

**МВД России
Санкт-Петербургский университет МВД России**

А. Г. Караяни, В. Л. Ситников, Е. В. Булавина

**ЗАЩИТА ЛИЧНОГО СОСТАВА ОТ НЕГАТИВНОГО
ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ**

Часть II

Учебное пособие

**Санкт-Петербург
2025**

УДК 159.9
ББК 88.8
К21

Караяни, А.Г.

К21 Защита личного состава от негативного информационно-психологического воздействия. Часть II: учебное пособие / А.Г. Караяни, В.Л. Ситников, Е.В. Булавина. – Санкт-Петербург: СПбУ МВД России, 2025. – 104 с.

ISBN 978-5-00277-008-3
EDN: BHCALK

Вторая часть междисциплинарного учебного пособия посвящена современным технологиям информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел от негативного информационно-психологического воздействия. Рассматривается теоретическая модель негативного информационно-психологического воздействия и технологии формирования у сотрудников информационно-психологической устойчивости. Описываются социально-психологические факторы управленческого и воспитательного воздействия в органах внутренних дел, особенности негативного информационно-психологического воздействия с которым сталкиваются сотрудники подразделений. Раскрываются проблемы и задачи обеспечения информационно-психологической защиты сотрудников от негативного воздействия.

Предназначено для обучающихся вузов системы МВД, изучающих курсы «Защита личного состава от негативного информационно-психологического воздействия», «Психология воздействия», «Психология воздействия. Информационно-психологическое воздействие», «Личная безопасность сотрудников органов внутренних дел», «Психология массового сознания» и др.

Может использоваться в образовательном процессе и при проведении бесед и лекций в рамках Единого дня правового информирования для практических работников правоохранительных органов и сотрудников Санкт-Петербургского университета МВД России.

УДК 159.9
ББК 88.4

Рецензенты:

Федотов А.Ю., доктор психологических наук, профессор,
Московский университет МВД России им. В.Я. Кикотя;
Павлова С.А., кандидат психологических наук, доцент
Краснодарский университет МВД России

ISBN 978-5-00277-008-3

© Санкт-Петербургский университет
МВД России, 2025

Оглавление

Введение.....	4
<i>Раздел II. Современные технологии информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел от негативного информационно-психологического воздействия</i>	<i>8</i>
Тема 6. Теоретическая модель негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел	8
6.1. Элементы информационно-психологического воздействия	8
6.2. Негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел	19
6.3. Характеристика субъектов негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел	29
6.4. Фейковая информация как инструмент негативного информационно-психологического воздействия.	39
Тема 7. Технологии формирования у сотрудников органов внутренних дел информационно-психологической устойчивости	45
7.1. Проблема информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел	57
7.3. Компоненты информационно-психологической устойчивости сотрудников органов внутренних дел, технологии ее формирования	74
7.4. Технология формирования у личного состава органов внутренних дел информационно-психологической устойчивости.	81
Методы формирования когнитивного компонента информационно-психологической устойчивости	81
Методы формирования мотивационно-ценностно компонента информационно-психологической устойчивости	83
Методы формирования эмоционально-волевого компонента информационно-психологической устойчивости	84
Методы формирования поведенческого компонента информационно-психологической устойчивости	85
Методы формирования регулятивного компонента информационно-психологической устойчивости	89
Список рекомендуемых нормативных правовых актов и литературы	97
Приложение 1	99
Приложение 2	101
Приложение 3	102
Приложение 4	102
Приложение 5	103
Приложение 6	103

ВВЕДЕНИЕ

В условиях ожесточенного информационного, психологического, ценностного, культурного, экономического, а в условиях специальной военной операции на Украине (СВО) и вооруженного противоборства между Россией и странами коллективного Запада проблема информационно-психологической борьбы становится одной из важнейших проблем не только нашей страны, но и человечества в целом. Революционное развитие искусственного интеллекта, цифровых технологий, сетевой коммуникации, мессенджеров резко увеличило возможности информационного манипулирования большими массами людей разного возраста, профессий и материального достатка.

Информационно-психологическое воздействие в деятельности сотрудников правоохранительных органов имеет важное и специфическое значение. В процессе коммуникации с гражданами зачастую им приходится сталкиваться с провокационным поведением, различного рода манипуляциями и иным деструктивным воздействием. Помимо активного взаимодействия с гражданами сотрудники правоохранительных органов непосредственно находятся в информационном пространстве. Искаженная, противоречивая информация в СМИ, социальных сетях и других источниках нередко приводит к деформации образной сферы личности. В результате оказываемое негативное информационно-психологическое воздействие противоборствующих сил может приводить к снижению способности воспринимать и анализировать конкретную ситуацию, что обуславливает необходимость в обеспечении психологической безопасности и в цифровой среде.

Под негативным информационно-психологическим воздействием на сотрудников органов внутренних дел следует понимать целенаправленное распространение различными субъектами информации, ведущей к их дезориентации, дестабилизации обстановки среди в служебных коллективах, расколу служебных коллективов по различным основаниям, снижению служебной активности¹.

Информатизация общества и сложная геополитическая обстановка обуславливают потребность в эффективных методах противодействия и контрвливания. Модификация форм и методов информационно-психологического воздействия обосновывает необходимость развития умений и навыков, обеспечивающих информационно-психологическую безопасность сотрудников правоохранительных органов. Сложность и разнообразие существующих средств информационно-психологического воздействия требуют актуализации способов защиты от деструктивного влияния со стороны противника и подготовки психологов к обеспечению готовности противодействовать негативному информационному воздействию.

¹ Столяренко А.М., Сердюк Н.В., Вахнина В.В. и др. Психологические аспекты деструктивного информационно-психологического воздействия // Психология и право. – 2019 (9). – № 4. – С. 77

Современные условия профессиональной деятельности сотрудников органов внутренних дел характеризуются высоким уровнем информационной насыщенности, постоянным взаимодействием с обществом, а также возрастающим влиянием цифровых технологий и медиапространства. В этих условиях они всё чаще подвергаются целенаправленному негативному информационно-психологическому воздействию, исходящему как от противоправных элементов (в том числе организованных преступных групп, террористических и экстремистских структур), так и от недобросовестных СМИ, интернет-ресурсов и социальных сетей.

На сегодняшний день обеспечение психологической безопасности, а также обучение приемам успешного противостояния негативному информационно-психологическому воздействию — высокозначимое направление.

Негативное информационно-психологическое воздействие может проявляться в самых разных формах, например, в дезинформации фейковых новостей, направленных на дискредитацию личности сотрудника или подразделения, целенаправленной травле в социальных сетях, психологическом давлении через угрозы, шантаж, манипуляции; формировании негативного общественного мнения, использовании современных технологий (например, deepfake, троллинг, ботоводство) для дестабилизации психоэмоционального состояния сотрудников правоохранительных органов. Такое воздействие способно снижать уровень профессиональной мотивации и доверия к институтам власти, вызывать стрессовые и посттравматические расстройства, нарушать когнитивные функции, снижать концентрацию внимания и способность к принятию решений в критических ситуациях, подрывать корпоративную солидарность и дисциплину, а в крайних случаях может приводить к суицидальным проявлениям.

В этих условиях формирование у сотрудников органов внутренних дел устойчивых компетенций в области защиты от негативного информационно-психологического воздействия становится не просто желательным, а необходимым элементом профессиональной подготовки. Поэтому одной из основных целей морально-психологического обеспечения деятельности органов внутренних дел Российской Федерации является формирование морально-психологической устойчивости сотрудников, их способности сохранять функциональную эффективность и надежность при воздействии деструктивной идеологии, а также иных психотравмирующих и демотивирующих факторов¹.

Защита личного состава МВД России от негативного информационно-психологического влияния является важной задачей, поскольку сотрудники часто подвергаются воздействиям, которые могут негативно сказаться на их эмоциональном и психологическом состоянии, а также на их профессиональной деятельности. Вот несколько ключевых аспектов, которые следует учитывать для защиты личного состава:

1. Обучение и подготовка:

¹ Приказ МВД России от 27.08.2024 № 500 «Об утверждении Положения о порядке организации морально-психологического обеспечения деятельности органов внутренних дел Российской Федерации» // <http://www.pravo.gov.ru>.

- регулярные тренинги по работающим стратегиям противодействия информационному давлению;

- обучение навыкам распознавания манипуляций и дезинформации в средствах массовой информации и социальных сетях.

2. Поддержка психоэмоционального состояния:

- создание служб психологической поддержки и консультаций для сотрудников;

- проведение мероприятий для укрепления командного духа и повышения морального духа.

3. Информационная безопасность:

- разработка рекомендаций по безопасному поведению в информационном пространстве;

- обучение навыкам безопасного обращения с личной информацией и использованием социальных сетей.

4. Противодействие дезинформации:

- разработка и внедрение внутренних каналов коммуникации для оперативного оповещения сотрудников о возможных вызовах и угрозах;

- участие в информационных кампаниях, направленных на формирование правильного имиджа МВД и разъяснение истинной информации о деятельности ведомства.

5. Отработка кризисных ситуаций:

- проведение учений и моделирование ситуаций, связанных с негативным информационным воздействием, для повышения готовности персонала реагировать на такие вызовы.

6. Мониторинг информационного поля:

- отслеживание информации в СМИ и социальных сетях, касающейся деятельности МВД России, для быстрого реагирования на дезинформацию.

7. Работа с общественными организациями и СМИ:

- налаживание сотрудничества с общественными организациями и средствами массовой информации для формирования объективного представления о работе МВД.

Эти меры помогут минимизировать негативные воздействия на личный состав МВД и поддержать профессиональную готовность сотрудников в условиях информационных вызовов.

Предлагаемое учебное пособие является продолжением первой части, опубликованной в 2024 году¹.

Изучение учебного материала позволяет: осознать природу и механизмы негативного информационно-психологического воздействия, включая современные методы информационно-психологических атак, а также развить крити-

¹ Обе части выполнены в соответствии с программой дисциплины «Защита личного состава от негативного информационно-психологического воздействия», подготовленной на основе монографии А.Г. Караяни и др. «Технологии защиты сотрудников органов внутренних дел от негативного информационно-психологического воздействия». Эта монография легла и в основу данного учебного пособия, раскрывающего основные механизмы негативного информационно-психологического воздействия и защиты от него.

ческое мышление и медиаграмотность, что помогает отличать достоверную информацию от манипулятивной; научиться применять правовые и организационные меры защиты, включая взаимодействие со службами информационной безопасности и психологической поддержки и формировать устойчивую профессиональную идентичность, способную противостоять попыткам дискредитации и давления извне.

В первом разделе рассматриваются феномен психологического воздействия и его общие характеристики, стратегии, формы и методы воздействия, эволюция идей, научных концепций и моделей информационно-психологического воздействия, основные этапы развития его теории и практики пропаганды, особенности понимания этого феномена в контексте концепции стратегических коммуникаций.

Во втором разделе рассматриваются формы, методы и приемы негативного психологического воздействия в правоохранительной деятельности, современные технологии информационно-психологической защиты от негативного информационно-психологического воздействия, а также технологии формирования у сотрудников правоохранительных органов информационно-психологической устойчивости.

Каждый раздел содержит вопросы и практические задания, направленные на формирование навыков работы с источниками негативного информационно-психологического воздействия, умения выявлять психологические особенности личности, межличностных и межгрупповых отношений с целью оказания психологического воздействия, а также умения анализировать приемы и методы информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел и противодействия со стороны других лиц.

Таким образом, введение и изучение дисциплины «Защита личного состава от негативного информационно-психологического воздействия» является стратегически важным шагом в обеспечении личной и профессиональной устойчивости правоохранителей, повышении их боеготовности и сохранении доверия граждан к правоохранительной системе в целом. Учебное пособие соответствует требованиям современных нормативно-правовых актов, в том числе Концепции информационной безопасности Российской Федерации, Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, а также положениям о социальной защите сотрудников органов внутренних дел.

**Тема 6. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ НЕГАТИВНОГО
ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ**

6.1. Элементы информационно-психологического воздействия

Элементы информационно-психологического воздействия — это составляющие комплекса мер, направленных на формирование, изменение или поддержание определённых психологических состояний, установок, мнений и поведения целевых групп через передачу информации. В зависимости от целей и контекста эти элементы могут варьироваться, однако наиболее часто встречающиеся включают следующие аспекты:

1. *Целевые аудитории.* Определение конкретных групп людей, на которых направлено воздействие. Это могут быть различные социальные группы, такие как молодежь, пенсионеры, военные, избиратели и другие.

2. *Каналы передачи информации.* Способы доставки информационного контента до целевой аудитории:

- СМИ (телевидение, радио, печатная пресса);
- интернет (социальные сети, форумы, блоги, мессенджеры);
- реклама (наружная реклама, билборды, баннеры);
- прямые коммуникации (митинги, выступления, личные встречи).

3. *Контент (информационное сообщение).* Основной элемент воздействия, включающий тексты, визуальные материалы, аудио- и видеоматериалы. Контент может быть представлен в различных формах:

- новости;
- статьи;
- посты в социальных сетях;
- видеообращения;
- фотографии;
- мемы и инфографика.

4. *Тематические направления.* Тематика сообщений может охватывать широкий спектр вопросов, включая политические, экономические, культурные, социальные темы, например:

- национальная безопасность;
- социальная справедливость;
- экономическое развитие;
- культурные ценности;

– международные отношения и т. д.

5. *Психологические приемы.* Инструменты, направленные на создание эмоциональной реакции или когнитивного отклика у получателей информации. Среди них:

- апелляция к страху или тревоге;
- использование юмора или сарказма;
- создание чувства общности (например, через обращение к патриотическим чувствам);
- формирование положительного или отрицательного образа (например, героя или врага);
- отвлечение внимания (использование нерелевантной информации для отвлечения от более важной темы);
- использование мемов и ярлыков (формирование определенных мнений путём предоставления информации в упрощённой, эмоционально окрашенной, часто в комической форме) и т. д.

6. *Методы манипуляции.* Специальные техники, направленные на скрытое влияние на восприятие и поведение людей:

- повторение ключевых идей (с целью закрепления информации);
- упрощение сложных вопросов до простых лозунгов;
- игнорирование неудобных фактов или искажение информации;
- дезинформация (распространение ложных сведений).

7. *Анализ эффективности.* Оценка результатов информационно-психологического воздействия включает мониторинг изменений в настроениях, установках и поведении целевой аудитории. Для этого используются социологические опросы, анализ общественного мнения, данные о вовлеченности в соцсетях и другие методы.

8. *Обратная связь.* Процесс сбора информации о реакции аудитории на передаваемые сообщения позволяет корректировать стратегию воздействия. Обратная связь помогает выявлять слабые места в кампании и своевременно вносить изменения.

Эти элементы образуют систему информационно-психологического воздействия, которая может использоваться как в мирных целях (например, для продвижения социальной рекламы), так и в конфликтных ситуациях (в рамках информационных войн).

Информационно-психологическое воздействие осуществляется в процессе коммуникации на стратегическом, оперативном и тактическом уровнях, составными элементами которой являются:

- 1 – субъект;
- 2 – объект;
- 3 – процесс воздействия (передача сообщения с помощью конкретных методов по коммуникационным каналам), корректируемый на основе: а) обратной связи и осуществляющийся в б) определённых условиях.

Сотрудники органов внутренних дел, выполняя задачи по защите жизни, здоровья, прав и свобод граждан Российской Федерации, иностранных граждан, лиц без гражданства, противодействию преступности, охраны общественного

порядка, собственности и для обеспечения общественной безопасности¹, становятся серьёзной преградой на пути реализации этих планов. Именно поэтому они превращаются в приоритетный объект негативного информационно-психологического воздействия.

Негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел — это такое воздействие на отдельного человека или группу лиц (в том числе помимо их воли), которое осуществляется с использованием специальных средств и способов воздействия на психику человека и приводит к негативным последствиям для личности, общества и государства².

Анализ научных исследований в области информационно-психологического воздействия позволяет заключить, что личностно и профессионально зрелый сотрудник, действующий в здоровом служебном коллективе, обладает своеобразными защитными когнитивными механизмами от негативного внешнего воздействия. Эта когнитивная защита состоит из нескольких рубежей защиты. Для уточнения её сущности необходимо модельно представить процесс восприятия сотрудником органов внутренних дел информационно-психологического воздействия и реагирования на него.

В процессе своей повседневной деятельности человек контактирует со сложным, противоречивым, динамичным и практически безграничным в пространстве и времени материальным, духовным и информационным миром. Охватить своим сознанием все элементы этого мира ему не представляется возможным. Поэтому человек вынужден конструировать окружающий мир и создавать его внутренние презентации в виде *субъективного образа мира*. Именно этот мир человек и воспринимает как единственно существующий и использует его для взаимодействия с реальным миром.

Разработчиком концепции образа мира является известный отечественный психолог Алексей Николаевич Леонтьев (1903–1979). Согласно его определению, образ мира — это целостная, многоуровневая система представлений человека о мире, других людях, о себе и своей деятельности.

Ключевые характеристики образа мира

Амодальность. А. Н. Леонтьев полагал, что образ мира обладает свойством амодальности, то есть он находится за пределами зрительной, слуховой, тактильной и любой другой конкретной модальности. Следовательно, образ мира не является картинкой, а представляет собой своеобразное «пятое квазиизмерение» (помимо им рассматриваемых трёхмерного пространства и времени), то есть смысловое пространство, пространство значений. Значения, — от-

¹ Федеральный закон от 07.02.2011 № 3-ФЗ «О полиции».

Здесь и далее — все нормативные правовые акты приводятся по данным официального интернет-портала правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения 01.06.2025).

² Психология служебной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Психология служебной деятельности» / В. Л. Цветков, А. Г. Караяни, И. О. Котенев [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2019. С. 150.

мечал Леонтьев, — выступают не в качестве того, что лежит перед вещами, а в том, что лежит за их обликом (познанные объективные связи предметного мира, различные системы, в которых они существуют и способны раскрывать свои свойства¹.

Социокультурная основа. Образ мира имеет глубокую социальную и культурную природу. Он опирается на элементы культуры, закреплённые в доминирующих в обществе ценностях, нормах, обычаях и традициях². Таким образом, индивидуальный образ мира тесно связан с общественным сознанием (которое можно рассматривать как «общественный образ мира») и его оперативным проявлением – общественным мнением³.

Формирование образа мира. Формирование образа мира у человека происходит двумя основными путями: в результате его собственной целенаправленной деятельности по освоению реального мира; под влиянием внешних воздействий, к которым относятся семья, школа, друзья, трудовая деятельность, СМИ, социальные медиа, субъекты информационно-психологического воздействия и т. д.

Сложившийся и постоянно развивающийся образ мира формирует для человека систему ценностных, нравственных и социальных координат. Эта система позволяет ему ориентироваться в действительности, осмысливать и оценивать происходящие события, прогнозировать их развитие, а также выстраивать своё поведение и повседневную жизнедеятельность. Таким образом, субъективный образ мира выполняет ключевые функции: ориентировочную, ценностную, рефлексивную и прогностическую.

На этом основании американский писатель и социолог *Уолтер Липпман* утверждал, что внутренние образы мира определяют образ мышления, настроения и деятельности людей⁴.

В схожем ключе рассуждал и А. Н. Леонтьев. Он подчёркивал, что условием адекватного восприятия отдельного предмета является адекватное восприятие всего предметного мира в целом, а также отнесённость этого предмета к данной картине мира. Из этого следует, что любая новая информация, с кото-

¹ Леонтьев А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. – М., 1983. С. 260.

² Евгеньева Т. В., Селезнёва А. В. Психология массовой политической коммуникации: учебное пособие. – М., 2013. С. 11.

³ Под общественным сознанием принято понимать отражение общественного бытия или совокупность коллективных представлений, присущих определённой социальной группе (классу, партии, национальности, государству и т. д.). То есть общественное сознание – это не сознание всего общества. Оно также не совокупность индивидуальных сознаний членов общества, а целостное духовное явление, обладающее определённой внутренней структурой, включающей различные уровни (теоретическое и обыденное сознание, идеология и общественная психология) и формы сознания (политическое и правовое сознание, мораль, религия, искусство, философия, наука). Общественное мнение – состояние массового сознания, заключающего в себе отношение (или явное) различных групп людей к событиям и фактам социальной действительности. (Философский энциклопедический словарь. – М., 1983. С. 448–449).

⁴ Липпман У. Общественное мнение. – М., 2004. – 384 с.

рой сталкивается человек, оценивается через призму сложившегося образа мира: она либо соответствует ему и принимается, либо вступает в противоречие и может отвергаться.

Кроме того, образ мира активно влияет на последующее осознание действительности. Предшествующий опыт формирует у человека определённые ожидания, идеалы и эталоны. При столкновении с новой ситуацией эти ожидания, соединяясь с актуальным опытом, порождают образ, который в той или иной степени совпадает с реальностью. Однако важно понимать, что это совпадение никогда не бывает полным и абсолютно точным, поскольку образ – это лишь субъективное отражение реальности в сознании человека, а не сама объективная реальность¹.

Недостаток информации, необходимой для деятельности, компенсируется деталями, взятыми из сложившегося образа мира². Таким образом, образ мира выполняет ещё созидательную и защитную функции:

- отвергает информацию, противоречащую ценностям человека;
- предупреждает развитие стрессовых состояний в ситуации нехватки информации путём её восполнения.

Образ мира можно считать своеобразным «фильтром» для всей поступающей извне информации. Если у сотрудника органов внутренних дел сформирован непротиворечивый образ мира, адекватно отражающий события реального мира и своё место в нем, он в определённой степени защищён от восприятия деструктивной информации об *этом мире и о себе*.

Выполнение «фильтрующей» функции образа мира связано с такими представителями в нем общественного сознания, как социальные стереотипы и социальные установки. Эти явления частично вплетены в образ мира, частично самостоятельны и в значительной своей части не осознаются человеком.

Социальный стереотип (от греч. Stereos – «твёрдый» и typos – «отпечаток») – это устойчивое, категоричное и крайне упрощённое представление о каком-либо явлении, группе или исторической личности, распространённое в данной социальной среде³.

Термин «стереотип» по отношению к процессу социального восприятия и поведения в 1922 г. ввёл в научный оборот в американский социолог *Уолтер Липпман* (Lippmann) (1889–1974) в книге «Общественное мнение»⁴. Он утверждал, что между человеком и событиями, и фактами его жизни существует «псевдосреда», состоящая из мнений, стереотипов и паттернов (штампов). Поведение человека является реакцией именно на эту псевдосреду. То есть определённое видение обстоятельств становится основанием для выводов и стимулирует впечатления и ощущения. Другими словами, человеческие поступки основаны-

¹ Ситников В. Л. Социально-перцептивные образы в массовом сознании. – СПб: СПбУ МВД России, 2023. – 160 с.

² Евгеньева Т. В., Селезнёва А. В. Психология массовой политической коммуникации... С. 11.

³ Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. – СПб., 2004. – 672 с.

⁴ Липпман У. Общественное мнение. – М., 2004. – 384 с.

ваются не на прямом и очевидном знании, а на «картинах, которые индивид рисует сам или получает от кого-то другого». Значительную часть этих «картинок» и составляют стереотипы. Эта позиция во многом перекликается с идеями А.Н. Леонтьева.

