мести. Тебя призывают к чувству вины, долга или мести, например за то, что в этом обществе нет справедливости. 8. Влияние на эмоциональное состояние. Либо соглашается с тобой, либо резко осуждает. Следует особо подчеркнуть, что идеологическая обработка граждан любой страны, в особенности не имеющих жизненного опыта и достаточного образования молодых людей, не представляет большого труда, если девальвированы понятия патриотизма, интернационализма, коллективизма, чувства долга и чести [2]. В России это обусловлено потоком идеологических поделок, в основном, зарубежного производства. Растущая популярность зарубежных телесериалов, вновь возросший спрос на «мифы» Голливуда в виде т.н. графических романов - комиксов. Много средств и усилий потрачено на попытки вестернизировать менталитет россиян, для чего используется пропаганда культа сильной личности, индивидуализма, достижения материального благополучия любыми способами. Итак, мы понимаем, что современное киберпространство становится новой дополнительной реальностью. А значит и техники манипуляций в нем остаются прежними. Все это дает нам возможность не только изучить эти техники, но и получить «противоядия» от основных манипулятивных приемов, чтобы в дальнейшем оградить себя от возможностей попасться на крючок. Об этом в книге «Безопасное общение, или Как стать неуязвимым!» рассказывают психотерапевты Дмитрий Ковпак и Андрей Каменюкин. Жертвой манипуляции человек может стать лишь в том случае, если сам выступает как соавтор, соучастник процесса. Манипуляция — это

не столько насилие, сколько соблазн, игра на человеческих слабостях и уязвимых местах. Эти слабые места определяются особенностями психики и мировоззрения человека, его системой ценностей и системой отношений. «Нога в дверях» Этот метод манипулирования часто применяют рыночные торговцы и коммивояжеры. Заключается он в том, что сначала продавец уговаривает не купить, а только «попробовать» или «примерить» свой товар. В этом случае налицо простая, но действенная ловушка для сознания. С одной стороны, нам не предлагают ничего опасного или плохого, за нами вроде бы сохраняется полная свобода любого решения. Но стоит только отведать или надеть предлагаемое, как продавец сразу задает другой лукавый вопрос: «Ну как, понравилось?» Ответить отрицательно на такой вопрос вообще нелегко, а тем более, если вы уже «примерились» к товару и он вам приглянулся. Чаще всего в такой ситуации вы, конечно, отвечаете утвердительно. И тем самым как бы даете невольное согласие на покупку. Ведь хотя речь, казалось бы, идет исключительно о вкусовых ощущениях или внешнем впечатлении, на самом деле за интересом продавца скрывается другой вопрос: «Будете ли покупать?» Так, например, продавцы пылесосов с давних пор на Западе, а теперь и у нас, часто предлагают бесплатно воспользоваться чисткой ковров в расчете на то, что уж попав в дом хозяев, сумеют их убедить в необходимости покупки именно этого пылесоса. Главное для них — получить очную встречу, а там они уже смогут развернуть свой арсенал «домашних заготовок» разнообразных манипуляций. Приведите пример этого приема из социальной сети или из рекламы. Противоядие: Не стоит испытывать неловкости, отказываясь от навязанного предложения. Ваше чувство вины и дискомфорт в данном случае — лишь продукт ложных воззрений и иррациональных установок, на которых умело играют пройдохи. Убрать те струны, на которых играют в данном случае манипуляторы, можно, отказавшись от желания нравиться всем без исключения. Перестаньте стремиться «всегда быть на высоте» — это поможет предотвратить многие

