

МЕТОДЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ИДЕОЛОГИИ ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА

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 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 м.б. 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. Возможно, 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, новом блоге или страничке соцсети, 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, декларируемых 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 страны, на территории которой или в информационном пространстве которой 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, не смотря 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 успеваает, 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 мы понимаем его позицию, предложить еще раз обсудить наше 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, подводим 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» - отвечаем 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 принципов:

- 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 и синхронизацией и выбора 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 как средство для разрушения политической стабильности в обществе, для формирования террористической идеологии.

Основные технологии для 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.

Технологии манипуляции **опросами общественного мнения** входят в состав технологий для воздействия на общественное сознание. Основаны 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 органы 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, изменяют 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.

Дискредитация положительного имиджа терроризма в интернет-контентах

Борьбу и противодействие терроризму недопустимо подменять борьбой лишь с крайними формами, а для этого настоятельно требуется единство ценностных ориентацией общества, интеграция множества существующих социальных, конфессиональных, этнических, территориальных и иных групп в нечто позитивно целое. Часто эффективность мер, принимаемых в данном направлении, снижают материалы, представленные в Интернете, которые зачастую дают противоречивые оценки, как самому терроризму, так и действиям официальных структур по его предотвращению. Выработка в обществе мировоззренческой четкости будет играть позитивную роль, лишая терроризм его идеологической базы.

Степень воздействия различных контентов Интернета на личность и ее мировоззрение, ценности и идеи достаточно сильна, а особенно в молодежной среде. Существуют целостные технологии манипулирования сознанием человека, которые опосредованно усиливают трансформации в мировоззрении. Чем больше мы будем говорить об этом и демонстрировать аудитории способы противостояния потоку целенаправленной информации, тем слабее будет эффект воздействия этих приемов на различные группы населения и тем эффективнее можно защищаться от негативного идеологического воздействия.

Примеры технологий воздействия, которые могут влиять на ценностные установки пользователей Интернетом:

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, творящиеся 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.