Функции и особенности стереотипов. Социальные стереотипы, усваиваясь в процессе социализации, и наряду со знаниями и опытом формируют упорядоченную более или менее непротиворечивую картину мира, в которой «удобно размещаются» привычки, вкусы, способности, удовольствия и надежды людей.

Стереотип формирует своего рода эталон представлений о людях разного типа. Эти эталоны могут лишь частично осознаваться человеком, а могут и вообще находиться вне поля сознания человека, но они всегда влияют на процесс познания другого человека¹.

Стереотипы выполняют важные социальные функции: упрощают восприятие сложных объектов при дефиците времени; облегчают ориентацию в сложном социальном мире; предоставляют информацию человеку о социальных объектах (людях, социальных группах и организациях); защищают от стресса, связанного с переработкой сложной информации о социальных объектах; помогают формированию мировоззрения человека.

Ключевые особенности стереотипов:

- начинают действовать ещё до того, как включается разум;
- обладают высокой устойчивостью и трудно поддаются изменению;
- накладывают свой отпечаток на фактические данные в момент их восприятия.

Виды стереотипов и их влияние на деятельность. Стереотипы подразделяются следующим образом: гетеростереотипы (представления о других людях и социальных объектах), аутостереотипы (представления о себе и своей группе), положительные и отрицательные.

Пример из профессиональной деятельности: аутостереотип восприятия себя сотрудником полиции как уверенного и выдержанного человека способствует успешности служебной деятельности. А аутостереотип «со мной этого никогда не случится» чреват различными негативными последствиями (например, недооценкой противника или ситуации, опасностью заболевания, разрушением отношений с коллегами и близкими и т. д.). Гетеростереотип, связанный с уверенностью в абсолютной надёжности мессенджеров («Скайп» или другие интернет-ресурсы), может вызвать у сотрудника полиции соблазн использовать их для передачи служебных данных.

Когда социальный стереотип приобретает эмоциональную окраску, начинает определять отношение и характер поведения к тем или иным социальным объектам, он становится социальной установкой.

Социальные стереотипы и установки сотрудников органов внутренних дел в условиях негативного информационно-психологического воздействия приобретают особую значимость, поскольку влияют на профессиональное поведение,

¹ Ситников В. Л. Указ.соч. – 160 с.

принятие решений и взаимодействие с обществом. Можно выделить ряд основных феноменов такого влияния: усиление защитных стереотипов, стереотипизация противника, снижение мотивации служебной деятельности и рост профессионального выгорания, когнитивные искажения и подтверждение предубеждений, ослабление обратной связи с социумом, с обществом, формирование «осадного менталитета» и жестких профессиональных установок.

Усиление защитных стереотипов. Усиление защитных стереотипов происходит под воздействием постоянной критики в средствах массовой информации, социальных сетях и слухах. В результате, у ряда сотрудников органов внутренних дел происходит демонизация «внешнего врага» по типу: «все журналисты – провокаторы», «все граждане – потенциальные правонарушители» и одновременно идеализация «своих» (коллег, руководства, системы в целом) как единственного источника справедливости и порядка. Таким образом, происходит поляризация восприятия: «Мы – право и порядок, Они – хаос и разрушение».

Стереотипизация противника. Стереотипизация противника формируется в условиях усиления информационной войны и может приводить к «дискриминационному» поведению и нарушению принципа равенства перед законом. Активисты противоположенной стороны воспринимаются лишь как провокаторы, радикалы, а представители СМИ — это «враги правды».

Снижение мотивации служебной деятельности и рост профессионального выгорания. Постоянное негативное освещение деятельности органов внутренних дел вызывает у сотрудников чувство несправедливости, снижение профессиональной гордости, способствует росту цинизма и апатии. Это, в свою очередь, способствует снижению мотивации служебной деятельности, депрофессионализации и эмоциональному выгоранию, отражаясь на качестве работы.

Когнитивные искажения и подтверждение предубеждений. Когнитивные искажения возникают в результате того, что сотрудники, подверженные интенсивному воздействию негативной информации, начинают избирательно воспринимать информацию, подтверждающую их негативные установки (эффект подтверждающего смещения) и начинают игнорировать позитивные отзывы граждан и преувеличивать значимость единичных случаев агрессии в отношении полиции.

Ослабление обратной связи с социумом, с обществом. Ослабление обратной связи с социумом, с обществом является следствием формирования когнитивных искажений и предубеждений, возникающих в процессе снижения мотивации служебной деятельности и профессионального выгорания. Негативное информационное воздействие подрывает механизм социального контроля и обратной связи, что снижает готовность сотрудников учитывать общественное мнение, усиливает бюрократическую замкнутость системы, затрудняет реформирование и модернизацию системы органов внутренних дел.

Формирование «осадного менталитета» и жестких профессиональных установок. Условия негативного информационного давления приводят к развитию так называемого «осадного менталитета», в результате которого снижается доверие к гражданам, усиливается внутренняя сплоченность сотрудников сило-

вых структур, возрастает склонность к конформизму, подавлению инакомыслия внутри системы и формируются жесткие когнитивные установки: «все подозреваемые врут», «закон — для слабых, порядок — для сильных», «лучше перестраховаться, чем ошибаться».

Социальная установка (аттитюд) (англ. attitude, social) это общая ориентация индивида на определённый социальный объект, предшествующая действию и выражающая предрасположенность действовать определённым образом в отношении данного объекта. Социальная установка включает три аспекта: когнитивный (осознание объекта), аффективный (эмоциональная оценка объекта) и поведенческий (последовательное поведение по отношению к объекту, также их функции (приспособления, познания, саморегуляции, защиты)¹.

Таким образом, социальные фильтры и установки, наряду с образом мира, выступают своеобразными когнитивными фильтрами, сквозь которые пропускается вся входящая информация. Фильтрация поступающей человеку социальной информации осуществляется с помощью таких психологических механизмов, как *стереотипизация, социальная категоризация и социальная атрибуция*² и критическое мышление.

Эти механизмы выполняют функции упрощения воспринимаемых объектов, экономии когнитивных ресурсов и сокращения количества информации, необходимой для запоминания, и дополнения информации в условиях неопределённости (таблица 1).

Таблица 1. Психологические механизмы

Механизм	Сущность	Функция
Социальная категоризация	Отнесение людей и объектов к определённым социальным группам и классам ³	Упрощение социального функционирования
Стереотипизация	Восприятие, классификация и оценка объектов социальных (событий) путём распространения на них характеристик некоей социальной группы на основе социальных стереотипов ⁴	Интерпретация поведения на основе известных категорий
Социальная атрибуция (от англ. attribute – приписывать, наделять)	Приписывание социальным объектам (человеку, группе, социальной общности) характеристик, не представленных в поле восприятия ⁵	«Достраивание» недостающей информации для адекватного взаимодействия. Основным способом такого «достраивания» непосредственно воспринимаемой информации и является атрибуция

¹ Социологический словарь. URL: https://gufo.me/dict/social/установка_социальная (дата обращения: 15.09.2025).

² Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб., 2007. С. 63.

³ Тернер Джон. Социальное влияние. – М., 2003. – 256 с.

⁴ Большая психологическая энциклопедия // Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://psychology.academic.ru/2463> (дата обращения: 15.09.2025).

⁵ Краткий психологический словарь. – Ростов-н/Д, 1998. – 512 с.

Перечисленные механизмы социальной перцепции отражают преимущественно подсознательную реакцию на социальные объекты и информацию о них. Однако возникает ситуация когнитивной неопределённости, если: эта информация не встраивается в систему связей и отношений образа мира человека, а также когда в ней отсутствуют соответствующие социальные стереотипы. В таком случае индивид не может отнести информацию к известной категории, приписать ей определённые характеристики, сформировать к ней своё отношение.

Для преодоления этой неопределённости требуется включение сознательного и целенаправленного механизма познания и оценки социальных объектов – критического мышления.

По мнению М. В. Кларина, *критическое мышление* представляет собой «рациональное, рефлексивное мышление, направленное на то, чтобы решить, чему верить или какие действия предпринять. При таком понимании критическое мышление включает как способности (умения), так и предрасположенность (установки)»¹.

Критическое мышление предполагает сознательное использование мыслительных операций (сравнения, анализа и синтеза, абстракции, обобщения, конкретизации) для оценки социальных объектов и содержания, объективности информации.

Кроме когнитивных механизмов восприятия социальной информации можно выделить личностный и поведенческий механизмы.

Личностным механизмом категоризации, стереотипизации, атрибуции и критического осмысления социальной информации (информации о социальных объектах) выступает личностная идентичность человека.

Личностная идентичность отражает внутреннюю целостность (уникальность) личности и является способом её адаптации к обществу (принятие или непринятие социальных идеалов, ценностей, норм). Американский психолог *Эрик Эриксон* (1902–1994) определял идентичность как «осознание того, что синтезирование Эго обеспечивается тождеством человека самому себе и непрерывностью и что стиль идентичности совпадает с тождеством и непрерывностью того значения, которое представляется значимым другим в непосредственном окружении»².

Эриксон раскрывает психосоциальную сущность идентичности, выделяя четыре её аспекта: сознательное чувство индивидуальной идентичности, бессознательную борьбу за непрерывность личностного характера, критерий эго синтеза, поддержание внутренней солидарности с идеалами и идентичностью группы.

Как отмечает К.Н. Поливанова, человек, сформировавший идентичность, «оказывается самотождественным, он остаётся самим собой независимо от ситуации действия, но он одновременно и адекватен ситуации, не теряя при

¹ Кларин М. В. Инновационные модели обучения в зарубежных педагогических поисках. – М., 1994. С. 45.

² Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. – М., 1996. С. 59.

этом своего лица»¹. Это означает, что личность активно адаптируется к социальным условиям жизнедеятельности, но сохраняя свою личностную целостность.

Таким образом, ключевыми моментами идентичности являются: константность самовосприятия; единство временной перспективы; совпадение саморепрезентаций с восприятием личности другими.

На основе этих характеристик идентичность выполняет функцию фильтрации: она способствует принятию информации, способствующей сохранению константности, временной целостности личности, её солидарности с идеалами и идентичностью группы, и отвержение информации, угрожающей всему перечисленному.

Поведенческим механизмом поддержания целостности и временной протяжённости личности является механизм последовательности в поведении.

Последовательность в поведении можно рассматривать как тенденцию сохранять принципы и стиль поведения личности в различных социальных ситуациях. Данная характеристика выполняет несколько важных функций:

- обеспечивает выбор стратегии поведения в условиях неопределённости;
- создаёт устойчивость социальных ожиданий со стороны окружающих;
- поддерживает стабильность социального имиджа человека;
- предохраняет от внутриличностных конфликтов.

Человека называют последовательным, когда он выполняет взятые на себя обязательства, придерживается определённых ценностных и нравственных ориентиров, предъявляет обусловленные его стилем поведения требования к окружающим, ориентируется на уже проверенные источники информации, оценивает эту информацию с использованием проверенных критериев и т. д.

Стремление к сохранению последовательности, являясь фундаментальной чертой поведения человека. Оно выступает в роли поведенческого фильтра, который защищает личность от разрушающего воздействия социальной среды на её идентичность.

Все перечисленные механизмы восприятия, оценки и понимания социальных объектов и информации, в силу выполнения ими защитных функций по отношению к личности и её социальному поведению, можно обозначить как «коммуникационные фильтры». Под *коммуникационными фильтрами* понимается личностно-когнитивные и поведенческие стратегии и ресурсы личности, обеспечивающие восприятие сообщений, их классификацию и оценку, принятие, отвержение или модификацию, в соответствии со своим образом мира. *Важнейшими коммуникативными фильтрами*, как было показано выше, являются образ мира личности (мировоззрение), набор и направленность её стереотипов и социальных установок, устойчивые паттерны социального поведения и личностная идентичность.

¹ Поливанова К. Н. Психология возрастных кризисов. – М., 2000. С. 80.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Перечислите и охарактеризуйте элементы информационно-психологического воздействия.
2. Как образ мира связан с восприятием и оценкой поступающей информацией?
3. Уолтер Липпман называл стереотипы «картинками в нашей голове». Объясните, почему стереотип – это «картинка»? Какие характеристики изображения ему свойственны? Приведите пример.
4. Что представляет собой личностная идентичность? Какие её характеристики выполняют функции фильтрации получаемой личностью информации?
5. Дайте определение коммуникативным фильтрам. Раскройте их роль в защите личности от негативного информационно-психологического воздействия.

Задания для самостоятельной работы

1. Установите соответствие между приведенными ниже определениями и понятиями.

Социальная установка	Приписывание социальным объектам (человеку, группе, социальной общности) характеристик, не представленных в поле восприятия
Социальная категоризация	Восприятие, классификация и оценка объектов социальных (событий) путём обобщенных и, как правило, нагруженных оценочными суждениями впечатлений, которые члены одной социальной группы используют при характеристике членов другой группы
Стереотипизация	Общая ориентация индивида на определенный социальный объект, предшествующая действию и выражающая предрасположенность действовать определенным образом в отношении данного объекта
Социальная атрибуция	Отнесение человеком окружающих его людей к тем или иным социальным группам

2. Проанализируйте следующие ситуации и классифицируйте их по типам стереотипов:

- 1) «Подростки из неблагополучных районов – потенциальные правонарушители, с ними нельзя говорить по-хорошему, они понимают только язык силы»;
- 2) «Telegram всё шифрует, это полностью безопасно»;
- 3) «Пожилые люди плохо разбираются в современных технологиях»;
- 4) «Молодой сотрудник не проявляет инициативы, ничего не хочет делать и ждет, когда ему все разжуют»;

- 5) «У нас вечный бардак и ничего нельзя изменить»;
- 6) «Я могу найти подход к любому человеку».

3. Проанализируйте ситуацию и обозначьте, какие психологические приемы и манипуляции используются автором:

1) Если используете настольную версию WhatsApp – срочно обновите приложение! Появилась новая уязвимость CVE-2025-00354 в версии WhatsApp для Windows.

2) «Силовики в прямом эфире начали жесткие задержания мирных жителей, желавших быть услышанными. На площади Восстания около 12 часов собрались отчаявшиеся жители, чтобы мирно выразить свою гражданскую позицию против произвола властей. Люди выкрикивали такие лозунги, как: «Мы за правду!» и «Верните наши права». Силовики начали массовые задержания, применяя физическую силу. По словам многочисленных очевидцев, на месте царили хаос и звучали крики ужаса; повсюду наблюдалась чрезмерная жестокость. «Жестокость» правоохранителей не знала границ.

6.2. Негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел

Сотрудник органов внутренних дел, в образе мира которого важное место занимает чувство достоинства, служебного долга, ответственности, коллективизма, не поддастся деструктивному воздействию. А тот, у кого в центре этого образа находится личное благополучие, самообогащение, ложная свобода, эгоизм, легко поддаётся негативному влиянию.

Жертвами негативного информационно-психологического воздействия могут стать сотрудники, отличающиеся фрагментарностью образа мира, некритичностью восприятия информации, высокой внушаемостью, неустойчивостью профессиональной мотивации, бедностью профессиональных и жизненных знаний, умений и навыков, неуверенностью в себе и т. д. Работу коммуникативных фильтров можно увидеть на теоретической «модели коммуникации с функционированием коммуникативных фильтров» (см. рис. 1). Представленная модель демонстрирует, что воздействие на сотрудника органов внутренних дел в первую очередь встречает четыре рубежа информационно-психологической защиты – коммуникативные фильтры. Их работа тесно связана с общественным сознанием и общественным мнением, которые задают своеобразную динамичную систему социальных, нравственных и духовных координат личности.

Таким образом, сотрудник органов внутренних дел в значительной степени защищен от негативного информационно-психологического воздействия, если у него сформированы: целостный и адекватный образ мира; просоциальные стереотипы и установки; устойчивая последовательность в поведении; стабильная личностная идентичность. Попытки навязать иную, неадекватную картину мира в этих условиях оказываются бесперспективными.

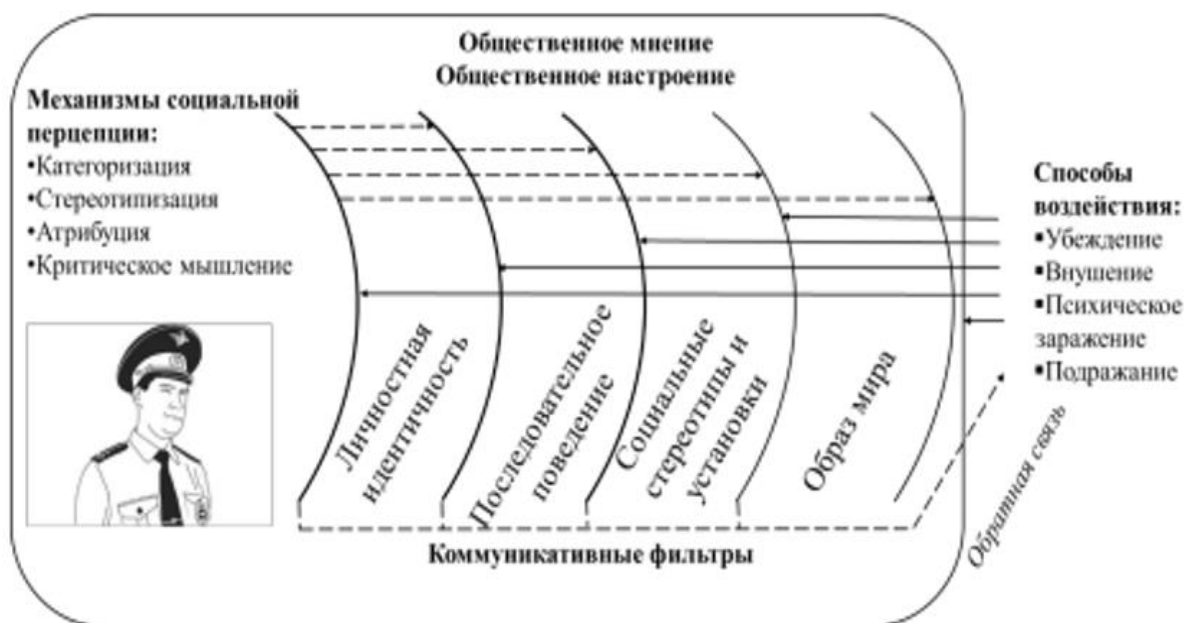


Рис. 1. Модель коммуникации с функционированием коммуникативных фильтров¹

Негативное информационно-психологическое воздействие представляет серьезную угрозу для устойчивого развития общества и требует комплексного подхода к противодействию. Осознание личной ответственности каждого человека за проверку информации и распространение только проверенных данных является ключевым для минимизации рисков дезориентации и манипуляций. Информационные противники, стремясь преодолеть коммуникативные фильтры сотрудников органов внутренних дел, целенаправленно используют известные в социальной психологии основные виды (способы) информационно-психологического воздействия, такие как убеждение, внушение, психическое заражение, побуждение к подражанию².

Убеждение как способ вербального (словесного) влияния, основанный на системе логических доводов, имеет ряд сильных и слабых сторон как средство информационно-психологического воздействий³.

К сильным сторонам убеждения относится: во-первых, успешное убеждение способствует принятию и последующей интеграции новых сведений в сложившуюся систему взглядов, что ведет к определённой трансформации мировоззрения; во-вторых, оно изменяет мотивационную основу поведения; в-третьих, будучи основанным на осмысленном принятии, анализе и оценке информации, убеждение прочно усваивается и закрепляется в когнитивной и мотивационно-ценностной системе личности.

¹ Караяни А. Г. и др. Технологии защиты сотрудников органов внутренних дел от негативного информационно-психологического воздействия: монография. – СПб., 2021. – 152 с.

² Андреева Г. М. Социальная психология: учебник. 2-е изд., доп. и перераб. – М., 1988. С. 161-165.

³ Краткий психологический словарь / Л. А. Карпенко, А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. – 512 с.

К слабым сторонам убеждения относятся: необходимость серьёзных временных затрат и использования солидной аргументации (примеры, аналогии, статистика, логические построения и т. д.), авторитетных людей с развитыми коммуникационными навыками; эффективность метода зависит от того, насколько предмет убеждения связан с ранее усвоенными мнениями и оценками.

Кроме этого, ограничения в использовании убеждения для воздействия на массовое сознание и поведение обусловлено тем, что логические аргументы требуют от аудитории умения логически мыслить и сопоставлять различные факты, чем обладают далеко не все возможные получатели сообщения. При этом участие самого получателя в процессе анализа возможно лишь в том случае, если он доверяет источнику и осознанно хочет понять и запомнить сказанное им. Наконец, мнения и оценки, предлагаемые источником, далеко не всегда совпадают с уже существующими в сознании получателя¹.

В связи с указанным метод убеждения рекомендуется применять преимущественно при обращении к идеологическим и политическим сторонникам субъекта воздействия, где задачей является не формирование новых взглядов и тем более не изменение уже существующих, а их дополнительное подтверждение. Использование этого метода к сторонникам способствует формированию или укреплению убеждённости, то есть непоколебимой уверенности в правильности усвоенных идей, оценок и представлений².

Обращаясь к модели коммуникации с функционированием коммуникативных фильтров, представленной на рис. 1, можно сказать, что убеждение эффективно при работе с первым коммуникационным фильтром – формированием образа мира. Использование убеждения автоматически запускает у объекта воздействия механизм критического осмысления информации.

Значительные ограничения возможностей метода убеждения обуславливают то, что *ведущим методом информационно-психологического воздействия на массовое сознание становится метод внушения*.

Внушение или суггестия (англ. suggestion) представляет собой процесс воздействия на психическую сферу человека, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания, с отсутствием целенаправленного активного его понимания, развёрнутого логического анализа и оценки в соотношении с прошлым опытом и данным состоянием субъекта. Усвоенное в процессе внушения содержание носит навязчивый характер и с трудом поддается осмыслению и коррекции, образует совокупность «внушённых установок»³. Это метод психопрограммирования, достигающий не согласия, а простого принятия информации на основе готового вывода, относится к методам манипулятивного воздействия на личность.

Объектом внушения (суггерендом) может быть как отдельный человек, так и группа, социальный слой и т. д., а субъектом (суггестором) – индивид, группа, средства массовой информации. Внушение может достигаться вербаль-

¹ Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций ... С. 63.

² Там же.

³ Краткий психологический словарь. – 512 с.

ными (слова, интонация), так и невербальными (мимика, жесты, действия другого человека, окружающая обстановка) средствами. На внушении отчасти основано воздействие некоторых средств массовой коммуникации, рекламы, моды, обычаев, формирование веры¹.

Способ внушения может опираться на использование своеобразных псевдоаргументов, такие как создание образа «мнения большинства», использование сфабрикованных рейтингов, генерализирующих формул «все», «всегда», «никто» и т. д.

Эффективными приемами также являются навязчивое опровержение, вызывающее «эффект бумеранга», и сочетание внушения с эмоциональным заражением. Важным социально-психологическим явлением, связанным с внушением, является конформизм, который может быть информационным (вызванным недостатком информации), конформизмом страха (страхом изоляции) и конформизмом авторитета.