проблемы. Решение здесь и сейчас Эта техника манипулирования направлена на то, чтобы заставить человека принять решение немедленно. Манипулятор провоцирует и иногда напрямую настаивает на том, что определиться нужно непременно «здесь и сейчас», так как «завтра будет уже поздно». «Хватай мешки, вокзал уходит!» и подобные словесные угрозы формируют требования быстрого и необдуманного принятия решения. Создание суеты и эмоционального напряжения снижает степень осознанности поведения и разумного контроля над ситуацией. Этим пользуется масса аферистов, от вокзальных воришек до участников финансовых пирамид. Приведите пример этого приема из социальной сети или из рекламы. (многочисленные распродажи и скидки в интернет-магазинах) Противоядие: Стоит выработать для себя правило «не принимать скоропалительных решений». Вы можете десять раз получить мелкий выигрыш от поспешных решений, но понести гораздо более грандиозные потери от следующего такого же необдуманного. Не зря народная мудрость утверждает, что «утро вечера мудренее». Для того чтобы не «прогореть», следует не решать немедленно, а принять информацию к сведению, отложив решение на время, необходимое для его обдумывания. Торопитесь не спеша. «Карфаген должен быть разрушен» Техника повторов — еще один действенный способ манипулировать сознанием людей. Во время Пунических войн — борьбы не на жизнь, а на смерть между Карфагеном и Римом — суровый римский сенатор Катон Старший прославился усвоенной им привычкой. Выступая в римском сенате, о чем бы он ни говорил — о выборах ли в комиссию или о ценах на овощи на римском рынке, — каждую свою речь Катон неизменно заканчивал одной и той же фразой: «А кроме того, я думаю, что Карфаген должен быть разрушен!» У сенатора была цель — приучить слушателей к данной мысли. Такое многократное повторение одной и той же фразы, в конце концов действительно заставило сенаторов привыкнуть к стоящей за ней мысли настолько, что предстоящее разрушение Карфагена стало для них чем-то естественным. Над

мудрым старцем сначала посмеивались. Но потом все случилось, как ему хотелось: в результате страшной кровавой борьбы Рим победил, Карфаген был стерт с лица земли, а самое место, где он стоял, распахали римскими плугами. Пример повторов в рекламе и социальных сетях Противоядие: Отслеживайте оказываемое на вас давление, в том числе и технику повторов. Не давайте количеству перейти в качество, напоминая себе аргументы своей собственной позиции. Использование малопонятных слов и терминов Такая уловка, как насыщение речи умными словами и сложными понятиями, может вызвать разные реакции у собеседника. С одной стороны, это создает впечатление значимости обсуждаемой проблемы, весомости приводимых доводов, высокого уровня профессионализма и компетентности говорящего. С другой стороны, использование непонятных, наукообразных терминов может спровоцировать противоположную реакцию оппонента в виде раздражения, отчуждения или ухода в психологическую защиту. Однако эта уловка удастся, когда собеседник стесняется переспросить о чем-то или делает вид, что понял, о чем идет речь, и принял приводимые доводы. Противоядие: Не бойтесь признаться в своей некомпетентности, показать свое незнание. Знать абсолютно все невозможно. Важен не уровень эрудиции, а лишь желание и стремление узнать то, что нужно и полезно. Бездумно запоминать словари — ошибка, подобная разучиванию телефонного справочника. Самый надежный антидот от такого рода манипуляции — отсутствие страха перед разоблачением и уличением в незнании чего-либо. Обратное желание Эта техника заключается в том, чтобы добиться чего-то, настойчиво выражая желание, обратное тому, чего на самом деле хочется. Дело в том, что акцентирование внимания на крайней желательности исполнения просьбы (например, ее неоднократное повторение) побуждает, наоборот, к отказу ее выполнить. А часто даже провоцирует на действия строго противоположные. Этот антагонизм и используют манипуляторы. Противоядие: Прежде чем раздражаться от назойливости просящего и решать «сделать все

