

Вовлечение молодежи в экстремистские группировки посредством сети Интернет

Современный человек подвержен постоянному воздействию информационных технологий, участвующих в формировании его убеждений, установок, моделей поведения. Активное использование сети Интернет экстремистами позволяет осуществлять так называемое «управление восприятием», то есть экстремисты могут позиционировать себя такими, какими хотят казаться, без фильтров, накладываемых официальными СМИ.

Агрессия, свойственная молодежной психологии, активно используется опытными лидерами экстремистских организаций для осуществления акций экстремистской направленности. Экстремисты широко используют дезинформацию, запугивание, манипуляцию общественным сознанием, подмену понятий и фактов, используют интернет для вербовки новых членов, включая террористов-смертников.

Заметим, что эти технологии применяются в качестве средства разрушения политической стабильности в обществе, а также формирования экстремистской идеологии.

Некоторые примеры технологий воздействия, которые активно применяются экстремистскими организациями для привлечения молодежи:

- Анонимный авторитет – излюбленный прием введения в заблуждение. Эффективным методом 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 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.
- 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 «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 человеческой склонности мыслить «ложными аналогиями» и состоит из двух распространенных стереотипов заблуждений:
 - а) «рядом – значит вместе». Вследствие этого феномена нахождение рядом со знаменитым или высокопоставленным человеком несколько повышает статус в глазах окружающих;
 - б) 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. К ней прибегают как в случае военных действий, так и в мирное время.

*Отдел по работе с населением
АМС Пригородного муниципального района*