Способ внушения может опираться на использование своеобразных псевдоаргументов, не являющихся на самом деле логическими доказательствами предлагаемого суждения. К примеру, это может быть внушение с использованием образа большинства, якобы уже разделяющего и поддерживающего мнение источника; различные сфабрикованные опросы, рейтинги; случайные опросы «симпатичных» людей, выступающих «за» и одного «несимпатичного», выступающего «против»; использование формул генерализации, типа «все», «всегда», «никто» и т. д.²

Для повышения эффективности внушения используется ряд конкретных приемов:

1. Создание иллюзии большинства («спираль молчания»). Согласно концепции Э. Ноэль-Нойман, меньшинство, выходящее на площадь или получившее в своё распоряжение каналы массовой коммуникации («кричащее меньшинство»), может создать у молчаливого большинства ложное впечатление, что его точка зрения является общепринятой, что вынуждает людей присоединиться к нему. Действуя таким образом, меньшинство действительно превращается в большинство.

2. Использование авторитета. Привлечение известных личностей или группы (актёры, певцы, спортсмены, учёные, герои прошлого – «если бы он был жив ... он бы поддержал нас»). Задействуется профессиональный, политический и социальный статус и атрибуты авторитетных в обществе профессиональных групп: например, использовать некоторые атрибуты этих групп, например, халат врача. Так же не менее эффективно использовать для внушения негативный авторитет лиц и социальных групп (этнических, религиозных, политических и др.), ставших для людей своеобразными пугалами.

3. Провокационные техники:

- эффект бумеранга: навязчивое опровержение какой-либо информации, которое вызывает к ней повышенный интерес аудитории.

¹ Андреева Г. М. Указ. соч. С. 161–165.

² Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций ... С. 63.

– внушения с механизмами эмоционального заражения и подражания для усиления воздействия¹.

С внушением связаны такие виды воздействия, как формирование благосклонности, просьба, самопродвижение, принуждение, нападение (агрессия), манипуляция.

Особую роль играет создание и поддержание стереотипов. По меткому замечанию У. Липпмана, это один из самых тонких и распространенных механизмов воздействия. Стереотипы формируют наше представление о явлениях и социальных группах ещё до непосредственного столкновения с ними, задавая готовые схемы восприятия².

Внушение часто вызывает эффект конформизма – тенденцию подчиняться давлению группы и действовать «как большинство», даже внутренне не разделяя общее мнение. Выделяют три основных типа конформизма: информационный, конформизм страха и авторитета³:

– информационный конформизм провоцируется отсутствием информации, необходимой и достаточной для формулирования собственного мнения, когда человек вынужден принимать навязываемое ему мнение;

– конформизм страха вызывается страхом оказаться вне общности, стать предметом насмешки, осуждения и т. п.;

– конформизм авторитета проявляется в безусловном принятии человеком мнения личности или группы, которые являются для него авторитетными.

Психическое заражение определяется как бессознательная невольная подверженность индивида определённым психическим состояниям посредством передачи эмоционального состояния, или «психического настроения» от других людей. Особенно интенсивно психическое заражение осуществляется в ситуациях, когда люди взаимодействуют по психологическим механизмам толпы, когда между ними возникают так называемые циркулярные реакции «кружения» и многократного отражения эмоциональных состояний.

Выделяют отличия психического заражения и внушения⁴ (таблица 2).

Таблица 2

<i>Критерий</i>	<i>Психическое заражение</i>	<i>Внушение</i>
Направленность	Взаимное, массовое сопереживание общего состояния	Одностороннее, персонифицированное воздействие
Характер	Стихийный, неосознанный	Целенаправленный, активный
Основные средства	Невербальные (восклицания, ритмы) и эмоциональный фон	Преимущественно вербальные (слова, интонация)

¹ Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций ... С. 63.

² Липпман У. Указ. соч. – 384 с.

³ Евгеньева Т. В., Селезнёва А. В. Психология массовой политической коммуникации... С. 11.

⁴ Андреева Г. М. Указ. соч. С. 161–165.

Подражание представляет собой механизм воздействия, при котором происходит не простое принятие внешних черт поведения другого человека или массовых психических состояний, но воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения и психических состояний других людей. В качестве воздействия рассматривается побуждение к подражанию.

Законы подражания:

1. От внутреннего к внешнему: внутренние образцы (идеи, ценности) вызывают подражание раньше внешних форм поведения.

2. Низшие подражают высшим: индивиды с более низким социальным статусом склонны подражать тем, кто обладает более высоким статусом (провинция – центру, подчинённые – руководителям)¹ и т. д.

Внушение, психическое заражение и подражание, в которых информационно-психологическое воздействие выступает в неявной форме, а эмоциональная насыщенность является высокой, способны преодолевать коммуникативные фильтры (см. рис. 1) социальных стереотипов, социальных установок, последовательности поведения и даже (в условиях массовых действий) личностной идентичности. Именно с помощью этих способов чаще всего осуществляется негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел.

Учитывая, что негативные эмоции, особенно связанные со стрессом, существенно сужают поле сознания, снижают способность человека критически мыслить, субъекты негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел стремятся вывести их из эмоционального равновесия. Для этого используются устрашение сотрудников и членов их семей, порождение у них неуверенности в правоте их действий, оскорбления и т. д.

В последнее время для введения больших масс людей в негативное эмоциональное состояние и усиление их подверженности негативному воздействию широко используются так называемые деструктивные события.

Деструктивными считаются *события*, которые способны привести к резкому изменению обстановки в стране и в мире, существенному реформированию информационной среды, глобальной повестки дня, внутри- и внешнеполитических приоритетов, принципов, коммуникационных стратегий (от расширения методов и инструментария коммуникаций до замены целей, задач и основной коммуникационной модели)².

Деструктивные события оказывают комплексное влияние на психическое состояние:

– нагнетают эмоциональный фон и разрушают привычные жизненные ориентиры;

¹ Там же.

² Богданов С. В. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления // Государственное управление. Электронный вестник. – 2017. – Вып. № 61. Апрель. – С. 149–150. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-kommunikatsii-kontseptualnye-podhody-i-modeli-dlya-gosudarstvennogo-upravleniya> (дата обращения 20.09.2025).

- подрывают социальные, нравственные и духовные ценности;
- снижают способность к критическому осмыслению происходящего;
- активируют психологические механизмы толпы.

Г. В. Грачев отмечает, что при кризисных изменениях общества повышается внушаемость людей, и, соответственно, возрастает подверженность информационно-психологическим воздействиям. Она также возрастает в условиях нахождения человека в массовых скоплениях людей, в толпе, на митинге, демонстрации. С человеком происходит своеобразное психическое заражение определённым психоэмоциональным состоянием¹. К деструктивным событиям последнего времени можно отнести:

- пандемия COVID-19;
- военные конфликты (Нагорный Карабах);
- политические кризисы (смена власти в Киргизии, события в Белоруссии);
- экономические санкции;
- крупные протестные акции (Россия, 2019 г.).

В ходе специальной военной операции (СВО) противник пытался неоднократно фабриковать деструктивные события типа Бучи, якобы нанесенных российскими войсками ударов по украинским больницам, роддомам, школам, торговым центрам, незаконном захвате украинских детей и т. д.

В условиях деструктивных событий воздействие на сотрудников органов внутренних дел приобретает специфические черты: возрастает интенсивность и изоционность воздействия, целенаправленно разрушаются коммуникативные фильтры. Основные мишени негативного воздействия в деструктивных условиях:

- формирование деструктивной картины мира;
- внедрение дезориентирующих социальных стереотипов;
- нарушение процессов личностной идентификации;
- пропаганда импульсивных поведенческих моделей.

Всё это нацеливается на преодоление коммуникативных фильтров сотрудников органов внутренних дел для того, чтобы сформировать у них деструктивный образ мира, дезориентирующие в социальном пространстве стереотипы, неверные социальные установки, импульсивное поведение и нестабильную, лишённую временной протяжённости личностную идентичность.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Объясните, в чем заключается негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел?
2. В чём заключаются сильные и слабые стороны метода информационно-психологического воздействия — убеждения?
3. Проанализируйте ситуацию, когда в мессенджерах или социальных сетях начинается массовая рассылка тревожного сообщения (например, «В пе-

¹ Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. – М., 1998. С. 22.

сочницы разбрасывают иглы от шприцев, заражённые ВИЧ»). Какие эмоции лежат в основе этого заражения? Почему люди, не проверив информацию, начинают действовать (например, пересылать сообщение)?

4. Что такое конформизм? Какие есть типы конформизма? Приведите пример каждого из них.

5. Какую роль в манипулятивном воздействии играют генерализирующие формулы (типа «все», «всегда», «никто»)?

Задания для самостоятельной работы

1. Проанализируйте предложенные спорные утверждения. Подготовьте аргументы «за» и «против». Проведите работу в парах, где в ходе дискуссии постарайтесь убедить своего оппонента, аргументируя и обосновывая свою позицию. В ходе дискуссии используйте факты и логику. Практикуйте активное слушание: кратко перефразируйте аргумент собеседника, прежде чем высказать возражение.

Утверждения для анализа:

- 1) Частное образование лучше государственного.
- 2) Вегетарианство — это более здоровый образ жизни по сравнению с традиционным питанием.
- 3) Обязательное изучение иностранных языков в школе полезно для всех обучающихся.
- 4) Человечество должно активно искать контакт с инопланетными цивилизациями.
- 5) Жизнь в большом городе предпочтительнее жизни в маленьком городе или на селе.
- 6) Беспилотные автомобили сделают дороги безопаснее.

2. Проанализируйте представленные новостные сообщения и ответьте на следующие вопросы:

2.1 Присутствует ли в сообщении эмоциональная окраска (запугивание, манипуляция, сенсационность)?

2.2 Каков возможный мотив публикации? (реклама, кликбейт, политическое влияние, информирование).

2.3 На какие источники ссылается автор сообщения? Можно ли их проверить? (научные статьи, официальная статистика, мнения экспертов, анонимные очевидцы).

Примеры сообщений:

1) В России перестало действовать автоматическое продление водительских прав. Москва, 1 апреля - *АиФ-Москва*¹.

¹ Кочеткова Л. *АиФ-Москва*. // АО «Аргументы и факты» /Авто/ 01.04.2025. URL: <https://aif.ru/auto/v-rossii-perestalo-deystvovat-avtomaticheskoe-prodlenie-voditelskih-prav?ysclid=mh627vun8665975543> (дата обращения: 01.07.2025).

С 1 апреля водителям в России необходимо заменить водительские удостоверения, срок действия которых истек в 2022 году и был автоматически продлен. Согласно новому постановлению правительства, для получения нового удостоверения водителям потребуется пройти медицинскую комиссию, уплатить пошлину и обратиться в ГАИ.

В апреле 2022 года правительство приняло решение о продлении срока действия водительских удостоверений, истекающих в 2022-2023 годах, на три года. Подобные меры были также введены в 2023 и 2024 годах. Таким образом, водители, чьи права были автоматически продлены в 2022 году, должны пройти процедуру переоформления с 1 апреля текущего года.

В России за управление транспортным средством с недействительными правами предусмотрен штраф до 15 тысяч рублей, а также возможное отстранение от управления до восстановления прав.

2) «Остановить чудовищ». Во Франции пришли в ужас от происходящего в Одессе¹.

Французский политик Филиппо призвал перестать вооружать и финансировать Украину.

МОСКВА, 30 мар — РИА Новости. Лидер французской партии «Патриоты» Флориан Филиппо призвал перестать оказывать финансовую и военную помощь киевскому режиму и урегулировать конфликт, чтобы остановить произвол военкомов на Украине. Об этом он написал в соцсети X.

«Ополченцы Зеленского похищают курьера посреди улицы, чтобы отправить на передовую! Это не прекращается! Все ради ЕС, BlackRock и темных военных планов! Срочно нужен мир, чтобы остановить этих чудовищ и насилие! Давайте прекратим вооружать и финансировать этот режим!» — говорится в публикации.

Так политик прокомментировал видео, на котором в Одессе сотрудники полиции схватили на улице доставщика и насильно усадили в машину. При этом рядом находился сотрудник ТЦК. Нравнодушные прохожие безуспешно пытались помочь мужчине.

В интернете широко распространены видео силовой мобилизации, на которых представители украинских военкоматов, нередко избивая и применяя силу к мужчинам мобилизационного возраста, увозят их в микроавтобусах.

На Украине с 24 февраля 2022 года ввели режим военного положения, а на следующий день Владимир Зеленский подписал указ о всеобщей мобилизации. В частности, ограничили выезд из страны мужчин в возрасте от 18 до 60 лет. За уклонение от военной службы во время мобилизации на Украине предусмотрено наказание до пяти лет лишения свободы. Также в стране с 18 мая действует закон об усилении мобилизации.

3) Авиасейлс.

ВНИМАНИЕ! Сегодня, 8 августа 2023 года, Всемирный День Кошек¹.

¹ РИА Новости/В мире/ 30.03.2025. URL: <https://ria.ru/20250330/odessa-2008243637.html?ysclid=mh628t0b4a160243855> (дата обращения: 01.07.2025).

А завтра тоже. И послезавтра. И каждый день. Погладьте сегодня 10 кошек, и вам точно повезёт.

А если не знаете, где и столько найти, поезжайте в Стамбул. Там котов много.

Вот вам статья в доказательство: <https://i.avs.io/ferHvILK>

4) «Пристегнись, родной!»

Почему одна социальная реклама заставляет нас плакать, а другую мы даже не помним? В чем главный секрет воздействия на водителей и пешеходов?²

Клиповое мышление. Современного человека бывает трудно пронять обычной лекцией о ПДД, уверены психологи. Мы живем в эпоху клипового сознания. Наш мозг, как пульт от телевизора, постоянно переключает каналы: соцсети, мессенджеры, бегущая строка в новостях. Что это значит для создателей социальной рекламы, а особенно той, что размещается вдоль наших дорог? Никаких длинных текстов на плакате! Водитель, проезжающий на скорости 60 км/ч, просто не успеет его прочесть. Сегодняшнее правило — «30 секунд и не больше 9 слов». Главный козырь — не текст, а бьющая в глаза картинка. Мозг принимает решение «интересно — не интересно» за полсекунды. Задача — зацепить человека за это время. У Госавтоинспекции МВД России получается — социальную рекламу, которую создают в ведомстве, в том числе привлекая известных артистов, замечают, активно крутят на ТВ, и в первую очередь вспоминают те, на кого она, собственно, ориентирована — участники дорожного движения.

Один из последних видеороликов Госавтоинспекция МВД России сняла с известным артистом Александром Яцко. Актер перевоплотился на экране в Смерть, соблазняющую водителя сесть за руль пьяным. Скоро увидим видеоролик на всех экранах страны. Его создатели уверены: если просмотр остановит хотя бы одного потенциального нарушителя — все точно не зря.

О шоковой рекламе. Один из самых спорных методов воздействия — реклама шоковая. Жесткие кадры с последствиями ДТП, искаженные лица. Цель — выбить зрителя из равновесия, заставить его прочувствовать: это может случиться с тобой, если нарушать ПДД. Психологи предупреждают: такой подход — всегда палка о двух концах. Мужчины, как правило, воспринимают такой контент спокойно и анализируют. А вот у женщин и людей старше 50 жесткие образы могут вызвать обратную реакцию — желание поскорее забыть «эти ужасы». Вывод: шок должен быть дозированным и умным. И это в Госавтоинспекции знают, поэтому, каждый раз прорабатывая сценарий для нового социального ролика, стараются учитывать каждую деталь и потенциальную реакцию.

¹ Авиасейлс [Электронный ресурс] / Вконтакте / 08.08.2023/ URL: https://vk.com/wall-1239834_373730?ysclid=mh629wsf71529726187 (дата обращения: 01.07.2025).

² АО «ИД «Комсомольская правда» / Общество/ 24.10.2025/ URL <https://www.kp.ru/daily/27455/4659922/https://www.kp.ru/daily/27731/5159038/> (дата обращения: 24.10.2025).

6.3. Характеристика субъектов негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации¹ отмечается, что «все более актуальной становится проблема морального лидерства и создания привлекательной идейной основы будущего мироустройства. На фоне кризиса западной либеральной модели рядом государств предпринимаются попытки целенаправленного размывания традиционных ценностей, искажения мировой истории, пересмотра взглядов на роль и место России в ней, реабилитации фашизма, разжигания межнациональных и межконфессиональных конфликтов. Проводятся информационные кампании, направленные на формирование враждебного образа России. Ограничивается использование русского языка, запрещается деятельность российских средств массовой информации и использование российских информационных ресурсов, вводятся санкции в отношении российских спортсменов. Российская Федерация необоснованно обвиняется в нарушении международных обязательств, проведении компьютерных атак, вмешательстве во внутренние дела иностранных государств. Российские граждане и соотечественники, проживающие за рубежом, подвергаются дискриминации и открытому преследованию.

Недружественные страны пытаются использовать имеющиеся в Российской Федерации социально-экономические проблемы для разрушения ее внутреннего единства, инспирирования и радикализации протестного движения, поддержки маргинальных групп и раскола российского общества. Все более активно применяются не прямые методы, направленные на провоцирование долговременной нестабильности внутри Российской Федерации».

В этом документе стратегического планирования подчеркивается, что к числу важнейших национальных интересов Российской Федерации является развитие безопасного информационного пространства, защита российского общества от деструктивного информационно-психологического воздействия.

Современный этап информационно-психологического противоборства характеризуется значительным разнообразием субъектов, осуществляющих негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел. Анализ документов стратегического планирования Российской Федерации, руководящих документов МВД России, научных работ, публикаций в СМИ и социальных медиа, сообщений, циркулирующих в мессенджерах, посвященных рассматриваемой проблеме, реальных случаев и попыток такого воздействия, позволяет очертить круг субъектов такого воздействия.

Субъекты негативного информационно-психологического воздействия – это лица, организации или государственные структуры, которые намеренно стремятся оказывать деструктивное влияние на общественное сознание, используя дезинформацию, манипуляцию информацией и другие формы психологического давления. Они преследуют цели, направленные на ослабление дове-

¹ Утв. указом Президента РФ от 02.07.2021 № 400.

рия, разжигание конфликтов, распространение паники или деморализации общества. Ключевые характеристики таких субъектов:

1. *Цель – разрушение стабильности.* Главная цель таких субъектов – дестабилизация ситуации в обществе путем разрушения доверия к государственным институтам, снижения уровня общественной сплоченности и подрыва морального духа населения. Это может включать: разжигание межнациональных, религиозных или социальных конфликтов; подрыв авторитета лидеров и государственных органов; демонстрацию неспособности власти решать проблемы.

2. *Использование дезинформации.* Одним из основных инструментов таких субъектов является распространение ложной или искаженной информации. Это делается для создания ложных представлений о реальности, формирования негативных стереотипов и подрыва доверия к официальным источникам информации. Для этого применяются: фейки (ложные новости); конспирологические теории; манипуляции фактами.

3. *Апелляция к эмоциям.* Субъекты негативного воздействия активно эксплуатируют эмоции аудитории, такие как страх, гнев, зависть или чувство несправедливости. Это позволяет легче манипулировать восприятием событий и формировать нужное отношение к ним. Например: распространение слухов о катастрофах или угрозах безопасности; создание образов «врага» внутри или вне страны.

4. *Применение методов психологической войны.* Негативные субъекты могут использовать тактику психологической войны, направленную на деморализацию противника. Это включает: унижение национальной гордости; навешивание ярлыков («предатели», «коллорабационисты»); публикация компрометирующих материалов.

5. *Работа через доверенных лиц.* Часто информация распространяется через агентов влияния – людей, которые кажутся нейтральными или даже благонамеренными, но на самом деле действуют в интересах деструктивных сил. Это могут быть журналисты, блогеры, общественные деятели и др.

6. *Активное использование социальных сетей.* Современные негативные субъекты активно применяют цифровые платформы для быстрого распространения информации и мобилизации сторонников. Это связано с высокой скоростью распространения контента в интернете и возможностью анонимного воздействия.

7. *Скрытность и анонимность.* Многие субъекты предпочитают действовать скрытно, чтобы избежать ответственности за свои действия. Это достигается через использование фейковых аккаунтов, прокси-серверов и других технологий, затрудняющих идентификацию источника информации.

8. *Целенаправленное воздействие на уязвимые группы.* Особенно активно негативное воздействие направляется на социально и экономически нестабильные слои населения, молодёжь, пенсионеров и другие группы, которые могут быть более восприимчивы к пропаганде и дезинформации.

9. *Международные связи.* Некоторые субъекты могут иметь международные корни или поддержку извне, что позволяет им координировать свои действия на глобальном уровне и усиливать давление на отдельные государства.

10. *Стратегия долгосрочного воздействия.* Негативное информационно-психологическое воздействие редко ограничивается краткосрочными акциями. Оно носит систематический характер и может продолжаться годами, постепенно разрушая доверие и подрывая основы общественного согласия.

Субъектов негативного информационно-психологического воздействия можно классифицировать по двум основаниям: 1) по их принадлежности и 2) по преследуемым ими целям (рис. 2).

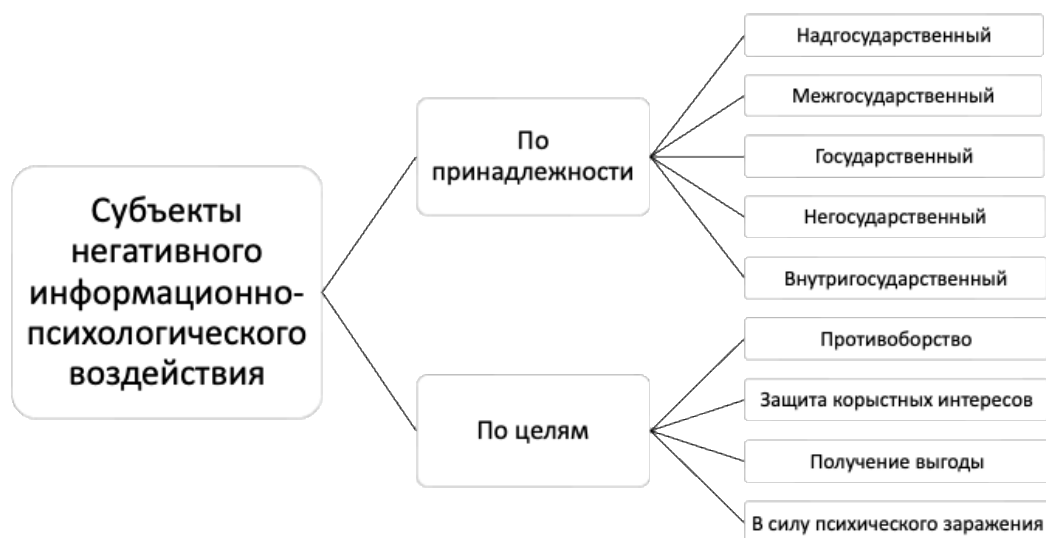


Рис. 2 Классификация субъектов негативного информационно-психологического воздействия

По принадлежности можно выделить группы субъектов негативного информационно-психологического воздействия надгосударственного, межгосударственного, не государственного, государственного и внутригосударственного уровней.

По преследуемым целям выделяются четыре категории субъектов (таблица 3).

