

МАТЕРАЛЫ

для родителей и обучающихся МБОУ СОШ №2 г. Лобня по теме: «Этапы вовлечения в деструктивные онлайн-сообщества»

Материал подготовлен на основании рекомендаций и методических пособий АСОУ, Фонда развития ИНТЕРНЕТ Центра рисков и социально-психологической помощи

1) Выбрать жертву

Вербовщики тщательно выбирают «целевую аудиторию». Лучше всего манипулировать теми, кто в обычной жизни ощущает неблагополучие. Жертв могут выбирать точечно, анализируя открытую информацию и активность пользователя социальной сети. Часто запускают контекстную рекламу, которая ловит по ключевым словам и фразам. Типичные предложения для детей и подростков: «Тебе плохо, и никто тебя не понимает?»; «Не пишут друзья?»; «Достали родители?» и т.д.

2) Заинтересовать

Если удалось привлечь внимание потенциальной жертвы, вербовщик начинает завлекать дальше.

«Проблемы решатся, лучшая жизнь придёт». «Счастье можно обрести только у нас». «Мы – единомышленники, и мы принимаем тебя». «У нас великая миссия и ты достоин ее исполнить. Стань частью нас».

Всё то, чего не хватает жертве в обычной жизни, обещается здесь. Даже взрослые люди ведутся, если им кажется, что их желания могут легко исполниться. Что уж говорить о детях и подростках, у которых не хватает жизненного опыта, чтобы мыслить критично. Одна из основных сфер жизни подростка – это общение. Важно, как никогда, быть принятым референтной группой. А вербовщик обещает друзей, и задает таинственный, манящий контекст – не просто общаться, а делать что-то уникальное. Жертва «готова».

3) Удержать

Жертва входит «в круг избранных», и её всеми силами удерживают в контексте. Напрямую о целях группы никогда не сообщается. Нагнетается атмосфера сакральности, постоянно поддерживается интрига: «Еще не время, вы скоро всё узнаете». Используются причудливые символы. Например, вербовщики запрещенной на территории РФ организации ИГИЛ могут использовать арабскую вязь. В группе постят псевдофилософские тексты и сомнительные утверждения с ссылкой на авторитеты, которые формируют определенное настроение. Постоянная недосказанность сообщений и необоснованные обещания оставляют жертве возможность додумывать свой собственный актуальный смысл («Всё. Будет. Хорошо»). События и факты выставляются под определенным углом (однозначно негативным или однозначно позитивным). Формат суждений создает впечатление, что декларируемые ценности разделяют все участники сообщества.

В агрессивных группах часто публикуется шок-контент. Многочисленные видео и картинки о насилии привлекают подростков – им хочется испытывать сильные эмоции. И в какой-то момент показанное начинает восприниматься, как норма.

4)Заставить действовать

Жертва уже прочно закрепилась в виртуальном сообществе, которое её принимает и поддерживает. И без того невысокая критичность окончательно снижена, все утверждения вызывают доверие. Поэтому если в какой-то момент от жертвы потребуют действий, особенно, угрожая выгнать из «круга избранных», участник группы, скорее всего, выполнит то, что от него хотят. У детей заметно меняется поведение, но беспокойство окружающих они могут воспринимать, как давление извне.

«22» марта 2017 года

Зам. директора по безопасности Пашутко А.Д.