наоборот», постарайтесь задаться вопросом о целях собеседника и истинных мотивах такого поведения. Пример В своей известной просьбе «Делай со мной, что хочешь, Братец Лис, только, пожалуйста, не вздумай бросать меня в этот терновый куст!» (в книге Д. Харриса «Сказки дядюшки Римуса») Кролик-манипулятор полагался как раз на достижение обратного эффекта. Конечно, Лис швырнул его именно в тот самый терновый куст, который, как известно, оказался родным домом поднаторевшего в манипуляциях Кролика. Использование «мнения масс» При использовании данного приема осуществляется подбор суждений, высказываний, фраз, создающих впечатление, будто так делают все. Сообщение, например, может начинаться словами: «Все нормальные люди понимают, что...» или «Ни один здравомыслящий человек не станет возражать, что...» и т. п. Посредством «общей платформы» у человека вызывают чувство уверенности в том, что большинство членов определенной социальной общности, с которой он себя идентифицирует или мнение которой значимо для него, принимают подобные ценности, идеи, программы и т. п. Противоядие: Замечайте свехобобщения. Их характеризуют слова-маркеры, такие как все, никто, всюду, нигде, всегда, никогда и тому подобные признаки работы иррациональной установки. Неуместное переспрашивание или затрудняющие уточнения При такой манипуляции эффект достигается за счет того, что манипулятор делает вид, будто желает лучше что-то для себя уяснить. Он переспрашивает вас, однако повторяет ваши слова только вначале. Далее манипулятор только частично говорит о том же, привнося в сказанное вами раньше другой смысл. Тем самым он изменяет общее значение сказанного в угоду себе. Противоядие: Следует быть предельно внимательным, когда оппонент переспрашивает о чем-то, сказанном вами. Всегда вслушивайтесь в то, о чем вам говорят, и, заметив подвох, уточните свои слова и заявления. Причем даже в том случае, когда манипулятор делает вид, что не замечает вашего стремления еще раз прояснить свою позицию и старается перейти на другую тему. Манипуляция

страхом Использование людских страхов — один из самых любимых приемов манипуляторов всех типов и мастей. Очень часто они играют на недостаточной информированности человека. В детстве пугали родители: «Будешь плохо себя вести — заберет дядя милиционер», «Будешь плохо учиться — станешь дворником». Теперь начальство пугает угрозой увольнения, супруг/супруга — угрозой развода, приятели или подруги — потерей отношений. Даже телевизор пугает нас мрачными новостями, а реклама кариозными монстрами, микробами в унитазе и запахом пота. Противоядие: Выясните, насколько реальна угроза. Уточните для себя степень и вероятность опасности, обратившись к независимым и надежным источникам информации, лучше к нескольким. Манипуляция с помощью пресуппозиции Человеческий мозг устроен таким образом, что он автоматически додумывает информацию, пропущенную в предложении. Партнеры могут предлагать друг другу иллюзию выбора: «Ты дашь мне деньги сейчас или завтра?» Пресуппозиция — «ты все равно дашь мне деньги». «В какой валюте вам удобнее будет заплатить?» Пресуппозиция — «вы будете платить». Другой пример: «Напишите нам, за что вы любите „Галина Бланка—». Любовь к этому бренду заявляется как аксиома. Варианты искусственно сужаются до оценки «за что»? И еще один скромный выбор — писать или не писать. Или, как коварно сформулировал свой вопрос Карлсон: «Ты перестала пить коньяк по утрам?» Ответ «да» или «нет» в одинаковой степени ставит собеседника в неловкое положение. Защищаться же от пресуппозиционных обвинений развернуто может не хватить времени и аргументов. Этот прием нередко используется в «черном» пиаре политтехнологов. Противоядие: Тактика ухода от этого вида манипуляции похожа на ту, что используют в случае противостояния закрытым вопросам. Заключается она в следующем: не соглашаться с навязанными рамками манипуляции, озвучивать свою версию событий и взгляд на ситуацию. Для справки Пресуппозиция (от лат. *praе* — впереди, перед и *sup positio* — подкладывание, заклад) — это не



высказанная, но подразумеваемая под высказыванием информация. Это то, что в речи воспринимается как «истинное», не подлежащее обсуждению. Литература: 1. Ибрагимов Л.Х. ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРНЕТ-МАНИПУЛЯЦИИ В СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ ПОЛИТИКИ <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-internet-manipulyatsii-v-setevom-prostranstvepolitiki> 2. Павловская О.В. ИЗМЕНЕНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ИДЕАЛЕ ЧЕЛОВЕКА КАК РЕЗУЛЬТАТ КОММУНИКАЦИЙ В СЕТИ <https://cyberleninka.ru/article/n/izmenenie-predstavleniya-ob-ideale-cheloveka-kak-rezultatkommunikatsiy-v-seti> 3. Богданов Д.В. Социальные функции интернета. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-funksii-interneta> 4. Маслова А.А. ИНТЕРНЕТ КАК НОВЫЙ КАНАЛ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ <http://www.gramota.net/materials/3/2014/5-2/37.html> 5. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М., 2001. 236 с. 6. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефл-бук; Ваклер, 2002. 349 с.