Таблица 3. Категории субъектов негативного информационно-психологического воздействия по преследуемым целям

	Цель	Характер воздействия
1. Межгосударственные союзы, государства, негосударственные образования, организации и отдельные лица	Стратегическое ослабление государства, дестабилизация обстановки	Спланированное, систематическое, целенаправленное
2. Организации и лица – защитники интересов	Защита ущемленных корыстных интересов	Ситуативное, эпизодическое
3. Организации и лица – извлекатели выгоды	Получение материальной, политической или социальной выгоды.	Целенаправленное, но не обязательно систематическое
4. Стихийные участники	Психическое заражение, следование за толпой, участие в краудсорсинге	Случайное, неосознанное, эмоционально обусловленное

К субъектам надгосударственного уровня относятся транснациональные корпорации, глобальные СМИ, виртуальные социальные сообществ¹, благотворительные фонды. Под участием транснациональных корпораций в негативном воздействии на сотрудников органов внутренних дел подразумевается деятельность владельцев глобальных информационных сетей и разработчиков сетевых технологий – сетевых информационных корпораций и корпораций-провайдеров, обеспечивающих циркуляцию жизненно важных потоков информации². Рассмотрим их подробнее.

К транснациональным компаниям относят хозяйственные предприятия (финансово-промышленные объединения), действующие в двух или более странах и в операциях которых содержится определенный зарубежный компонент³. Одним из наиболее ярких представителей такой корпорации является международный конгломерат Alphabet Inc., состав которого входит компания Google (с её интернет-службами YouTube, Picasa и Blogger), инвестирующая в интернет-поиск, облачные вычисления и рекламные технологии. Так в интернет-пространстве функционируют каналы, распространяющие порочащие сотрудников полиции видеоматериалы, а также блоги, целенаправленно оказывающие на них негативное информационно-психологическое воздействие.

Глобальные (мировые) СМИ – новостные корпорации, на постоянной основе распространяющие информацию за пределами границ своего государства по многосторонним каналам, а также имеющие связанные между собой и с другими СМИ представительства вне основной территории. Глобальные СМИ поддерживают не только деловые и профессиональные, но и политические контакты за пределами собственных стран. Наиболее известными глобальными СМИ являются CNN, BBC, France 24, Al Jazeera⁴.

Некоторые глобальные СМИ осуществляют информационно-психологическое воздействие на мировое общественное сознание, на сознание войск и населения стран-противника: они постоянно в негативном плане освещают действия российских сотрудников правопорядка в ходе протестных акций в России и инциденты с участием сотрудников полиции.

Активными и мощными субъектами негативного информационно-психологического воздействия на россиян, в том числе на сотрудников органов внутренних дел выступают мировые благотворительные фонды, существующие на пожертвования.

Фонд Сороса — институт «Открытое общество» (англ. Open Society Institute, OSI) является международной организацией, созданной финансистом Джорджем Соросом. Фонд инициирует и поддерживает программы в области образования, культуры и искусства, здравоохранения, гражданских инициатив,

¹ Манойло А. В. Объекты и субъекты информационного противоборства // «ПСИ-ФАКТОР». URL: <http://psyfactor.org/lib/psywar24.htm> (дата обращения: 20.09.2025).

² Там же.

³ Транснациональные корпорации на современном этапе // Лекция: Транснациональная корпорация. URL: <http://www.ronl.ru/leksi/ekonomika/256070/> (дата обращения: 12.09.2025).

⁴ Глобальные СМИ. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Глобальные_СМИ (дата обращения: 12.09.2025).

заявленной целью которых является «развитие идей и механизмов открытого общества»¹. На самом деле под вывеской фонда действует мощная корпорация информационно-психологического воздействия на государства мира с помощью стратегии «мягкой силы». Подразделения фонда действуют более чем в 30 странах. Среди них: Азербайджан, Армения, Босния и Герцеговина, Болгария, Венгрия, Гаити, Грузия, Киргизия, Македония, Молдавия, Польша, Таджикистан, Узбекистан, Украина, Чехия и др. Если сравнить страны, в которых действуют эти филиалы, и в которых произошли «цветные революции» или делались попытки их осуществления, либо проходили масштабные протестные акции, то эти списки в значительной части совпадут.

Генпрокуратура Российской Федерации признала нежелательной деятельность на территории России организаций «Открытое общество» и «Открытое общество фонд содействия», входящих в структуру Фонда. Причина запрета организаций заключается в том, что их инициативы угрожают конституционному строю и безопасности России.

Виртуальные социальные сообщества — социальные образования, включающие в себя совокупность социальных систем различных типов и их отдельных элементов, сегментов информационного пространства, источников интеллектуальных и материальных ресурсов, распределённых по земному шару и объединённых в рамках достижения общей цели единой для всех элементов виртуальной системы идеологией, являющейся главным системообразующим фактором². Один из примеров такого сообщества – Internet-2 (Web 2.0), который объединяет ведущие научные центры, университеты, библиотеки и информационные системы США и Канады, Западной Европы и для создания условий объединения совместных усилий по решению особо важных и сложных вопросов, имеющих значение как для отдельных пользователей сети, так и для всего сетевого сообщества.

Субъектами информационно-психологического воздействия *межгосударственного уровня* являются межгосударственные образования, имеющие общие политические и военные цели и объединённые деятельностью по их достижению. В качестве примера таких организаций можно привести НАТО (Организация Североатлантического договора, Североатлантический Альянс (англ. North Atlantic Treaty Organization, NATO)).

Созданный для «отражения советской угрозы», альянс активно участвует в информационно-психологическом противоборстве с Россией с использованием стратегий «мягкой» и «жёсткой» силы на стратегическом, оперативном и тактическом уровнях.

К субъектам информационно-психологического воздействия *негосударственного уровня* можно отнести незаконные вооружённые формирования и организации террористической, экстремистской, радикальной политической,

¹ Фонды «Открытое Общество». URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 12.09.2025).

² Маноило А. В. Объекты и субъекты информационного противоборства // «ПСИ-ФАКТОР». URL: <http://psyfactor.org/lib/psywar24.htm> (дата обращения: 20.09.2025).

радикальной религиозной направленности¹, например, запрещённую в России террористическую группировку «Исламское государство» (ИГ). Главной особенностью информационно-пропагандистской деятельности «ИГ» является децентрализация её медиакмпаний: отсутствует единый информационный центр, а все материалы готовятся относительно независимыми «ячейками»².

Эффективность информационно-психологических акций достигалась за счёт их децентрализованности, глубокого знания интересов целевой аудитории и гибкости. Террористы проявляли оперативность и профессионализм, используя популярные социальные сети, сервисы обмена мгновенными сообщениями (Facebook, Telegram), в случаях блокирования аккаунтов они оперативно создавали их вновь под другими именами, или уходили в менее популярные, но относительно либеральные социальные сети. Для охвата разных аудиторий создавался разноформатный контент (видеоролики, памфлеты) на различных языках.

К субъектам негативного информационно-психологического воздействия государственного уровня относятся государственные органы, осуществляющие функции по воздействию на массовое, групповое, индивидуальное сознание и поведение граждан других стран с целью их изменения в желаемом направлении. Сюда входят специальные службы и организации иностранных государств, отдельные лица, наносящие ущерб национальным интересам России.

Так, в США к таким субъектам следует отнести государственный департамент, министерство обороны и центральное разведывательное управление. В госдепе созданы специальные подразделения по осуществлению информационных операций, публичной дипломатии и связям с общественностью, ориентированные на выполнения задач информационно-психологического сопровождения достижения государственных целей. В вооружённых силах США функционирует структуры психологических операций (органов информационной поддержки войск).

К субъектам негативного информационно-психологического воздействия внутригосударственного уровня относится широкий круг акторов, различающихся мотивами и целями. Деятельность ряда из них направлена на подрыв традиционных духовно-нравственных ценностей, распространение деструктивных идеологий (фашизма, экстремизма, терроризма, сепаратизма), нанесение ущерба гражданскому миру, политической и социальной стабильности в обществе, а также на осуществление преступных посягательств, направленных против личности, собственности, государственной власти, общественной и экономической безопасности.

Поскольку противодействие этим деструктивным устремлениям осуществляют органы внутренних дел, ключевой задачей для указанных субъектов становится дезориентация, деморализация и дискредитация правоохранительных органов. Содержание этой деятельности состоит в таких информационно-

¹ Там же.

² Караяни А. Г., Караяни Ю. М., Цыганков С. В. Использование краудсорсинговых технологий в информационно-психологическом противоборстве в социальных сетях // Военный академический журнал. – 2018. – № 1 (17). – С. 75–82.

психологических воздействиях на сотрудников, которые целенаправленно изменяли бы их сознание, самовосприятие, социальные отношения, психическое состояние, делали бы затруднительным добросовестное и качественное выполнение служебных обязанностей.

Содержание деятельности СМИ во многом определяется интересами их владельцев, спонсоров и ключевых рекламодателей. В этой связи отмечается, что крупные финансово-промышленные группы заинтересованы в контроле над медиаактивами. В таких условиях коммерческие СМИ, будучи инструментом достижения целей элит, не могут быть в полной мере независимыми и объективными¹.

Кроме того, в условиях конкурентной борьбы за аудиторию и рекламодателей, традиционные и интернет-СМИ вынуждены предоставлять площадки всем, кто способен привлечь внимание широкой публики, в том числе так называемым «омбудсменам», «пранкерам полицейских», экзотическим журналам и т. д.

К субъектам внутригосударственного уровня относятся радикальные общественные объединения и движения, преступные организации и группировки, некоммерческие организации – иностранные агенты, российская несистемная оппозиция. В данную группу также входят блогеры, хакерские формирования и неструктурированные сетевые сообщества², деятельность которых сосредоточена в политической сфере и направлена на дискредитацию органов внутренних дел.

Некоммерческие организации (НКО) — это организации, не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющие полученную прибыль между участниками. Они создаются для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, политических, научных и управленческих целей, в сферах охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ. Большинство НКО своей деятельностью приносят реальную пользу России.

Среди НКО есть ряд организаций, являющихся в правовом отношении иностранными агентами. Иностранный агент (также зарубежный представитель) НКО — лицо (физическое или юридическое), которое, будучи резидентом одной страны, активно представляет в ней зарубежные интересы, обычно при отсутствии дипломатического иммунитета³. То есть иностранные агенты за деньги зарубежных покровителей отстаивают их интересы в России. Так как экономические и политические интересы зарубежных работодателей расходуют-

¹ Манойло А. В. Указ. соч.

² Смирнов А. А. Информационно-психологическая война. Об одном средстве международного информационного противоборства // Свободная мысль. – 2013. – № 6. – С. 81–96.

³ Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».

ся с интересами нашей страны, иностранные агенты за вознаграждение занимают и отстаивают антироссийскую позицию.

Опасность НКО-агентов состоит в том, что часто неискушённая аудитория, включая сотрудников органов внутренних дел, может принимать идеи, оценки и статистические выкладки этих организаций за официальные. Подобные материалы могут негативно влиять на правосознание граждан, формировать негативные стереотипы в отношении сотрудников полиции и способствовать складыванию негативных социальных установок по отношению к правоохранительным органам.

Несистемная оппозиция. Оппозиция (от лат. *oppositio* «противопоставление, возражение») в политике — движение, партия, группа или человек, выступающая против господствующей партии или мнения, поддерживаемого большинством, в партии или группе. Здоровая системная оппозиция разделяет ответственность за судьбу своей страны, внимательно следит за деятельностью государственных органов и правящей политической партии по реализации курса, одобренного народом. Оппозиционная деятельность находится в рамках сложившейся политической системы и не направлена на подрыв её устоев.

Несистемная оппозиция представляет собой политические силы (лево- и праворадикальные партии и группировки), которые полностью или частично отвергают преобладающую систему политических ценностей и действуют вне рамок сложившейся политической системы.

В деятельности несистемной оппозиции преобладают методы информационно-психологического воздействия. Их цели включают обострение социальных проблем, формирование в обществе напряжённости, негативного отношения к государственным институтам, а также стимулирование противоправных форм протестного поведения. Конечными задачами такой деятельности являются ослабление органов власти и изменение политической системы, вплоть до захвата властных полномочий.

К субъектам негативного информационно-психологического воздействия, действующим в интернет-пространстве, относятся блогеры и хакеры, неструктурированные сетевые сообщества.

Блогеры – это частные лица, являющиеся продвинутыми пользователями Интернета, ведущие собственные интернет-блоги, которые добровольно или по команде вовлекаются в информационно-психологические акции. В процессе таких акций они размещают в различных цифровых ресурсах (блогах, социальных сетях, на сайтах) специализированный контент (видеозаписи, статьи, комментарии), направленный на причинение вреда объекту атаки или на противодействие деструктивному воздействию с его стороны.

Хакеры – это лица, использующие интернет-технологии для причинения ущерба компьютерным сетям и их пользователям посредством компьютерных атак на информационные ресурсы «вражеской стороны» с целью нарушения их работы и (или) размещения пропагандистских материалов на них после взлома.

Неструктурированные сетевые сообщества объединяют блогеров и хакеров под определённым общим брендом и идеей. Несмотря на отсутствие официального статуса и чёткой структуры, такие сообщества имеют общую

концепцию своей деятельности и занимаются ею на постоянной основе. Наиболее известными такими сообществами в мире являются «Anonymous», «WikiLeaks», «LulzSec»¹.

Помимо целенаправленных субъектов, в деструктивные информационные акции могут вовлекаться лица, действующие по механизмам психического заражения, подражания, неформальной коммуникации, толпы, индивиды с «лайковой психологией»² и «комплексом Герострата»³. Их действия могут быть обусловлены стремлением построить своё паблисити за счёт негативного воздействия на сотрудников органов внутренних дел, а также те, кто превратил негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудников органов внутренних дел в источник своих доходов (например, пранкеры).

Важно отметить, что они не преследуют цели нанести физический или моральный вред сотрудникам органов внутренних дел. Ущерб становится побочным следствием их действий – их неутолимой жажды к наживе, «лайкам», росту числа поклонников, читателей, подписчиков и т. д.

Таким образом, субъекты негативного информационно-психологического воздействия представляют собой сложную сеть лиц и организаций, действующих целенаправленно и агрессивно для достижения своих деструктивных целей. Борьба с ними требует комплексного подхода, включающего повышение медиаграмотности населения, усиление контроля над информационными потоками и разработку эффективных механизмов противодействия дезинформации.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Перечислите ключевые характеристики субъектов негативного информационно-психологического воздействия.
2. Перечислите субъекты негативного информационно-психологического воздействия надгосударственного и межгосударственного уровня.
3. Какие цели преследуют субъекты негативного информационно-психологического воздействия на внутригосударственном уровне?
4. Объясните, почему такие группы населения, как молодежь и пенсионеры, могут быть более уязвимы к негативному информационно-психологическому воздействию?
5. Чем методы и цели несистемной оппозиции принципиально отличаются от методов и целей оппозиции «системной»?

¹ Смирнов А. А. Информационно-психологическая война. Об одном средстве международного информационного противоборства // Свободная мысль. – 2013. – № 6. – С. 87–88.

² Лица с лайковой психологией – индивиды, доминирующей целью жизни которых является получение социального одобрения в социальных сетях посредством лайков.

³ Лица, страдающие «комплексом Герострата» – индивиды, страдающие комплексом неполноценности, которые для самореализации и достижения славы привлекают внимание к своей личности вызывающими агрессивными поступками – разрушают предметы искусства, ценности, общественно полезные объекты, мучают животных и людей.

Задания для самостоятельной работы

1. Установите соответствие между субъектами информационно-психологического воздействия и особенностями, их выражающими:

<i>Признаки, особенности</i>	<i>Субъекты</i>
Организации, не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли, направленные на достижение общественных благ	
Общественная некоммерческая организация, учрежденная физическими или юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, обладающая профессиональными технологиями благотворительной деятельности и имеющая цель финансировать благополучателей из собственных или привлеченных средств	
Социальные образования, включающие в себя совокупность социальных систем различных типов и их отдельных элементов, сегментов информационного пространства, источников интеллектуальных и материальных ресурсов, распределённых по земному шару и объединённых в рамках достижения общей цели единой для всех элементов виртуальной системы идеологией, являющейся главным системообразующим фактором	
Объединяют блогеров и хакеров под определённым общим брендом и идеей. Несмотря на отсутствие официального статуса и чёткой структуры, такие сообщества имеют общую концепцию своей деятельности и занимаются ею на постоянной основе	
Лицо (физическое или юридическое), которое, будучи резидентом одной страны, активно представляет в ней зарубежные интересы, обычно при отсутствии дипломатического иммунитета.	
Новостные корпорации, на постоянной основе распространяющие информацию за пределами границ своего государства по многосторонним каналам, а также имеющие связанные между собой и с другими СМИ представительства вне основной территории.	
Нацелено всемерное раздувание имеющихся в стране проблем, создание в обществе социального напряжения, нетерпимости к собственному государству, агрессивного отношения к органам власти и правопорядка, протестного поведения, в том числе нарушающего требования закона, захват власти на местах и в центре или, как минимум, вхождение во власть.	

- 1 – иностранный агент
- 2 – мировые благотворительные фонды
- 3 – виртуальные социальные сообщества
- 4 – неструктурированные сетевые сообщества
- 6– глобальные (мировые) СМИ
- 6 – несистемная оппозиция
- 7– некоммерческие организации (НКО).

6.4. Фейковая информация как инструмент негативного информационно-психологического воздействия

Наиболее популярной формой дезинформации в современном мире является создание и тиражирование фейковых новостей. Основная цель, которую преследуют конкретные люди и информационные агентства при их создании – это увеличение просмотров информационного ресурса (трафика) и, соответственно, увеличение прибыли (чем больше просмотров – тем больше прибыль). Особенностью современных сетевых информационных ресурсов является простота и доступность подачи материала¹.

С точки зрения оказываемого воздействия недостоверную информацию можно разделить на два типа:

- непреднамеренная – имеющая ошибочный характер без цели причинить вред (например, случайные ошибки, слухи);
- умышленная – намеренно сфабрикованные сведения, призванные нанести определённый ущерб.

Согласно российскому законодательству под фейковыми новостями понимается заведомо недостоверная общественно значимая информация, распространяемая под видом достоверных сообщений, которая создала угрозу жизни или здоровью граждан, имуществу, общественному порядку и общественной безопасности².

Уголовная ответственность предусмотрена за публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации (ст. 207.1 УК РФ):

- об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан;

¹ Мантуров О.С. Обеспечение защиты личного состава органов внутренних дел от негативного информационно-психологического воздействия: учебное пособие. – Екатеринбург, 2024. – 43 с.

² Ч. 1 ст. 15.3 федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

– о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, а также о приемах и способах защиты от указанных обстоятельств¹.

Фейковые новости основываются на создании вокруг описываемых событий общего негативного информационного фона. Механизм их распространения запускает так называемую информационную «волну», которую подпитывают негативные эмоции аудитории. Если недостоверная информация, лежащая в основе фейковых новостей, вскроется, а издательство будет вынуждено дать официальное ее опровержение, это останется незамеченным, поскольку к тому времени информационная «волна» вокруг данной новости угаснет, и она перестанет быть кому-либо интересной. В попытках создания таких «волн» информационные агентства прибегают к довольно специфическим методам².

Прежде всего, из контекста события отбирается лишь та информация, которая способна спровоцировать негативную реакцию общества по отношению к его участникам. Если участник фейковой новости – сотрудник органов внутренних дел, то создание подобной волны не составит труда. Ее распространение будет тем легче, чем больше негативного материала о данном сотруднике сможет найти журналист до опубликования новости. Чаще всего подобный материал берется с личных страниц сотрудников в социальных сетях или страниц их друзей, подписчиков. Именно поэтому сотруднику органов внутренних дел важно иметь представление о личной информационной безопасности и избегать публичного опубликования любых текстовых, фото- и видеоматериалов, которые могут расцениваться неоднозначно.

Другим распространенным методом распространения фейков служат информационные вбросы. «Информационный вброс – это резкое заполнение сетевого пространства какой-либо короткой, но вызывающей массу эмоций информацией, в большинстве случаев лживой»³. Как правило, эта информация обладает очень малой кривизной правды.

Современное информационное пространство, характеризующееся высокой скоростью распространения данных, глобализацией и цифровизацией коммуникаций, стало ареной острой борьбы за сознание людей. Одним из ключевых инструментов этой борьбы является фейковая информация (fake news). Фейк рассматривается не как случайная ошибка, а как целенаправленный инструмент негативного информационно-психологического воздействия (далее – НИПВ), наносящий ущерб личности, обществу и государству.

¹ Обстоятельствами, представляющими угрозу жизни и безопасности граждан, в настоящей статье признаются чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера, чрезвычайные экологические ситуации, в том числе эпидемии, эпизоотии и иные обстоятельства, возникшие в результате аварий, опасных природных явлений, катастроф, стихийных и иных бедствий, повлекшие (могущие повлечь) человеческие жертвы, нанесение ущерба здоровью людей и окружающей природной среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности населения.

² Мантуров О.С. Указ. соч.

³ Овсепян М. С. Информационный вброс как популярный прием агрессивного ведения информационной войны в современный период // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2016. – № 3. – С. 205.

Определение и сущность фейковой информации в контексте НИПВ

Фейковая информация — это умышленно сфабрикованная, искаженная или деконтекстуализированная (вырванная из общего смыслового контекста) информация, распространяемая под видом достоверной с целью манипуляции общественным сознанием, формирования ложных убеждений и достижения конкретных политических, экономических или социальных целей.

Ключевые аспекты фейковой информации:

- ✓ Умышленность: Фейк — это результат целенаправленной деятельности.
- ✓ Диссонанс с реальностью. Содержание информации не соответствует действительности.
- ✓ Мимикрия под правду. Использование формальных признаков достоверности (например, стиль новостного сообщения, поддельные цитаты экспертов).
- ✓ Направленность на психику. Цель — воздействие на когнитивные (мышление, память), эмоциональные (страх, гнев, радость) и поведенческие сферы человека.

Классификация фейков по целям и способам воздействия. Для анализа эффективности фейка как инструмента НИПВ его можно классифицировать различными способами.

Так, по цели можно выделить:

- ✓ Дестабилизирующие фейки. Они направлены на подрыв доверия к органам власти, разжигание социальной и межнациональной розни, провоцирование протестов.
- ✓ Дискредитирующие фейки. Нацелены на уничтожение репутации политических деятелей, общественных институтов или компаний.
- ✓ Отвлекающие фейки. Создают «информационный шум» для смещения фокуса общественного внимания с важных проблем.
- ✓ Экономические фейки. Распространяются для манипуляции рынками, курсами валют, котировками акций.

По способу фабрикации (создания) выделяют:

- ✓ Полностью сфабрикованные фейки, в которых распространяется информация, не имеющая основания в реальности.
- ✓ Деконтекстуализированные фейки. Подлинная информация, умышленно изъятая из исходного контекста для придания ей нового, ложного смысла.
- ✓ Манипулятивные фейки используют логические ошибки, подтасовку фактов, эмоционально окрашенные формулировки.
- ✓ Пародийные/сатирические фейки изначально создаются как шутка, но в соответствии с известным выражением: «в каждой шутке есть доля правды», могут восприниматься частью аудитории как правда.

- ✓ К целенаправленным фейкам относится сватинг (от англ. swatting) – это тактика домогательства, которая заключается во введении полиции в заблуждение (например, путём мистификации, направленной против диспетчера соот-

ветствующей спасательной службы), так, чтобы по адресу другого лица выехала штурмовая полицейская группа. За последние несколько лет в России масштабы этого явления достигли значительных объёмов. Лиц, занимающихся такой деятельностью, в информационном пространстве называют «лжеминёрами»¹.

Механизмы негативного информационно-психологического воздействия фейков. Воздействие фейков основано на эксплуатации психологических особенностей человека. Сегодня сформировались различные приемы искажения информации. Вот некоторые из приемов когнитивного искажения:

- ✓ Подтверждающее отклонение (Confirmation Bias). Люди склонны верить информации, которая подтверждает их существующие убеждения.

- ✓ Эффект иллюзии правды (Illusory Truth Effect). Многократное повторение информации повышает ее воспринимаемую достоверность.

- ✓ Эвристика доступности. События, которые легче вспомнить (часто благодаря эмоциональной окраске), кажутся более вероятными и значимыми.

- ✓ Создание альтернативной реальности. Массированное и систематическое распространение фейков формирует у целевой аудитории устойчивую картину мира, альтернативную объективной. Это ведет к расколу общества на группы, живущие в разных «информационных вселенных».

Все это способствует эмоциональному заражению и эрозии доверия не только к власти, но и к социальному окружению.

- ✓ Эмоциональное заражение. Фейки часто апеллируют к базовым эмоциям – страху, гневу, отвращению. Эмоционально заряженный контент распространяется быстрее и глубже проникает в сознание, блокируя критическое мышление.

- ✓ Эрозия доверия. Длительное воздействие фейков подрывает доверие ко всем традиционным источникам информации: средствам массовой информации, науке, государственным институтам. Это создает среду для цинизма и социальной апатии.

Каналы распространения и целевая аудитория. Каналами распространения являются различные социальные сети (Telegram, VK, TikTok, YouTube). Они основные «мультипликаторы» алгоритмов, поощряющих вовлечение в распространение ложной информации. Мессенджеры (WhatsApp, Telegram) применяются для распространения в закрытых группах. Боты и тролль-фермы – для искусственного нагнетания активности.

Целевая аудитория. Наиболее уязвимыми являются группы с низким уровнем развития интеллекта, а также с неразвитой медиаграмотностью, с уже сформированными устойчивыми предубеждениями, а также находящиеся в состоянии социальной фрустрации или информационной перегрузки.

Последствия распространения фейковой информации весьма разнообразны. У многих людей в результате такой информации отмечается рост тревожности, проявляется когнитивный диссонанс, наблюдается принятие неверных

¹ Харламова И. Ю., Полев С. С. Распространение фейковой информации и способы борьбы с ней // Базис. – 2022. – № 2(12). – С. 33.

решений, происходит радикализация взглядов. В результате, в обществе усиливается поляризация, растет социальная напряженность, происходит размывание общих ценностей и затруднение конструктивного диалога. Все это направлено на подрыв суверенитета государства, дестабилизацию внутривнутриполитической ситуации, наносит ущерб международному имиджу и приводит к экономическим потерям.

Методы противодействия и нейтрализации. Борьба с фейками должна быть комплексной и проводится на законодательном, технологическом, институциональном, образовательном уровнях.

На законодательном уровне происходит разработка и применение законов, предусматривающих ответственность за умышленное распространение заведомо ложной информации.

На технологическом уровне необходима маркировка непроверенного контента, противодействие ботам, разрабатываются и развиваются алгоритмы факт-чекинга – проверки информации на правдивость, точность и достоверность. Термин «факт-чекинг» (нередко пишется слитно – фактчекинг) дословно переводится с английского как проверка фактов, которая помогает поддерживать высокую репутацию изданий, редакций, компаний, потому чаще всего этот термин употребляется в отношении журналистов, средств массовой информации. Фактчекинг обеспечивает объективность подачи информации. Разные люди, разные источники, могут по-разному трактовать информацию. Но факт – это основа любой трактовки информации. Трактовка ее зависит от знаний, опыта, установок, отношения, но сам факт остается фактом, и любая его трактовка требует дополнительной аргументации.

Ложный факт – «фактоид» может привести к наказанию, вплоть до уголовной ответственности. В 2019 году в России был назначен первый штраф за «фейковые новости», сегодня уже несколько уголовных дел обернулись для распространителей недостоверной информации сроками изоляции. Термин «фактоид» придумал Норман Мейлер, американский писатель и журналист. Мейлер использовал данный термин в биографии Мэрилин Монро, изданной в 1973 году, и описал как «факты, которые не существуют до появления в журнале или газете, создание которых является не столько ложью, сколько продуктом для манипулирования эмоциями большинства»¹. Намеренное искажение информации путем смешивания реальных фактов и откровенной лжи является мощным оружием пропаганды. Такая полуправда-полуложь нередко может легко преодолевать коммуникативные фильтры сознания.

На институциональном уровне требуется создание и поддержка авторитетных фактчекинговых организаций, прозрачная и своевременная коммуникация со стороны официальных лиц, честный ответ на самые острые и неприятные вопросы, поднимаемые обществом.

¹ Осипян А. Что такое фактчекинг – объясняем простыми словами. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/645b68429a7947bf577e4986?from=copy> (дата обращения: 05.10.2025).

Образовательный уровень является ключевым в борьбе с фейками. Чем выше интеллект, чем глубже знания и чем более развиты аналитические способности, тем проще человеку отличить правду от лжи. Знание методов и приемов искажения информации помогает оперативному выявлению такой информации и поиску контраргументов, осуществлению эффективного противодействия недоброжелателям. Помогает этому и внедрение в систему образования курсов по медиа- и информационной грамотности. Обучение критическому мышлению, верификации источников, распознаванию манипулятивных техник.

Сегодня фейковая информация превратилась в высокотехнологичный и опасный инструмент негативного информационно-психологического воздействия. Ее эффективность основана на глубоком понимании психологических механизмов восприятия и использования уязвимостей цифровой среды. Противодействие этому вызову требует не только технических и правовых решений, но, в первую очередь, систематического воспитания критически мыслящей, медиаграмотной личности, способной противостоять манипуляциям. Изучение феномена фейков является неотъемлемой частью подготовки современного специалиста в области политологии, психологии, журналистики и связей с общественностью.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Каковы основные цели распространения фейковой информации?
2. Назовите и охарактеризуйте основные виды фейков (дезинформация, мистификация, пропаганда, манипуляция и т. д.). В чем их ключевые различия?
3. Перечислите основные способы распространения фейковой информации. Какие из них вы считаете наиболее эффективными и почему?
4. На какие эмоции направлено воздействие фейков для усиления их влияния и вирусного распространения?
5. Проанализируйте возможные негативные последствия влияния фейковой информации на отдельного человека и общество в целом.

Задания для самостоятельной работы

1. Ознакомьтесь с предложенным текстом и выполните следующие задания:
 - 1.1. Определите основную мысль текста и точку зрения автора на обсуждаемую проблему.
 - 1.2. Найдите 2–3 научные или публицистические статьи, аргументы которых поддерживают выбранную вами позицию.
 - 1.3. Найдите 2–3 научные или публицистические статьи, аргументы которых опровергают выбранную вами позицию.
 - 1.4. Сравните найденные аргументы «за» и «против», выделив наиболее сильные и обоснованные из них.

Текст 1. Судебные психологи: есть единственная надежная стратегия распознать ложь в разговоре¹.

Свежее исследование предлагает скептически отнестись к стереотипам о языке тела и направлении взгляда.

Согласно новому исследованию, чтобы распознать лжеца, игнорируйте все, кроме детализации истории, которую рассказывает человек, обнаружили исследователи из Амстердамского университета. Научная статья опубликована в Nature Human Behavior.

В разных статьях советуют учитывать в общей сложности 92 признака лжи. Однако исследования показывают, что даже обученные профессионалы далеко не всегда могут распознать лжеца по поведению и внешнему виду. Сложно интегрировать множество противоречивых данных на лету и преобразовывать их в бинарное решение. Кроме того, у людей есть стереотипы о том, как выглядят невинные и виновные люди, и эти предубеждения нечасто соответствуют действительности.

В серии из девяти экспериментов, в которых участвовали 1445 человек, испытуемым предлагали угадать, были ли написанные от руки сообщения, видеозаписи, видеоинтервью или живые интервью о деятельности студента в кампусе правдой или ложью. В исследовании участвовали как простые обыватели, так и профессиональные «профайлеры», использующие специальные методики распознавания лжи. Результаты у всех не превышали случайность: угадал/не угадал.

Но те, кому было приказано сосредоточиться только на детализации историй, могли отличить правду от лжи с точностью 59–79%. Речь идет об описаниях людей, мест, действий, объектов, событий и времени. Также обращалось внимание на то, насколько «сообщение кажется полным, конкретным, поразительным, детализированным».

При этом ученые отмечают, что в ситуациях с высокими ставками люди, вероятно, будут дополнять ложь деталями, чтобы повысить ее достоверность, поэтому правила обнаружения лжи будут зависеть от контекста.

«Один из нелогичных способов справиться с информационной перегрузкой — просто игнорировать большую часть доступной информации. Иногда лучше меньше, да лучше», — пишут исследователи.

2. Прочитайте «полусказку» Феликса Давидовича Кривина, определите какие психологические механизмы, фильтры и приемы информационно-психологического воздействия вскрывает Ф. Д. Кривин.

¹ Телеканал наука: Судебные психологи: есть единственная надежная стратегия распознать ложь в разговоре. – URL: <https://clck.ru/3LR5Eb> (дата обращения: 25.11.2024).

ПОЛУПРАВДА¹



Купил Дурак на базаре Правду. Удачно купил, ничего не скажешь. Дал за нее три дурацких вопроса, да еще два тумака сдачи получил и — пошел.

Но легко сказать — пошел! С Правдой-то ходить — не так просто. Кто пробовал, тот знает. Большая она, Правда, тяжелая. Поехать на ней — не поедешь, а на себе нести — далеко ли унесешь?

Тащит Дурак свою Правду, мается. А бросить жалко. Как- никак, за нее заплачено.

Добрался домой еле жив.

— Ты где, Дурак, пропадал? — набросилась на него жена.

Объяснил ей Дурак все, как есть, только одного объяснить не смог: для чего она, эта Правда, как ею пользоваться.

Лежит Правда среди улицы, ни в какие ворота не лезет, а Дурак с женой держат совет — как с нею быть, как ее приспособить в хозяйстве.

Крутили и так, и сяк, ничего не придумали. Даже поставить Правду, и то негде. Что ты будешь делать — некуда Правды деть!

— Иди, — говорит жена Дураку, — продай свою Правду. Много не спрашивай — сколько дадут, столько и ладно. Все равно толку от нее никакого.

Потащился Дурак на базар. Стал на видном месте, кричит:

— Правда! Правда! Кому Правду — налетай!

Но никто на него не налетает.

— Эй, народ! — кричит Дурак. — Бери Правду — дешево отдам!

— Да нет, — отвечает народ. — Нам твоя Правда ни к чему. У нас своя Правда, не купленная.

Но вот к Дураку один торгаш подошел. Покрутился возле Правды, спрашивает:

— Что, парень, Правду продаешь? А много ли просишь?

— Немного, совсем немного, — обрадовался Дурак. — Отдам за спасибо.

— За спасибо? — стал прикидывать Торгаш. — Нет, это для меня дороговато.

Но тут подоспел еще один Торгаш и тоже стал прицениваться.

Рядились они, рядились и решили купить одну Правду на двоих. На том и сошлись.

Разрезали Правду на две части. Получились две полуправды, каждая и полегче, и поудобнее, чем целая была. Такие полуправды — просто загляденье.

Идут торгаши по базару, и все им завидуют. А потом и другие торгаши, по их примеру, стали себе полуправды мастерить.

Режут торгаши правду, полуправдой запасаются.

¹ Кривин Феликс. Полусказки. Социальная фантастика // Интернет библиотека ЛибКинг URL: <https://libking.ru/books/sf/sf-social/170430-feliks-krivin-poluskazki.html#read> (дата обращения 06.10.2025).

Теперь им куда легче разговаривать между собой.

Там, где надо бы сказать: «Вы подлец!» — можно сказать: «У вас трудный характер». Нахала можно назвать шалуном, обманщика – фантазером.

И даже нашего Дурака теперь никто дураком не назовет.

О дураке скажут: «Человек, по-своему мыслящий».

Вот как режут Правду!

3. Прочитайте статью Е.В. Субботского и ответьте на вопросы:

1. Какие цели преследуют создатели фейков и симулякров?

2. В чем отличие понятия «фейкореальность» от традиционной дезинформации?

3. По каким признакам можно определить «симулякр»? Приведите примеры «симулякров» из современной медиасреды.

4. Какую роль играют социальные сети и цифровые платформы в формировании фейкореальности?

5. Как фейкореальность влияет на общественное сознание и поведение граждан? Какие риски это несёт для правопорядка и национальной безопасности?

Субботский Е. В.

Фейкореальность. Наша жизнь в мире симулякров¹

Почти каждый день мы читаем и слышим о фейковых новостях. Число исследований того, почему люди искажают информацию и верят в нее, перевалило уже за сотни. Но стоит оглянуться на нашу ежедневную жизнь, и становится ясно, что фейковые новости — лишь вершина айсберга, на котором мы плывем по океану жизни. Имя этому айсбергу — фейкореальность.

Фейкореальность — это реальность, которая лишь притворяется реальной. Вот несколько определений фейка, наугад взятое из словарей. *Фейк* — это «объект, который выглядит реальным или ценным, чтобы обмануть людей», «тот, кто является фальшивкой, не является тем, за кого себя выдает, например потому, что у него нет квалификации, о которой он заявляет», «искусственный мех или поддельная картина, ... которые были сделаны так, чтобы выглядеть ценными или подлинными, часто для того, чтобы обмануть людей».

Фейк — не то же самое, что *фикция*. По определению, фикция — это нечто созданное человеческой фантазией и не существовавшее в реальности, хотя и похожее на реальность. Например, романы Толстого и Достоевского, картины Дали и Пикассо — фикции, но не фейки, а вот подделки картин великих художников, выданные за их собственные произведения, — фейки. Крымское игристое вино — фикция, а крымское шампанское — фейк, так как выдает себя за сорт игристого, который производится исключительно во французском регионе Шампань из установленных сортов винограда. И хотя и фикции, и фейки — виды придуманной реальности, они отличаются тем, что фейки выдают себя за

¹ Субботский Е. В. Фейкореальность. Наша жизнь в мире симулякров. – URL: <https://psy.su/feed/10465/> (дата обращения: 10.02.2025).

тех, кем они не являются, а фикции — нет. Не совпадает понятие фейка и с понятием *подделки*. Подделанный паспорт или другой документ — тоже фейки, но такие фейки, как неискреннее чувство симпатии мошенника к своей жертве или ложная информация о ходе военных действий, не подделываются, а создаются впервые и выдаются за реальность.

Наконец, *не всякая копия* — фейк. Например, копия античной скульптуры, под которой написано «копия», — это копия, а такая же копия, под которой написано «подлинник», — это фейк. По отношению к плохим, некачественным фейкам, каких большинство, в философии часто используется латинский термин «симулякр» (*simulacrum*).

Несколько забегаая вперед, скажем, что в каждодневной жизни фейки наиболее часто встречаются в *сфере морали*. Ведь сознательная ложь — это попытка предъявить нечто несуществующее и выдать его за реальность, хотя, как писал Владимир Колечицкий: «Порой во лжи столько правды, что приходится ее защищать».

Но сфера морали — только одна ветвь развесистого дерева фейкореальности. Благоприятную почву для такой реальности предоставляет *сфера здравоохранения*. Почти в каждой газете мы видим статьи о новых чудо-приборах, которые за кратчайшее время и без усилий с нашей стороны помогут нам похудеть, избавиться от мужских или женских болезней, очистить кишечник от паразитов и победить осеннюю депрессию. В интернете мельтешат снимки рук, ног и других частей тела, лечение которых требует немедленных дистанционных покупок. Естественные подозрения потенциальных клиентов в том, что эти приборы и услуги не проверены и могут быть фейками, преодолеваются приложенными «отзывами клиентов» и «опросниками», заполнив которые, человек однозначно получает «диагноз» о том, что он нуждается в «лечении».

В *сфере промышленности* изобилуют фейки известных брендов одежды и обуви, марок пищевых продуктов и других предметов потребления. В *сфере обслуживания* стало невозможно определить, является ли та или иная фирма подлинно солидным учреждением или наспех сформированным фейком, предоставляющим услуги в сфере электроснабжения, бытовых приборов или сантехники, эффект которых равен нулю, а стоимость сопоставима со стоимостью подлинной сферы обслуживания.

В *сфере культуры* ситуация не лучше. Авторы произведений литературы и науки заимствуют идеи у других, не ссылаясь на оригиналы. Подделываются произведения искусства, придуманные и непроверенные данные сообщаются в «научных» статьях и теориях, музеи демонстрируют мешки с песком, консервные банки и писсуары под видом произведений искусства, оригинальные музыкальные произведения появляются «в джазовой обработке», а в кинематографии делаются ремейки.

В *сфере косметики* и других чувственных ощущений фейки царят со времен Адама. Женщины красят губы и ногти, чтобы казаться красивее, чем они есть на самом деле, духи и ароматизаторы создают фейковые запахи, красители делают пищу более привлекательной для глаза, а вкусовые добавки и

специи — для вкуса. Как констатировал Пушкин: «Ах, обмануть меня не трудно! Я сам обманываться рад».

Но настоящий фейковый разгул наблюдается в *сфере информации*. Исторические события в учебниках могут подменяться фейками в пользу существующей политической конъюнктуры. В каналах новостей сообщения о событиях волшебным образом почти всегда соответствуют нарративам конкурирующих сторон, которые противоположны друг другу. Телефонное и другие виды мошенничества, в которых преступники притворяются блюстителями закона или представителями других уважаемых профессий, приобрело катастрофические масштабы, особенно в отношении людей пожилого возраста. Электронная почта утопает в фейковых сообщениях и рекламе, а манипуляции в сфере виртуальной реальности позволяют «присоединить» голову одного человека к телу другого, не дожидаясь, пока медики научатся пересадке головы.

Наконец, в *геополитике* фейки могут возникать на уровне целых анклавов, если они насильственно синтезируются в государства без федерального политического устройства.

Обобщая, можно сказать, что *люди в современных промышленно развитых странах живут в фэйкореальности*. Возникают вопросы: 1) в чем психологические причины возникновения фэйков? и 2) всегда ли реальность была таковой, а если нет, то почему реальность, которая опиралась на правду, хотя бы и горькую, все в большей степени «фэйкизируется»?

Но, чтобы ответить на эти вопросы, надо совершить экскурсии в детскую психологию и историю культуры.

Реальность, с которой можно играть

Психологические исследования развития показали, что примерно с трёхлетнего возраста дети способны дать более или менее правдоподобный устный отчет о событиях, которые произошли с ними за последние несколько минут. Назовем этот отчет «основной записью», или просто «лентой» (сокращенно «Л»). Это не означает, что «Л» представляет собой пассивное «отпечатывание» информации в структурах мозга. В отличие от обычной магнитофонной записи, «Л» — активный процесс, однако он имеет произвольный и «принудительный» характер. До определенного возраста ребенку достаточно обладать сознанием типа «Л» для общения с другими людьми.

Положение меняется в четырёхлетнем возрасте, когда у детей развивается способность представлять в своем воображении взгляды и мысли других людей, сопоставляя тем самым то, что они записали на свою «Л», с тем, что знают (думают) об этих событиях другие. Возникают ситуации, когда личные интересы детей расходятся с интересами взрослых: ребенок понимает, что если он предъявит свою «Л» близким взрослым, они его действия не одобряют. В таких ситуациях сознания типа «Л» недостаточно, чтобы справиться с жизненными трудностями. *Способность создавать нарративы, учитывающие разные точки зрения, является главной психологической предпосылкой возникновения нового типа сознания.*

В нашем анализе таких ситуаций опустим тривиальные случаи, когда ребенок слишком мал, чтобы быть в состоянии управлять своими действиями. Например, если у двухлетнего ребенка возникает сильное желание откусить от торта, который мама приготовила для гостей и оставила без присмотра на столе, ребенок вряд ли сможет сопротивляться этому импульсу, и большинство взрослых это знают и не рассердятся. Если же более старший ребенок уже умеет держать свои непосредственные желания под контролем, он понимает, что, откусив от торта, он вызовет недовольство у мамы. Тем не менее, с определенного возраста такой ребенок делает открытие, что у него все равно есть возможность откусить кусочек и остаться безнаказанным. Но для этого ребенок должен создать особую «ленту», предназначенную для предъявления внешнему миру, — фейколенту (сокращенно «ФЛ») — например, о том, что это «собачка откусила кусок».

Поскольку создание «Л» является процессом по умолчанию, «Л» не может быть отредактирована, даже если ребенок хотел бы забыть некоторые события в своей жизни. Иная ситуация с «ФЛ». Здесь ребенок намеренно изменяет и редактирует события, адаптируя свою «ФЛ» к потребностям текущей ситуации. Так у детей возникает способность к созданию фейкореальности в виде обмана.

Психологические исследования морального поведения детей в возрасте от 3 до 7 лет показали, что если у ребенка есть возможность обмануть другого человека при помощи создания ФЛ и остаться за это безнаказанным, то в среднем около 80% детей используют эту возможность. Исследование морального поведения образованных взрослых в подобных ситуациях показало, что число людей, склонных использовать фейки, с возрастом не уменьшается. Причем, в отличие от детей, взрослые не только отклоняются от моральных норм, но и оправдывают свое поведение, прибегая к так называемому «моральному фарисейству», объясняя свое неморальное поведение давлением обстоятельств либо отказываясь признать его неморальным.

Итак, огромное число людей всех возрастов, за исключением самого раннего возраста, *психологически склонны использовать фейки для получения личной выгоды, если эта выгода превышает ущерб от наказания за их использование. Эта психологическая склонность человека лежит в основе производства фейкореальности, а также неискоренимого зла — коррупции.*

Однако одной психологической склонности к использованию фейкореальности в борьбе за личные интересы недостаточно для объяснения, почему фейкореальность стала такой активной именно в XX столетии и особенно в наше время. Ведь психологическая природа современного человека вряд ли сильно отличается от той, которая существовала тысячелетия назад. Посмотрим, не объясняется ли интенсификация фейкореальности в наше время изменениями в культуре.

Фейкореальность в контексте культуры

Вплоть до XX века европейская культура жила на представлениях о психологии человека, заложенных в глубокой древности. В числе прочих такими

представлениями были 1) вера в то, что сознание человека отражает независимую от него реальность (*реализм*), и 2) хранилищем отраженной сознанием реальности являются символы (*символизм*). В числе прочего такая вера означала, что создание фейков (например, ложное обвинение или нарушение данного слова) — это нарушение воли богов и заслуживает сурового наказания как от людей, так и от богов («Не лжесвидетельствуй», Мф. 19:18). Постепенно ассоциация фейков с религиозными запретами ослабела, но создание фейков по-прежнему ассоциировалось с морально недопустимым искажением реальности. Так, в пьесе Островского «Бесприданница», где действие происходит в XIX веке, купец отказывается от возможности удовлетворения страстного желания на одной лишь основе данного им «купеческого слова». Обобщая, можно сказать, что, хотя люди были всегда психологически склонны к использованию фейков для получения личной выгоды, большинство соблюдали нормы закона и нравственности. Они делали это не из бескорыстной любви к этим нормам, а из сострадания к близким, страха перед законом или стремления сохранить репутацию в глазах общества. Иными словами, *общество заставляло большинство людей быть законопослушными и нравственными и за это себя уважать*.

Однако примерно в середине XX века философия субъективизма, развитая Джорджем Беркли (1685–1753) и Иммануилом Кантом (1724–1804), которая до времени была доступна лишь тонким слоям образованных интеллектуалов, стала проникать в глубокие слои культуры, приведя к упадку веры в *реализм* и заменой ее верой в *субъективизм*. Вера в субъективизм предполагает, что хотя внешний мир и существует реально, но сознание человека не является лишь отражением этого мира, а в значительной степени *строит реальность по собственным правилам*. В психологии эта вера породила ассоцианизм, психоанализ и психологию магического мышления. В искусстве это такие течения, как импрессионизм, абстракционизм и сюрреализм. В квантовой физике появились теории о влиянии сознания на поведение элементарных частиц. В массовой же культуре эта тенденция порождает *симулякры* — образы без оригинала, которые проникают во все сферы общественной жизни. Согласно некоторым философам современности, таким как французский философ Жан Бодрийяр (1929–2007), симулякры создают *гиперреальность*, подобную симулированной реальности, созданной искусственным интеллектом в фильме Вачовских «Матрица». В обыденной жизни сегодня примерами симулякров являются финансовые пирамиды, фальшивые деньги, накладные ресницы и ногти, ароматизаторы, имитаторы продуктов (искусственное мясо) и т.п. Очевидно, что *фейкореальность* является одним из проявлений гиперреальности, а *фейки* являются симулякрами. В результате таких сдвигов в понимании отношения между сознанием и реальностью *фейкореальность из нарушения законов, установленных самим Богом, превратилась в легитимную часть ежедневной реальности конкурентного мира, проникающую даже в сферу морали*. Неудивительно поэтому, что многое из того, что в прошлых веках называлось ложью, в настоящее время называется *дезинформацией, социальным интеллектом или искусством дипломатии*.

Второе кардинальное изменение в культуре поражает *символизм*. Со времени эпохи Просвещения знание хранилось и передавалось в форме символов

— буквенных текстов и цифр. Читая текст, человек превращал последовательность символов в так называемые *аналоги* — мысленные или зрительные образы, похожие на реальные объекты, манипулировал с ними во внутреннем плане и в результате принимал решение о том, что делать. Однако в современном мире манипуляция с символами была передана компьютеру, который освободил человека от необходимости мысленно превращать символы в образы и стал выдавать человеку готовые образы на экранах. В результате *тип контакта человека с реальностью из символического превратился в образный*.

Это имеет как положительные, так и отрицательные последствия. Положительным моментом является то, *что с выпадением звена манипуляции с символами во внутреннем плане усвоение информации становится более быстрым и экономным*. Отрицательный момент в том, что зрительный образ, в отличие от текста, *непосредственно влияет на эмоции и блокирует критическое мышление*. Например, когда мы смотрим художественный фильм, мы отождествляемся с персонажами по закону симпатической магии и поэтому переживаем реальные эмоции, хотя и понимаем, что происходящее на экране — фикция. В результате визуальные фикции воздействуют на зрителя намного сильнее, чем текстовые. Ведь слово «кот» (символическая фикция) не похоже на сидящее перед нами на полу шерстистое животное, а вот зрительный образ кота на экране (образная фикция) похож.

Первоначально книгу заменяет комикс, который комбинирует визуальные образы с обрывками текстов, а затем видеоклип, полностью переводящий содержание книги в зрительно-слуховые образы. В итоге, например, роман Жюль Верна «Дети капитана Гранта» из символической фикции превращается в визуальную. Поскольку эмоциональная привлекательность визуальной фикции превышает эмоциональную привлекательность символически представленных оригиналов, сегодня многие дети, да и взрослые, перестали читать и предпочитают усваивать информацию в форме анимационных клипов.

Но далеко не все фейки вредны или бесполезны в жизни.

Фейки хорошие и плохие

Как утверждалось выше, в реальных жизненных обстоятельствах мы часто вынуждены обманывать и притворяться. Недавно я смотрел телевизионную программу BBC под названием «HARDtalk» (трудный разговор). Интервьюер — видный британский журналист — задавал «трудные» политические вопросы высокопоставленному руководителю НАТО. Лицо интервьюируемого выражало чувство напряжения и осторожности. Интервьюер задавал вопросы, требующие ответов «да» или «нет», а интервьюируемый изо всех сил старался избежать прямых ответов, проявляя чудеса интеллектуальной гибкости. Как только интервью закончилось и программа перестала записываться, лицо интервьюируемого внезапно расслабилось, отбросив маску, которую оно носило «для публики». Было очевидно, что то, что интервьюируемый думал «про себя», и то, что он представил публично, было двумя разными историями. Без фейкоисторий, созданных для общественного потребления, социальные институты, та-

кие как политика, дипломатия, вежливость и этикет, рухнули бы. И вспомните, как часто нам приходится говорить близким не то, что мы на самом деле думаем или чувствуем, просто для того, чтобы не нарушить покой в семье.

В самом деле, некоторые символические действия, такие как подарки, прикосновения, добрые слова и имитация чувств, могут заменить чудеса. В повседневной жизни каждый человек может служить «волшебником», даря подарки и говоря добрые слова другим людям не потому, что он испытывает искренние чувства по отношению к этим людям, а для того, чтобы сохранить или экзистенциально обновить хрупкие и непрочные отношения. В личных отношениях естественные механизмы, цементирующие отношения, такие как сексуальное и физическое влечения, могут со временем ослабнуть, тогда как объективные факторы, такие как сохранение семьи и воспитание детей, требуют, чтобы отношения продолжались. В таких обстоятельствах создание иллюзии чувств с помощью добрых слов партнеру, подарков и соблюдения любовных ритуалов может помочь заменить естественные механизмы и повысить экзистенциальный статус того хрупкого и нежного явления, которое мы называем любовью. Точно так же вежливость и дипломатичность в международных отношениях направлены на замену отсутствия или деградации естественных экономических и политических интересов, обычно связывающих людей и страны. Когда человек становится мишенью сообщения, имитирующего любовь, вежливость или дипломатию, ему выгодно верить в искренность чувств. Например, если в середине перелета через Атлантику стюардесса, улыбаясь, по вашему вызову приносит вам бокал шампанского, вы понимаете, что чувства, которые она к вам испытывает, далеки от любви и симпатии, но и вы, и уставшая стюардесса предпочитают игнорировать истинные чувства и принимать фейковые чувства за реальность, так как это помогает вам сохранить хорошее настроение, а стюардессе — ее рабочее место.

Менее однозначно полезными, но и не вредными являются фейки в области имитации чувственных впечатлений. Косметика, ароматизаторы, дезодоранты, усилители вкуса и запаха и другие фейки в сфере чувственности делают наши ощущения более интенсивными и приятными, хотя и ненадолго. Например, умело подкрашенные волосы, казавшиеся такими волшебными в романтический период ухаживания, могут вызывать совсем иные чувства, когда после заключения законного брака обнаруживается их подлинный цвет.

Тем не менее, большая часть фейковой реальности вредна и опасна. Я уже упоминал о бурно распространяющемся мошенничестве, использующем фейковую «заботу» о людях с целью завладеть их имуществом. Разновидностью мошенничества являются фейковые организации в сфере обслуживания или производство фейковых напитков и продуктов. Вспомним, сколько людей отравилось поддельной водкой во время кампании борьбы с алкоголизмом в СССР. Разновидностью фейковой реальности является и коррупция — незаконное присвоение должностным лицом не принадлежащей ему собственности под предлогом исполнения законов или государственных заказов.

Не только отдельный человек, но и большие группы людей могут становиться марионетками фейковой реальности. Одной их форм фейковой реально-

сти являются *фейковые социальные нарративы*. Подобно генам и мемам, социальные нарративы — это мифы, гипериндивидуальные силы, которые питаются верой и сознанием отдельных людей. Не все социальные нарративы — фейки, а лишь те, которые возводят абстрактную идею в степень мировой истины, как, например, миф о победе коммунизма во всем мире или миф о превосходстве арийской расы. Захваченный потоком фейкового социального нарратива, человек становится недоступен логическим аргументам. Вот почему люди, с которыми мы еще вчера вместе обсуждали искусство и смеялись за бокалом вина, сегодня могут превращаться в насыщенных злобой оппонентов, готовых к оскорблениям и угрозам.

Одновременно с политическими фейковыми нарративами работают экономические, религиозные и научные. Финансовые пирамиды опустошают кошельки легковверных, обманчиво обещая им быстрое обогащение за счет использования стихийных сил рынка, а основатели религиозных сект превращают своих последователей в марионетки, представляясь им наставниками, благословленными самим Богом или инопланетным разумом. Даже данные наук могут стать основой фейковых социальных нарративов с целью, например, заставить бедные страны прекратить использование некоторых источников энергии в целях улучшения климата или способствовать покупке недостаточно проверенных лекарств.

Итак, что же делать современному человеку, вынужденному жить среди симулякров?

Работа с фейкореальностью

Весьма часть в СМИ проходит информация, что мошенники сумели заставить профессора солидного университета составить им компанию по «поимке мошенников», в результате чего человек потерял деньги, дачу и квартиру. Почему культурные и образованные люди оказываются беспомощными перед далеко не столь образованными обманщиками? Ответ простой — живя и воспитываясь в среде, где люди подчиняются законам чести и нравственности, человек не верит, что вокруг живут существа, лишь внешне похожие на порядочных людей. Непросто принять тот факт, что вокруг тебя ходят и ездят в общественном транспорте не только настоящие люди, но и люди-фейки. Они не похожи на уголовников, не грубят и не сквернословят, не злоупотребляют алкоголем и прилично одеты, но они начисто лишены сострадания, общепринятых правил чести и чувства собственного достоинства. Поскольку они не были такими с детства, они хорошо знакомы с психологией нормальных людей и умело подстраиваются под нее. В результате, когда обманутый мошенниками человек обнаруживает, что он имел дело с людьми-фейками, бывает уже поздно. Не только отдельные люди, но и законы не справляются с растущей фейкореальностью: они не предусматривают полного возвращения собственности или компенсации пострадавшим от фейков или мошенников. Согласно статистике, ежегодно мошенниками похищаются миллиарды рублей, а пострадавшим, если и возвращаются, то лишь несколько процентов от этой суммы.

Иными словами, в школе нам не преподавали предмет, который должен был быть введен в середине XX века — «фейкологию», или науку о фейках. Прежде всего, эта наука должна была нас научить, что сегодня фейкореальность — это неизбежная и даже необходимая часть нашей ежедневной реальности. Поэтому первое, что надо сделать, — это научиться отделять полезные симулякры от вредных, используя первые и сопротивляясь вторым.

Так, не следует сопротивляться фейкам вежливости и дипломатии в личных и общественных отношениях под предлогом «борьбы с притворством». Надо понимать, что обнажение подлинных чувств в конкурентном мире может привести лишь к озлобленности и эскалации конфликтов. И наоборот, умение создавать позитивный фейки в форме вежливости и дипломатии повышает вашу конкурентоспособность на вашем рабочем месте. При этом необходимо соблюдать и чувствовать меру, чтобы фейковая вежливость и доброжелательность не стала восприниматься окружающими как стремление «подлизаться» к начальству и поступиться собственным достоинством ради сиюминутной выгоды.

Как уже было упомянуто, в межличностных и интимных отношениях не следует пренебрегать фейками в виде символических жестов — недорогих подарков, приятных слов, приглашений в театр или кафе и т. п., даже если эти действия не вызваны искренними эмоциями. Для таких жестов нужны лишь небольшие усилия, но результатом может быть поддержание значимых и полезных личных отношений. Если близкие и значимые для нас люди, с нашей точки зрения, ведут себя неправильно или вызывают у нас неприятные чувства, полезнее под тем или иным фейковым предлогом уйти от личного контакта, чем обнаружить наши подлинные чувства.

Наконец, если вы не согласны с мнением человека, написавшего статью или выразившего свою позицию, и испытываете гнев по отношению к нему, не следует выражать свое негативное чувство в оскорбительном для автора комментария, а лучше выразить несогласие в форме позитивного фейка — симпатии к неудачной попытке человека справиться с трудностями обсуждаемой проблемы. Надо понимать, что оскорбление оппонента тоже является фейком; хотя автору оскорбительного комментария его комментарий кажется борьбой за истину, в действительности этот комментарий маскирует скрытое ощущение его автором собственной интеллектуальной неполноценности и в общественном восприятии работает против автора.

На большой социальной шкале следует помнить, что люди склонны присоединяться к социальным нарративам не только в силу обстоятельств или из соображений личной выгоды, но и добровольно, с целью избежать чувства одиночества и неуверенности. Особенно сложно человеку определиться тогда, когда непонятно, какой из конфликтующих нарративов является реальностью, а какой — фейком. Даже если нравственный закон на стороне одного из конфликтующих нарративов, а другая является фейком, то это различие становится ясным не сразу и фейковый социальный нарратив соблазняет многих, манипулируя в свое оправдание данными науки и религии. Например, борьба с *фейковым нарративом нацизма* в середине XX века, несмотря на нравствен-

ную правоту противников этого нарратива, была долгой и трудной и унесла жизни десятков миллионов людей.

Возможно также, что оба конфликтующих нарратива являются фейками. В такой ситуации добровольное принятие одной из конфликтующих сторон дает лишь временное освобождение от колебаний, так как косвенно способствует продолжению и эскалации конфликта фейковых социальных нарративов и умножению жертв этих конфликтов. Поэтому, если вы не вовлечены в один из конфликтующих социальных нарративов силою обстоятельств, *оптимальной позицией по отношению к социальным нарративам с невыявленным «фейковым статусом» является позиция неприсоединения и призыв к решению конфликта путем компромиссов и переговоров.* Надо иметь в виду, что даже бескомпромиссная победа одного из конфликтующих социальных нарративов не является окончательной и приводит лишь к временному затуханию конфликта. Окончание конфликта наступает лишь тогда, когда тектонические силы истории опускают оба конфликтующих нарратива в реку под названием Лета и заменяют их новыми. Например, победа в войне с фейковым нарративом нацизма в 1945 году не уничтожила нацизм полностью, а битва нарративов за французский престол между Англией и Францией, хотя и длилась более ста лет, закончилась в XV веке.

Что же касается «плохих фейков» в частной жизни людей, например, попыток манипулировать вами при помощи имитации добрых чувств и даже прямого обмана, то *сопротивление этим попыткам зависит от самого человека.* Как правило, такие попытки, например, телефонное и другие типы мошенничества, имеют своей целью воздействовать на скрытые механизмы сознания, такие как магическое мышление, и способы борьбы с такими попытками описаны в одной из моих предыдущих статей.

Бывает и так, что изначально подлинное желание человека помочь другим людям незаметно перерождается в фейк. Например, в сфере психологии, которая работает с сознанием, у терапевта может возникнуть соблазн под видом психологической помощи клиентам решать свои собственные личные проблемы, как материальные, так и психологические (ощущение собственной власти и контроля над жизнью и поведением клиента). В таком случае психотерапия из психологической помощи превращается в магическую манипуляцию сознанием. Поскольку грань, которую при этом переходит терапевт, может быть незаметной как для клиента, так и для самого терапевта, необходима разработка форм контроля и самоконтроля, предотвращающих пересечение терапевтом этой невидимой грани.

Наконец, борьба с фейками в сферах информации и науки, подделками в искусстве и коррупцией в обществе должна вестись на основе нравственных, гражданских и уголовных кодексов, которые, в быстро меняющемся мире, нуждаются в постоянной модернизации.

Тема 7. ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ У СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

7.1. Проблема информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел

Правовые, организационные, информационные методы и средства ин- формационно-психологической защиты

Проблема информационно-психологической защиты является комплексной и многогранной, охватывающей широкий спектр угроз и вызовов в современном мире. Она заключается в необходимости защиты личности, общества и государства от целенаправленного воздействия информации, направленной на манипулирование сознанием, дестабилизацию ситуации, подрыв доверия к государственным институтам и общественным организациям, а также на причинение вреда национальной безопасности.

Основные аспекты проблемы информационно-психологической защиты:

- ✓ Многообразие источников угроз. Источники информационно-психологического воздействия могут быть как внешними (иностранные государства, транснациональные организации, террористические группировки), так и внутренними (экстремистские организации, политические оппоненты, отдельные лица). Они используют различные каналы распространения информации: СМИ, социальные сети, интернет-платформы, а также традиционные методы пропаганды.

- ✓ Сложность идентификации угроз. Информационно-психологическое воздействие часто маскируется под обычную информацию, что затрудняет его своевременное обнаружение и нейтрализацию. Современные технологии позволяют создавать фейковые новости, дезинформацию и пропаганду, которые сложно отличить от достоверных источников.

- ✓ Быстрое распространение дезинформации. В условиях развитых цифровых технологий ложная информация распространяется с огромной скоростью, что делает противодействие ей крайне затруднительным. Вирусный характер распространения дезинформации в социальных сетях представляет собой особую опасность.

- ✓ Целевой характер воздействия. информационно-психологическое воздействие часто направлено на конкретные группы населения, используя особенности их мировоззрения, ценностей и убеждений. Это повышает эффективность манипуляции и делает её более опасной.

- ✓ Недостаток эффективных средств защиты. Разработка и внедрение эффективных средств информационно-психологической защиты является сложной задачей, требующей комплексного подхода и постоянного совершенствования. Необходимо учитывать динамично меняющуюся тактику информационных войн и разрабатывать новые методы противодействия.

✓ Низкий уровень информационной грамотности населения. Недостаточный уровень критического мышления и информационной грамотности населения делает его более уязвимым перед информационно-психологическим воздействием.

✓ Этические и правовые аспекты. Противодействие информационно-психологическому воздействию должно осуществляться в рамках закона и с соблюдением этических норм, не ограничивая свободу слова и права человека на информацию. Нахождение баланса между защитой и свободой – сложная задача.

Анализ сущности, способов, форм и субъектов негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел свидетельствует о том, что этот контингент практически постоянно находится в поле такого воздействия. Это обстоятельство остро ставит вопрос об организации их информационно-психологической защиты.

Несмотря на актуальность, проблема информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел освещена недостаточно. В научной литературе она, как правило, рассматривается в более широком контексте – через призму «информационно-психологической безопасности личности» или обобщающего концепта «психологическая безопасность». В связи с этим возникает необходимость в формулировке рабочего понятия «информационно-психологическая защита сотрудников органов внутренних дел».

Для выполнения этой задачи целесообразно обратиться к структурированной схеме Г. В. Грачёва, разработанной для формулировки концепта «информационно-психологическая защита». Данная схема включает пять ключевых элементов:

- предмет защиты;
- угроза;
- ущерб;
- средства защиты;
- субъект защиты.

С учетом социального контекста и межличностных связей данная схема была трансформирована и расширена путем конкретизации еще одного элемента – субъекта защиты (таблица 4).

Таблица 4. Элементы информационно-психологической защиты

Элемент понятия	Содержательное наполнение применительно к сотрудникам органов внутренних дел
Предмет защиты	Образ мира (мировоззрение), социальные стереотипы и установки, поведение, личностная идентичность.
Угроза	Негативное информационно-психологическое воздействие
Ущерб	Деформация (искажение) или разрушение образа мира, привычных социальных стереотипов и установок; нарушение последовательности поведения; нарушение целостности и временной протяженности личностной идентичности
Средства защиты	Средства, регулирующие возможность, содержание и силу негативного информационно-психологического воздействия, наличие ресурсов самозащиты сотрудника и его социального окружения.
Субъект защиты	Сам сотрудник, служебный коллектив (подразделение) и общество в целом

Информационно-психологическую защиту сотрудников органов внутренних дел можно определить как целенаправленную деятельность сотрудников, служебных коллективов и общества по применению технологий, предотвращающих или нейтрализующих психологический ущерб от негативного информационно-психологического воздействия.

Поскольку сотрудники органов внутренних дел функционируют в условиях открытой социальной системы, полная их изоляция от негативных информационно-психологических воздействий невозможна. В связи с этим ключевой задачей защиты является не столько устранение, сколько минимизация влияния таких воздействий. Главная цель заключается в предупреждении деструктивных изменений в структуре сознания, образе мира, социальных установках, поведенческих моделях и личностной идентичности.

Информационно-психологическая защита сотрудников органов дел не может быть ограничена сферой либо личности, либо ее внешнего окружения. Эффективная защита должна носить системный характер. Системность информационно-психологической защиты предполагает включение механизмов, фильтров и ресурсов на трех взаимосвязанных уровнях:

- личностном;
- групповом;
- социальном.

Информационно-психологическая защита, будучи по своей сути явлением психологическим, непосредственно связана со способностью и готовностью

личности принимать или не принимать негативные внешние воздействия. Вместе с тем эффективность данной способности определяется комплексом психологических факторов. К ключевым из них относятся:

- правовой фактор;
- организационный фактор;
- информационный фактор.

Таким образом, проблема информационно-психологической защиты требует комплексного подхода, включающего в себя:

- развитие информационной грамотности населения;
- совершенствование законодательной базы в области информационно-психологической защиты;
- создание и развитие эффективных систем мониторинга и противодействия информационным угрозам;
- международное сотрудничество в области информационно-психологической защиты;
- повышение профессионализма специалистов в области информационной безопасности.

Решение проблемы информационно-психологической защиты является одним из ключевых условий обеспечения национальной безопасности и стабильности общества.

Задачи обеспечения информационно-психологической защиты в информационной сфере

На социальном (государственном) уровне информационно-психологическая защита сотрудников органов внутренних дел предполагает:

1) в правовой области: обеспечение и защиту конституционных прав и свобод в сфере получения и использования информации, неприкосновенности частной жизни при использовании информационных технологий;

2) в информационной области:

- доведение до российской и международной общественности достоверных сведений о государственной политике Российской Федерации и её официальной позиции по социально значимым событиям в стране и мире;
- применение информационных технологий в целях обеспечения национальной безопасности Российской Федерации в области культуры;

3) в области организационной: предполагает содействие формированию системы международной информационной безопасности, направленной на защиту суверенитета Российской Федерации в информационном пространстве, на укрепление равноправного стратегического партнерства в области информационной безопасности и противодействие нарушениям стратегической стабильности.

Реализация национальных интересов в информационной сфере направлена на создание безопасной среды для оборота достоверной информации и формирование устойчивой к внешним воздействиям информационной инфраструктуры. Достижение этих целей способствует обеспечению конституционных

прав и свобод человека и гражданина, устойчивому социально-экономическому развитию страны и укреплению национальной безопасности Российской Федерации¹.

Таким образом, последовательная государственная политика в информационной сфере создает основу для формирования безопасной информационной среды, что повышает уровень информационно-психологической защищённости и на индивидуальном, и на общественном уровне.

Дополнительные правовые меры обеспечения информационно-психологической защиты

Помимо реализации перечисленных стратегических интересов государства, для обеспечения информационно-психологической защиты требуется осуществить ряд дополнительных задач.

1. В правовой области.

1.1. Совершенствование законодательства в сфере информационной безопасности. Ключевой задачей является постоянное развитие нормативно-правовой базы, регулирующей отношения в информационной сфере. Принятые в последние годы законодательные меры доказали свою эффективность:

– принятие федерального закона от 20 июля 2012 г., регулирующего деятельность иностранных агентов², снизило антироссийскую активность некоторых некоммерческих организаций, выступавших источниками негативного информационно-психологического воздействия, в том числе на сотрудников органов внутренних дел.

– принятием трёх законов³ о расширении понятия «иностраный агент» в России установлено, что:

во-первых, статус иностранного агента распространяется на организации и физических лиц, занимающихся политической деятельностью при иностранном финансировании;

во-вторых, для указанных субъектов введены обязательные требования: уведомлять о своём статусе; маркировать все публикации соответствующей информацией; регулярно отчитываться об иностранном финансировании;

в-третьих, введены ограничения на государственную или муниципальную службу, доступ к гостайне;

¹ Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации».

² Федеральный закон от 20.07.2012 № 121-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента».

³ Федеральные законы от 30.12.2020 № 481-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия угрозам национальной безопасности», от 30.12.2020 № 525-ФЗ «О внесении изменения в статью 330.1 Уголовного кодекса Российской Федерации» и от 24.02.2021 № 14-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях».

в-четвёртых, предусмотрены значительные штрафы за нарушение законодательства в отношении юридических лиц, осуществляющих деятельность иностранного агента без регистрации;

– принятие федерального закона о блокировке иностранных социальных сетей, ограничивающих государственные СМИ¹, решение Правительства Российской Федерации о предустановке отечественного софта на устройства пользователей.

1.2. Противодействие новым вызовам: правовое регулирование деятельности пранкеров.

Особую актуальность приобрела проблема противодействия «пранкам» — целенаправленным провокациям против сотрудников органов внутренних дел, наносящим ущерб их репутации и психологическому состоянию.

В настоящее время действия пранкеров могут подпадать под статьи КоАП РФ о незаконном ношении форменной одежды со знаками различия, с символикой государственных организаций, правоохранительных или контролирующих органов (ст. 17.12) или мелком хулиганстве (ст. 20.1).

Международный опыт профилактики пранков.

В качестве примера можно рассмотреть законодательство США, где выдача себя за сотрудника полиции рассматривается как административный проступок 1 класса. Повторное нарушение рассматривается как уголовное преступление 6 класса и предусматривает значительные штрафы либо лишение свободы сроком до двух лет. В Великобритании выдача себя за полицейского наказывается лишением свободы на 6 месяцев либо крупным денежным штрафом.

В США и Европе существует практика привлечения лиц к административной ответственности за неуважительное отношение к сотрудникам правоохранительных органов.

Таким образом, угроза крупного денежного наказания является основной мерой сдерживания деструктивной активности в информационном пространстве. С учётом ментальности и отлаженной системы взыскания штрафов случаи нанесения имиджевых потерь полиции западных стран единичны.

2. *В информационной области.* Противодействие негативному информационно-психологическому воздействию требует активной работы по формированию и поддержанию позитивного образа органов внутренних дел в общественном сознании.

Согласно федеральному закону «О полиции», полиция при осуществлении своей деятельности стремится обеспечивать общественное доверие к себе и поддержку граждан. Общественное мнение является одним из основных критериев официальной оценки деятельности полиции. В этих целях федеральный орган исполнительной власти в сфере внутренних дел обязан:

– осуществлять постоянный мониторинг общественного мнения о деятельности полиции;

¹ Федеральный закон от 30.12.2020 № 530-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”».

- проводить мониторинг взаимодействия полиции с институтами гражданского общества;
- регулярно публиковать результаты мониторинга в СМИ, информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет».

Формирование устойчивого позитивного образа полиции и отношения к ней как к институту, пользующемуся доверием, создает прочный «иммунитет» у граждан против деструктивного информационного воздействия. Граждане, уважительно относящиеся к правоохранительным органам, в меньшей степени подвержены влиянию дискредитирующих материалов, таких как оскорбительный контент, фейковые новости и провокационные «пранки».

3. В организационной области.

3.1. Развитие национального информационного пространства (Рунета). Важнейшим направлением является насыщение Рунета качественным контентом, который:

- адекватно отражает социальную реальность, историческое прошлое и текущие события;
- способствует формированию у пользователей целостного и гармоничного образа мира.

3.2. Создание ведомственной информационной инфраструктуры. Для обеспечения защищенной служебной коммуникации и информационного обеспечения в системе МВД России создана Единая система информационно-аналитического обеспечения деятельности (ИСОД). Её ключевые элементы:

- ведомственный интернет — мощная и функциональная внутренняя сеть для служебного пользования;
- специализированные устройства — служебные смартфоны и планшеты с защищенной связью, предназначенные для решения оперативных задач и обмена служебной информацией¹.

Защита на коллективном уровне реализуется через комплекс управленческих и воспитательных мер и предполагает решение следующих задач.

4. В области управления подразделениями.

4.1. Руководители (командиры) структурных подразделений должны учитывать фактор негативного информационно-психологического воздействия (ИПВ) в процессе служебной деятельности этих подразделений.

4.2. Повседневная деятельность должна быть насыщена элементами, ориентирующими сотрудников на поддержание бдительности и готовности к негативному информационно-психологическому воздействию (подсказки, напоминания, мотиваторы и демотиваторы). В среду и режим повседневной деятельности сотрудников должны быть встроены элементы, повышающие их бдительность, критичность сознания, уровень ответственности: стенды с напоминанием о правильном использовании компьютерной техникой, средств связи и коммуникации, Интернета и др.

¹ Аналогичная работа по созданию защищенных каналов связи и специализированных устройств ведется и в других силовых ведомствах, в частности, в Вооруженных Силах Российской Федерации.

4.3. Необходимо постоянно отслеживать:

- актуальный информационно-психологический фон в районе дислокации;
- степень уязвимости личного состава;
- морально-психологическое состояние сотрудников.

4.4. Руководство организует конкретные мероприятия по повышению информационно-психологической устойчивости сотрудников и профилактике негативных последствий информационно-психологического воздействия.

Должностные лица подразделений морально-психологического обеспечения призваны осуществлять:

- разъяснение сотрудникам сущности, тематики, приёмов и техники ведения оппонентами информационно-психологических акций;
- своевременное информирование личного состава по социально значимым вопросам для опережения спекуляций со стороны оппонентов;
- оценка степени уязвимости сотрудников от негативного воздействия;
- правовое информирование о порядке использования компьютерной техники, средствами связи и работы со служебной информацией.

5. В области воспитательной работы:

Воспитательная работа с личным составом, осуществляемая в ходе лекций, докладов, групповых и индивидуальных бесед, служебных совещаний, инструктивных занятий (инструктажей), научно-практических конференций, устных журналов, диспутов, дискуссий и других форм работы, должна быть направлена на формирование у сотрудников следующих качеств и компетенций:

- системы взглядов и ценностей — понимание сущности негативного информационно-психологического воздействия, целостное, непротиворечивое мировоззрение (образ мира), устойчивая личностная идентичность, критическое мышление, система духовных и нравственных ценностей;
- профессионально значимых качеств: социальные, коллективно-групповые и индивидуально-личностные мотивы к добросовестной службе и исполнению служебного долга, адекватные социальные установки;
- практических навыков: техники эмоционально-волевой мобилизации и релаксации, грамотное и тактичное взаимодействие с различными категориями граждан и т. д.

Для достижения этих целей рекомендуется использовать комплексный подход, включающий:

- еженедельное государственно-правовое информирование;
- ежедневное оперативное информирование;
- информационные бюллетени;
- комментируемые обзоры материалов, публикуемые в средствах массовой информации и размещаемые в сети «Интернет»;
- целевые информационно-пропагандистские акции, направленные на укрепление морально-психологического состояния личного состава и другие мероприятия.

Важную роль в формировании информационно-психологической устойчивости сотрудников играет формирование между ними доверительных отношений.

Современные исследования отечественных психологов свидетельствуют: «для формирования организационного и межличностного доверия необходимо проявлять следующее поведение: оказывать реальную помощь партнеру, откликаться на его просьбы; подчеркивать то, что объединяет с другим человеком, искать общие интересы, дела, знакомых; находить возможности создания общего дела, участия в деятельности партнера; проявлять особое отношение к партнеру, помнить детали, оказывать личное внимание».

А важнейшими личностными и поведенческими характеристиками являются: «обладание определенными личностными качествами, имеющими значение для доверяющего лица; активные действия руководства в интересах коллектива, выполнение руководителем своих обязательств и исполнение обещанного, проявление справедливого отношения к сотрудникам, делегирование им полномочий и предоставление обратной связи, достаточное количество времени взаимодействия с ними; социально-демографические показатели: пол, возраст сотрудников и их стаж работы в организации»¹.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что понимается под системой информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел?
2. Какие средства обеспечения информационно-психологической защиты вам известны?
3. Охарактеризуйте основные уровни информационно-психологической защиты.
4. Назовите основные формы политико-воспитательной и психологической работы.
5. Проанализируйте влияние развития на состояние информационно-психологической защиты сотрудников органов внутренних дел.

Задания для самостоятельной работы

1. В каждом пункте выберите элемент, который выпадает из общего логического ряда, и объясните, почему он является лишним.
 - 1) Меры формирования доверия к полиции:
 - а) Мониторинг общественного мнения.
 - б) Публикация результатов мониторинга в СМИ.
 - с) Принятие закона об иностранных агентах.
 - д) Мониторинг взаимодействия с институтами гражданского общества.
 - 2) Морально-психологическая подготовка включает:
 - а) Формирование критического мышления.

¹ Ситников В. Л. Социально-перцептивные образы в массовом сознании. – 160 с.

- b) Развитие системы духовных ценностей.
- c) Блокировка иностранных социальных сетей.
- d) Обучение техникам эмоциональной мобилизации.

2. Задачи, решаемые на коллективном уровне:

- a) Мониторинг морально-психологического состояния сотрудников.
- b) Насыщение среды «напоминалками», мотиваторами и демотиваторами.
- c) Создание системы международной информационной безопасности.
- d) Оценка степени уязвимости личного состава.

е) Профилактические меры по снижению эффективности негативных последствий информационно-психологического воздействия.

2. Определите, верны ли следующие утверждения:

1) Формирование позитивного образа полиции в общественном сознании ослабляет ее защиту от дискредитирующих материалов.

2) Статус иностранного агента в России может распространяться как на организации, так и на физических лиц.

3) Одной из задач в организационной области является насыщение Рунета контентом, формирующим целостный и гармоничный образ мира.

4) Основной мерой сдерживания деструктивной активности в информационном пространстве, согласно международному опыту, является угроза крупного денежного наказания.

5) Воспитательная работа должна быть направлена на формирование у сотрудников некритического восприятия информации.

6) В федеральном законе «О полиции» установлено, что общественное мнение не является критерием официальной оценки деятельности полиции, определяемых федеральным органом исполнительной власти в сфере внутренних дел.

3. Проанализируйте ситуацию: сотруднику полиции поступил телефонный звонок от неизвестных лиц, которые представились сотрудниками прокуратуры. В ходе разговора они потребовали предоставить конфиденциальные служебные сведения, угрожая в случае отказа дисциплинарным взысканием. Находясь в состоянии стресса, сотрудник частично выполнил их требование, что привело к утечке информации.

В рамках анализа необходимо:

1. Классифицировать виды информационно-психологического воздействия.

2. На основании текста указать правовые, организационные и воспитательные меры, способные предотвратить подобные инциденты.

3. Составить для сотрудников подразделения памятку-алгоритм «Порядок действий при получении подозрительных телефонных звонков с требованиями предоставить служебную информацию».

7.2. Профилактика негативного информационно-психологического воздействия в органах внутренних дел

Эффективным средством негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников могут быть слухи. В связи с этим нормальное функционирование служебного коллектива и отдельных сотрудников зависит от умения руководителей предупреждать и пресекать слухи, формировать слухоустойчивую среду. Для этого применяются профилактические и оперативные меры.

Осуществление профилактических мер предполагает¹:

- организацию оперативного, систематичного и достоверного информирования личного состава по всем значимым вопросам их служебной деятельности и жизни;
- налаживание эффективной обратной связи от подчиненных к руководителям;
- создание эмоционально насыщенной жизни служебного коллектива и прозрачного распределения ролей и функций в целях исключения ситуаций бессобытийности и неудовлетворённости сотрудников личностным статусом.

В оперативных мероприятиях по профилактике слухов можно использовать технологии «Бойкот» («Игнорирование»), «Таблица слухов», «Контраргументация», «Клиника слухов», «Развенчание источников (распространителей) слухов»².

«Таблица слухов» оформляется следующим образом. В её левой колонке размещаются циркулировавшие некоторое время слухи, а в правой – реально наступившие события. Такие таблицы располагаются в настенной печати подразделения и на других носителях информации. Таким образом, сотрудники постепенно привыкают не доверять слухам и у них вырабатываются навыки критического мышления.

Технология «Клиника слухов» состоит в том, что осуществляется сбор будоражающих общественное мнение слухов, их групповое обсуждение и осмеяние. Возможно юмористическое разыгрывание основных сюжетов слухов в лицах в форме психодрамы и их осмеивание.

Технология «Бойкот» – игнорирование неправдоподобных слухов с одновременной демонстрацией опровергающих фактов.

Контраргументация – это опровержение аргументов оппонента путём выявления в них логических противоречий и ошибок с целью изменения его позиции.

¹ Хаминский А. М. Правовые и психологические аспекты работы сотрудников правоохранительных органов и иных государственных органов на массовых мероприятиях. – М., 2020. С. 10.

² Психология для вооружённых сил: Учебник вооружённых сил США / под ред. Э. Боринга. – Вашингтон; Варшава, 1960. С. 572.

Необходимо помнить о том, что недостаточно подготовленное и неумелое развенчание слухов может по психологическому механизму «эффекта бумеранга» привести к обратному результату. Это связано с тем, что развенчание слухов имеет две стороны: 1) доведение до аудитории опровергаемого сообщения и 2) его разоблачение. При этом нежелательная информация доводится и до тех сотрудников, которые ранее о слухе ничего не слышали. В этом случае возможны два исхода: а) опровержение признаётся истинным, а слух — ложным, б) слух признается истинным, а опровержение ложным¹.

Результатом организаторской деятельности должно также стать исключение возможности попадания персональных данных сотрудников (ФИО, должность, адрес проживания, номер телефона и т. д.) в открытые источники и предельное сокращение присутствия сотрудников в интернет-пространстве, и прежде всего в социальных сетях.

На решение этих задач необходимо направлять все информационно-психологические возможности, имеющиеся в распоряжении органов внутренних дел.

Морально-психологическая подготовка личного состава

Морально-психологическая подготовка направлена на формирование у сотрудников знаний, навыков и умений, обеспечивающих высокий уровень морально-психологической готовности к осознанному выполнению оперативно-служебных задач, а также морально-психологической устойчивости в любых условиях оперативной, криминогенной и военной обстановки². Морально-психологическая подготовка реализуется по двум взаимосвязанным направлениям: морально-политическому и психологическому.

В рамках морально-политического направления одной из ключевых задач является выработка у личного состава устойчивости к влиянию деструктивной идеологии, негативному информационно-психологическому воздействию, формирование навыков распознавания в информационной среде контента ложного и провокационного характера³.

Психологическое просвещение, в свою очередь, нацелено на формирование у сотрудников представлений о практических способах противодействия такому воздействию. Особое внимание в рамках морально-психологического обеспечения деятельности правоохранительных органов в особых условиях уделяется выработке устойчивости к деструктивному информационно-психологическому воздействию, осуществляемому, в том числе, через инфор-

¹ Латынов В. В. Профилактика и деавуирование слухов // Проблемы информационно-психологической безопасности. — М., 1996. — 164 с.

² Приказ МВД России от 27.08.2024 № 500 «Об утверждении Положения о порядке организации морально-психологического обеспечения деятельности органов внутренних дел Российской Федерации».

³ Там же.

мационно-коммуникационные средства и ресурсы, а навыков организации контрпропагандистских мероприятий¹.

Обучение в области информационно-психологической безопасности необходимо направлять на формирование у личности знаний, умений и навыков, обеспечивающих её защиту. Это включает обучение распознаванию внешних и внутренних угроз, освоение способов противодействия им, а также развитие понимания необходимости и возможности такой защиты. В рамках данного подхода можно также рекомендовать формы психологической подготовки специального назначения, в частности тренинги, обеспечивающие приобретение практического опыта противодействия информационно-психологическому воздействию².

Важную роль в этом процессе играют наглядные средства информации (наглядная агитация, стенды, стенная печать, походные комплекты наглядной агитации). Их содержание должно включать мотиваторы и демотиваторы, побуждающие сотрудников к проявлению внимательности, разборчивости и критичности при работе с информацией из незнакомых источников, руководствуясь нравственными критериями в оценке событий, фактов, поступков людей, примеры негативных последствий беспринципного отношения сотрудников к требованиям информационной безопасности и т. д.

Существенный вклад в поддержание и развитие информационно-психологической устойчивости должны вносить специализированные помещения и оборудование: комнаты воспитательной работы, кабинеты психологической регуляции, а также аппаратно-программные комплексы и оборудование, применяемые в психологической работе.

В период подготовки и выполнения оперативно-служебных задач, в целях повышения информационно-психологической защиты сотрудников при выполнении оперативно-служебных задач в экстремальной обстановке целесообразно:

- напоминать сотрудникам характер профессиональной ситуации, морального и правового статуса сотрудников, как представителей государства и воли большинства граждан России;
- проводить групповые ритуальные действия;
- осуществлять постоянный мониторинг морально-психологического состояния сотрудников и оказывать психологическую поддержку лицам, испытывающим беспокойство и тревогу.

В период после выполнения оперативно-служебных задач особое внимание уделяется обеспечению психологического благополучия сотрудников, а также психологической и физической безопасности и правовой защиты сотрудников, подвергающихся персональному моральному и психологическому преследованию. Это достигается:

¹ Там же.

² Костюк А. В., Примакин А. И. Информационно-психологическая безопасность личности: проблемы и подходы // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. — 2018. — № 3 (79). — С. 228.

- проведением групповых бесед руководителей (начальников) с сотрудниками (командирский дебрифинг), участвовавшими в выполнении оперативно-служебной задачи, поощрением отличившихся, обобщением эффективных способов решения оперативно-служебных задач, определением слабых мест, ошибок и нарушений в действиях подчинённых;
- оценкой психического состояния сотрудников, выявлением лиц с симптомами психологического стресса и посттравматического стрессового расстройства и оказанием им психологической помощи;
- обеспечением юридической и психологической помощи сотрудникам, честно выполнявшим свой профессиональный долг и подвергшимся деструктивному моральному и психологическому преследованию со стороны оппонентов;
- анализом новых способов информационно-психологического воздействия, использованных против сотрудников и выработкой эффективных методов противодействия им, а также практической отработкой этих методов с личным составом.

Таким образом, обеспечение информационно-психологической защиты личного состава представляет собой сложную системную работу руководителей, специалистов по работе с персоналом и самих сотрудников. Это целенаправленное создание такой среды жизнедеятельности сотрудников, которая упорядочивает их работу с информацией, побуждает их быть бдительными, критически мыслящими, руководствоваться в своей деятельности критериями служебного долга, своими духовными и нравственными ценностями, интересами выполнения оперативно-служебных задач.

Задачи обеспечения информационно-психологической защиты (ИПЗ) в информационной сфере многогранны и зависят от контекста (государство, организация, отдельный человек). В общем виде их можно сгруппировать следующим образом.

1. Предупреждение информационно-психологического воздействия:

✓ Мониторинг информационного пространства. Выявление источников, каналов распространения и методов ИПВ, включая анализ социальных сетей, СМИ, форумов и других онлайн-платформ.

✓ Анализ угроз. Оценка вероятности, масштабов и последствий различных видов ИПВ (дезинформация, пропаганда, манипуляция, шантаж, кибербуллинг и др.).

✓ Разработка и внедрение мер профилактики. Создание систем раннего обнаружения и реагирования на ИПВ, обучение персонала методам распознавания и противодействия манипуляциям, формирование информационной гигиены у населения.

✓ Формирование позитивного информационного поля. Активное распространение достоверной информации, контрпропаганда, продвижение национальных интересов и ценностей.

2. Смягчение последствий информационно-психологического воздействия:

✓ Нейтрализация дезинформации и пропаганды. Разработка и распространение опровержений, фактологическая проверка информации, привлечение экспертов для комментирования событий;

✓ Кризисное реагирование. Разработка и реализация планов действий в случае крупных информационных атак или кризисных ситуаций;

✓ Защита репутации. Предотвращение и минимизация негативного воздействия ИПВ на имидж подразделений или государства;

✓ Психологическая поддержка. Обеспечение психологической помощи лицам, подвергшимся ИПВ.

3. Укрепление информационной безопасности:

✓ Защита информационных систем. Предотвращение утечки информации, кибератак и других угроз, которые могут быть использованы для ИПВ.

✓ Кибербезопасность. Защита от хакерских атак, вредоносных программ и других киберугроз.

✓ Разработка и внедрение защищенных коммуникационных систем. Обеспечение конфиденциальности и целостности информации при передаче и хранении.

✓ Развитие законодательной базы. Совершенствование нормативно-правовой базы в области информационной безопасности и противодействия ИПВ.

Специфические задачи могут варьироваться в зависимости от объекта защиты:

– для государства — защита национальной безопасности, суверенитета, общественного порядка;

– для организаций — защита репутации, коммерческой тайны, стабильности работы;

– для отдельных лиц — защита от кибербуллинга, манипуляций, дезинформации.

Решение этих задач требует комплексного подхода, объединяющего технические, организационные и психологические меры. Необходимы постоянный мониторинг, анализ и адаптация стратегий ИПЗ к меняющейся информационной среде.

Также комплекс мер, направленных на противодействие информационно-психологическому воздействию, можно классифицировать по трем основным направлениям: правовые, организационные и информационные.

Правовые методы и средства информационно-психологической защиты:

1. Законодательное регулирование. Разработка и принятие законов, регулирующих распространение информации, противодействующих экстремизму, пропаганде насилия, распространению дезинформации и фейков. Это включает в себя установление ответственности за совершение таких действий. Примеры: законы о защите информации, о противодействии экстремизму, о СМИ.

2. Международное право. Использование международных договоров и соглашений для установления норм и правил поведения в киберпространстве и в сфере информационной безопасности, направленных на предотвращение ИПВ.

3. Судебная практика. Применение правовых норм для пресечения противоправных действий в сфере ИПВ, привлечения виновных к ответственности.

4. Юридическая экспертиза информации. Анализ информации на предмет соответствия законодательству и наличия признаков ИПВ.

Организационные методы и средства информационно-психологической защиты:

1. Формирование системы информационно-психологической защиты. Создание специализированных подразделений, ответственных за проведение мероприятий по информационно-психологической защите в организациях и на государственном уровне.

2. Разработка планов и программ информационно-психологической защиты. Планирование и реализация мероприятий по предотвращению и нейтрализации ИПВ, включая проведение учений и тренировок.

3. Обучение и тренировки личного состава. Повышение уровня осведомленности сотрудников об угрозах ИПВ, обучение методам распознавания и противодействия манипуляциям и дезинформации.

4. Внутренний контроль и аудит. Регулярная проверка эффективности системы ИПЗ и выявление слабых мест.

5. Взаимодействие с правоохранительными органами для пресечения противоправных действий в сфере ИПВ.

6. Работа с общественностью. Проведение информационно-разъяснительной работы среди населения, формирование критического мышления и медиаграмотности.

Информационные методы и средства информационно-психологической защиты:

1. Мониторинг информационного поля. Систематическое отслеживание информации в сети Интернет, СМИ и других источниках для выявления признаков ИПВ.

2. Анализ информации. Определение цели, источников, методов и аудитории ИПВ.

3. Контрпропаганда. Распространение информации, нейтрализующей эффект ИПВ.

4. Формирование позитивного информационного образа. Создание и распространение позитивной информации о стране, организации, личности.

5. Разработка и распространение контрмесседжей. Создание специальных сообщений, раскрывающих манипулятивные техники и дезинформацию.

6. Использование технологий. Применение специальных программных средств для детектирования фейков, ботов и других инструментов информационно-психологического воздействия (например, системы анализа настроений, анализа источников информации, детекторы глубоких фейков).

7. Управление репутацией. Реагирование на негативную информацию, корректировка имиджа и укрепление доверия.

Важно понимать, что методы и средства информационно-психологической защиты должны использоваться комплексно и в соответствии с законодательством. Эффективность информационно-психологической защиты зависит от своевременности и эффективности применяемых мер, а также от уровня подготовленности.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что понимается под профилактикой информационно-психологического воздействия?
2. На решение каких задач направлено обучение в области информационно-психологической безопасности?
3. Перечислите и охарактеризуйте меры информационно-психологической защиты сотрудников на этапе выполнения оперативно-служебных задач.
4. Опишите комплекс мероприятий, проводимых по завершении оперативно-служебных задач.
5. Какие меры составляют систему обеспечения информационно-психологической защиты?

Задания для самостоятельной работы

1. Установите соответствие между названием технологии борьбы со слухами и её описанием.

Технология	Описание
1. «Таблица слухов»	А) Сбор будоражающих слухов, их групповое обсуждение и осмеяние, возможно – в форме психодрамы
2. «Клиника слухов»	Б) Систематическое сопоставление циркулировавших слухов с реально наступившими событиями для выработки недоверия к ним
3. «Контраргументация»	В) Игнорирование неправдоподобных слухов с одновременной демонстрацией опровергающих фактов
4. «Бойкот» («Игнорирование»)	Г) Опровержение аргументов оппонента путём выявления в них логических противоречий и ошибок с целью изменения его позиции

2. Перед вами ряд утверждений. Определите, является ли каждое из них фактом (можно проверить, оно объективно) или мнением (отражает чью-то точку зрения, оценку). Обоснуйте свой выбор.

- 1) «Средняя зарплата в России в 2024 году составила 75 000 рублей».
- 2) «Работать удалённо удобнее, чем в офисе».
- 3) «Искусственный интеллект опасен для человечества».
- 4) «Использование смартфонов перед сном ухудшает качество сна».

3. Проанализируйте ситуацию и составьте план мероприятий по информационно-психологической защите личного состава, проводимых по завершении оперативно-служебных задач.

С и т у а ц и я : Личный состав подразделения был задействован для обеспечения охраны общественного порядка во время проведения массового мероприятия. По окончании службы в социальной сети «ВКонтакте» была размещена серия публикаций, содержащих смонтированные видеоматериалы и заведомо ложные обвинения, направленные на дискредитацию действий сотрудников полиции.

7.3. Компоненты информационно-психологической устойчивости сотрудников органов внутренних дел, технологии ее формирования

Сегодня, в условиях интенсивного противоборства, организация информационно-психологической защиты личного состава становится обязательным элементом служебной деятельности. Вместе с тем решающим фактором информационно-психологической безопасности выступает способность сотрудников органов внутренних дел противостоять негативным внешним воздействиям или их информационно-психологическая устойчивость.

Информационно-психологическая устойчивость сотрудника органов внутренних дел – это его способность противостоять негативному информационно-психологическому воздействию и сохранять целостность образа мира (мировоззрения), моральные и духовные ценности, социальные установки, последовательность в поведении и личностную идентичность.

Научная основа данного понятия сформирована в результате анализа смежных психологических феноменов, таких как «психическая устойчивость», «упругость» (resilience), «жизнестойкость» (hardiness), «нервно-психическая устойчивость» и «надёжность». Синтез исследований (В. И. Варваров, С. В. Захарик, А. Г. Караяни и др.) позволяет выделить в структуре информационно-психологической устойчивости пять ключевых компонентов: когнитивный, мотивационно-ценностный, эмоционально-волевой, поведенческий, регулятивный.

Сравнивая данную структуру с понятием «коммуникативные фильтры», важно отметить, что если последние носят когнитивно-поведенческий характер и отражают процесс работы с информацией, то информационно-психологическая устойчивость является более широким понятием. Она обеспечивается не только за счёт работы фильтров, но и за счёт мотивации целенаправленной оценки поступающей информации, регуляции эмоциональных состояний, вызванных столкновением с информационно-психологическим воздействием и т. д.

1. Когнитивный компонент информационно-психологической устойчивости отражает способность сотрудника критически оценивать поступающую информацию, перерабатывать большой объём сведений, эффективно действовать в условиях дефицита и противоречивости данных, основываясь на целостной и не противоречивой системе взглядов на мир.

Ядром информационно-психологической устойчивости выступает целостный образ мира (мировоззрение) личности. Именно оно задает систему координат и критерии, которые использует сотрудник для оценки информации и принятия решений. Так, сотрудник, в мировоззрении которого есть место целенаправленным деструктивным информационно-психологическим воздействиям, существует разница между фактами и их интерпретацией, не будет принимать на веру информацию без её критического осмысления.

Способность к критическому мышлению и анализу информации обеспечивается несколькими взаимосвязанными элементами.

Критическое мышление – система суждений, которая используется для анализа вещей и событий с формулированием обоснованных выводов и позволяет выносить обоснованные оценки, интерпретации, а также применять полученные результаты к ситуациям и проблемам. Под критическим мышлением понимается способность анализировать информацию, выявлять источники ее происхождения, оценивать достоверность и объективность, отличать факты от мнений и оценок. Это включает в себя умение распознавать логические ошибки, пропаганду, манипулятивные приемы и фейки.

Необходимость критического осмысления напрямую зависит от того, насколько поступающие сведения согласуются мировоззрением, системой нравственных ценностей сотрудника. В таких случаях поступающая информация не входит в противоречие, не нарушает личностной идентичности сотрудника. К этому типу относятся, например, служебная информация, приказы, распоряжения, требования руководителей и т. д.

Критическое мышление необходимо тогда, когда информационно-психологическое воздействие вступает в конфликт с системой взглядов сотрудника на мир, на людей, на вещи и на самого себя.

Сотрудник, обладающий критическим мышлением, оценивает другие точки зрения на проблему, проверяет факты и определяет значимость аргументов, задаёт уточняющие и проблемные вопросы, видит разницу между фактами и их интерпретацией, решает проблемы по мере их поступления, анализирует собственные мысли и ценности, выявляет ошибки в своих рассуждениях и т. д.

Информационная грамотность. Знание и умение эффективно искать, оценивать, использовать и создавать информацию в различных форматах. Это включает в себя понимание принципов работы информационных технологий и умение работать с большими объемами данных.

Метакогнитивные способности. Осознанность собственных когнитивных процессов, умение контролировать внимание, управлять своими мыслями и эмоциями, а также оценивать собственные убеждения и предположения.

Таким образом, метакогнитивные способности формируют необходимый мета-уровень для рефлексии над собственной познавательной деятельностью. Непосредственным объектом такой критической рефлексии зачастую становятся когнитивные искажения — это систематические ошибки в мышлении или шаблонные отклонения в суждениях, которые происходят в определённых ситуациях.

Термин «когнитивные искажения» был введен в 1972 году Амосом Тверски и Даниэлом Канеманом. Учёные исследовали, как стереотипы и установки приво-

дят к систематическим отклонениям в принятии решений от модели рационального выбора, что и положило начало изучению этого феномена.

Природа когнитивных искажений двойственна. С одной стороны, они являются примером эволюционно сложившегося ментального поведения, помогающего действовать быстрее и экономить умственные ресурсы. С другой — многие из них возникают из-за недостатка критического мышления или являются сбоем, когда старые «ментальные шаблоны» применяются в новых, неподходящих для них ситуациях.

На актуализацию когнитивных искажений влияет комплекс причин¹: слишком большое количество информации, относящейся к ситуации, которую нужно оценить; шаблоны мышления, оценки и действия, распространенные в обществе, в котором мы живем; особенности воспитания и формирования личности отдельного человека; особенности характера, психологических качеств отдельного человека; ошибочные компоненты в представлении о ситуации; одновременное решение нескольких задач и др.

На сегодняшний день идентифицировано большое количество когнитивных искажений. Ниже представлены некоторые из наиболее распространенных видов и их ключевые характеристики:

Виды когнитивных искажений	Характеристика
Эффект ореола (гало-эффект)	Общее впечатление о человеке (положительное или отрицательное) переносится на оценку его конкретных черт
Обобщение	Когнитивное искажение, при котором человек на основе единичного или ограниченного опыта делает общий вывод, распространяющийся на широкий круг ситуаций
Иллюзия контроля	Когнитивное искажение, при котором человек переоценивает свою способность влиять на события, которые объективно от него не зависят или зависят в минимальной степени, что создаёт ложное ощущение управления ситуацией
Эффект ложного согласия	Склонность проецировать свой способ мышления на других людей, считать собственные убеждения, модели поведения и привычки типичными и распространенными среди других людей
Эффект «слепого пятна»	Склонность видеть влияние когнитивных искажений на решения других людей, но не замечать их в своих собственных суждениях
Эффект Даннинга-Крюгера	Когнитивное искажение, при котором люди с низким уровнем квалификации склонны переоценивать свои способности, а эксперты – недооценивать
Чтение мыслей	Когнитивное искажение, при котором человек предполагает, что знает мысли, мотивы или отношение других людей к себе или к ситуации, не обладая достаточной информацией для этого
Склонность к подтверждению	Склонность искать, интерпретировать, запоминать и придавать большее значение информации, которая подтверждает существующие убеждения, гипотезы или точку зрения, и игнорировать либо недооценивать информацию, которая им противоречит

¹ Маслов Е.С., Тихонов О.В. Когнитивные искажения и критическое мышление: учебно-методическое пособие / Е.С. Маслов. О.В. Тихонов. – Казань: Казан. ун-т., 2022. – 28 с.

Важной составляющей когнитивного компонента информационно-психологической устойчивости является *система профессиональных знаний* о методах и признаках деструктивного воздействия, правовых, нравственных и психологических основах эффективного поведения в условиях такого воздействия. Такая осведомлённость необходима сотруднику в силу действия известных закономерностей «Чего не знаю — того боюсь» и «Предупреждён, значит вооружён».

Данная система включает: знания, составляющие информационную культуру сотрудника, знания о сущности информационных процессов и информационных технологий, способах обеспечения информационной безопасности при их использовании, об информационно-психологических средствах (речевое общение, неречевые средства общения, профессионально-ролевое поведение) взаимодействия с различными категориями граждан.

Сотрудники должны допускать возможность различных провокаций и иметь представление об эффективных схемах собственных действий в каждой конкретной ситуации. Они должны обладать способностью обнаруживать признаки информационно-психологического воздействия, предвидеть возможные схемы поведения оппонентов.

Мотивационно-ценностный компонент информационно-психологической устойчивости сотрудника – это совокупность ценностей, установок и мотивов, побуждающих сотрудника действовать в процессе оперативно-служебных задач активно, самоотверженно, строго соблюдая требования законов, осознавая себя человеком долга, чести и достоинства.

Сотрудник должен чётко ориентироваться в ценностях и моральных нормах общества, понимать границы между добром и злом, правдой и кривдой, честью и подлостью. При наличии таких ценностей никакие деструктивные информационно-психологические воздействия не заставят его усомниться в справедливости и правоте своих действий, не лишат уверенности в том, что, выполняя свой профессиональный долг, он получит одобрение и уважение большинства сограждан.

Ценности, наполненные личностным смыслом, обретают свойство мотивов профессиональной деятельности. Мотивы побуждают человека к деятельности. Традиционно различают три вида мотивов: широкие социальные мотивы (любовь к Родине, верность долгу и народу, стремление к справедливости, гордость за принадлежность к российской полиции и др.); коллективистские мотивы (стремление быть полезным своим сослуживцам, пользоваться их уважением, готовность прийти им на помощь в случае необходимости, гордиться своим подразделением и т. д.); мотивы личного плана (быть хорошим специалистом, иметь отличия за добросовестную службу, получать достойное денежное вознаграждение за свой труд и т. д.).

Ведущим побуждением деятельности сотрудника должно быть чувство служебного долга и готовность отстаивать свою жизненную и профессиональную позицию.

Эмоционально-волевой компонент информационно-психологической устойчивости составляют оптимистический взгляд на события, позитивный

настрой на выполнение оперативно-служебных задач, уверенность в себе, самообладание, самоконтроль, решительность, отсутствие мешающих критическому мышлению и деятельности сомнений, беспокойств и страхов.

Мышление и эмоции находятся обратно-пропорциональных отношениях. Грубо говоря, чем больше эмоций — тем меньше мышления, и наоборот. Только в спокойном состоянии человек способен критически осмысливать происходящее, обнаруживать и пресекать негативное информационно-психологическое воздействие.

Регулятивный компонент информационно-психологической устойчивости составляет владение сотрудником приёмами психической саморегуляции, помогающими сохранять уровень спокойствия, самоконтроля, и организованности, необходимый для критического анализа информационной и деятельностной ситуации.

Большую роль играет сформированная эмоциональная регуляция личности. Важно вырабатывать способность управлять своими эмоциями, не поддаваться панике, тревоге и другим деструктивным чувствам под воздействием стрессовой информации.

На основе волевых качеств у сотрудника формируется стрессоустойчивость, обеспечивающая его психологическую готовность к действиям в условиях интенсивного негативного информационно-психологического воздействия, особенно осуществляющегося в контактных формах.

Поведенческий компонент информационно-психологической устойчивости отражает способность сотрудника сохранять целенаправленность, организованность и ситуативную адекватность оперативно-служебной деятельности в условиях негативного информационно-психологического воздействия. В данный компонент входят устойчивые навыки ситуативно-алгоритмических действий, сформированные в ходе профессиональной служебной и физической подготовки. Важно развивать навыки самоконтроля — умения контролировать свое поведение и действия, избегая импульсивных поступков под влиянием манипуляций или провокаций.

Важную роль играют коммуникативные навыки — умение эффективно общаться, аргументировать свою позицию, отстаивать свои интересы, а также выстраивать конструктивные отношения с окружающими.

Необходимо формировать готовность к принятию решений в условиях неопределенности, способность анализировать ситуацию, оценивать риски и принимать решения даже при отсутствии полной информации.

Информационно-психологическая устойчивость сотрудников органов внутренних дел складывается как в процессе их социализации на протяжении всей жизни как методом «проб и ошибок», так и в процессе их обучения и воспитания. В процессе их служебной деятельности информационно-психологическая устойчивость формируется и развивается в ходе морально-психологического обеспечения служебной деятельности (в том числе воспитательной работы) и морально-психологической подготовки. Для этого используются различные технологии.

Формирование информационно-психологической устойчивости – это комплексный процесс, требующий систематической работы над всеми ее компонентами. К основным технологиям относятся: обучение критическому мышлению, развитие информационной грамотности, тренинги по управлению стрессом и эмоциями, развитие коммуникативных навыков, пропаганда здорового образа жизни, формирование позитивной самооценки, использование игровых методик, постоянное самообразование и самосовершенствование.

Обучение критическому мышлению: использование различных методик, включая тренинги, игры, анализ реальных примеров манипуляций и пропаганды.

Развитие информационной грамотности: обучение навыкам поиска, оценки и использования информации из различных источников, включая работу с базами данных и цифровыми технологиями.

Тренинги по управлению стрессом и эмоциями: применение техник релаксации, аутотренинга, когнитивно-поведенческой терапии для развития эмоциональной устойчивости.

Развитие коммуникативных навыков: использование ролевых игр, дискуссий, публичных выступлений для совершенствования умения общаться и отстаивать свою позицию.

Пропаганда здорового образа жизни: здоровый сон, питание, физическая активность — все это способствует повышению стрессоустойчивости и улучшению когнитивных функций.

Формирование позитивной самооценки: психологическая работа над самооценкой, поиск своих сильных сторон, укрепление веры в себя.

Использование игровых методик: симуляции реальных ситуаций, требующих принятия решений в условиях информационного давления.

Постоянное самообразование и самосовершенствование: чтение специализированной литературы, посещение лекций, активное участие в обсуждениях актуальных проблем.

Формирование информационно-психологической устойчивости – это длительный процесс, требующий постоянной практики и самосовершенствования. Важно помнить, что информационно-психологическая устойчивость не является пассивной защитой, а активным навыком, который необходимо постоянно развивать и совершенствовать.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Охарактеризуйте роль мировоззрения как ядра информационно-психологической устойчивости.
2. Перечислите и раскройте сущность структурных компонентов информационно-психологической устойчивости сотрудников органов внутренних дел.
3. В чем заключается практическое значение компонентов информационно-психологической устойчивости в служебной деятельности?
4. Объясните роль информационно-психологической устойчивости в системе организации работы по информационно-психологической защите личного состава.
5. Раскройте содержание мотивационно-ценностного компонента информационно-психологической устойчивости, перечислив группы мотивов и приведя конкретные примеры.

Задания для самостоятельной работы

1. Сформулируйте развернутые ответы, используя в качестве основы следующие тезисы:
 - Самое главное в профессии для меня...
 - Ценность моей службы в том, чтобы...
 - Я выбрал эту профессию, потому что...
 - Я вношу вклад в общество через...
 - Я чувствую себя сильнее, когда...
 - В ситуации давления или провокации, я опираюсь на такую ценность, как...
 - Взаимовыручка в нашей службе – это...
 - Быть частью подразделения, значит...
 - Эффективность моей деятельности зависит в значительной степени от...
 - В нашей профессии очень важно...
 - Стать высококлассным специалистом значит не только в совершенстве овладеть прикладными навыками, но и ...
 - Моя профессиональная позиция основана на принципе...
2. Проанализируйте приведенные ниже ситуации и определите, какие когнитивные искажения демонстрируют сотрудники. К каким профессиональным последствиям это может привести? Дайте краткое обоснование своего выбора.
 - 1) Младший сержант И., недавно переведенный в отдел (менее недели назад), успешно разрешил конфликтную ситуацию между гражданами. Несмотря на это единичное достижение, в его отчетах сохраняется большое количество ошибок. Тем не менее руководитель продолжает регулярно ставить И. в пример всему коллективу, основываясь на первом удачном впечатлении.
 - 2) В результате комплекса оперативно-розыскных мероприятий сотрудники уголовного розыска вышли на осведомителя «Х», предоставлявшего информацию о местонахождении запрещенных веществ. Оперативная группа, трижды проводившая обыски по его наводкам, каждый раз изымала крупные партии. При выдвижении на очередной обыск по данным осведомителя начальник группы заявил: «Мы на верном пути. Работаем исключительно по его информации, другие версии пока не рассматриваем. Чувствую, сегодня нас снова ждёт отличный результат».

3) Следователь, лейтенант полиции П., прочитав книгу по профайлингу, уверовал в свою способность выявлять ложь по невербальным признакам. При проведении допроса он всё внимание акцентировал на «нервном почесывании носа», «бегающем взгляде» и «съёжившейся позе» подозреваемого, игнорируя при этом вещественные улики. На возражения коллег он неизменно парировал: «Я видел, как он нервничал. Это точно он».

4) Слушателю М. предстояла сдача норматива по боевым приемам. Несмотря на усердные тренировки перед зачётом он встретился взглядом с преподавателем. Внутренний монолог слушателя был таким: «Он смотрит на меня слишком строго. Он уже уверен, что я не сдам. Я вижу, он замечает все мои ошибки. Как только я начну выполнять приём, я всё забуду».

3. Смоделируйте диалог сотрудника органов внутренних дел со знакомым на фоне травли в СМИ после инцидента с задержанием. Предложите аргументированный ответ, сохраняя профессиональную позицию. Реплика знакомого: «Видишь, что о тебе пишут? Ты защищаешь людей, которые тебя же и ненавидят. Оно того стоит?»

7.4. Технология формирования у личного состава органов внутренних дел информационно-психологической устойчивости¹

Анализ научных подходов позволяет определить технологию формирования информационно-психологической устойчивости у сотрудников полиции как совокупность методов, приёмов и схем деятельности должностных лиц органов внутренних дел и самих сотрудников по развитию способности эффективно противостоять негативному информационно-психологическому воздействию, сохраняя адекватность образа мира, моральных и духовных ценностей, мотивов и социальных установок, последовательности поведения и целостность личностной идентичности.

Для формирования и развития информационно-психологической устойчивости сотрудников органов внутренних дел используются технологии оптимизации каждого её компонента: когнитивного, мотивационно-ценностного, эмоционально-волевого, поведенческого и регулятивного.

Методы формирования когнитивного компонента информационно-психологической устойчивости

Критическое мышление выступает в роли «санитарного кордона», который не позволяет пропускать любую новую неслужебную информацию, без её критического осмысления. Наличие такого ресурса, как критическое мышление, делает сотрудника невнушаемым, не подверженным негативному информационно-психологическому воздействию.

Развитие критического мышления начинается с оценки уровня внушаемости сотрудника, то есть некритического изменения им собственной концептуальной позиции и поведения под влиянием реального или воображаемого давления со стороны другого человека или группы. Высокая внушаемость сотрудника может быть использована представителями деструктивных политических, социальных и экстремистских сил.

¹ Караяни А. Г. Технологии защиты сотрудников органов внутренних дел от негативного информационно-психологического воздействия: монография / Караяни А. Г., Караяни Ю. М., Дерешко Б. Ю. и др. – Санкт-Петербург: Изд-во СПб ун-та МВД России, 2021. – 152 с.

Диагностика уровня внушаемости. В психологической практике выработаны специальные методики, позволяющие оценивать уровень внушаемости человека. К таким методикам относятся: тест «Внушаемость» (*приложение 1*). Он является упрощённым и адаптированным вариантом опросника С. В. Клаучека и В. В. Деларю, разработанного в 1997 г. Тест предназначен для исследования лиц, обладающих повышенной внушаемостью. Он выявляет лиц с высоким, средним и низким уровнем внушаемости. Для повышения надёжности полученного результата его следует подтвердить с помощью экспресс-теста (*приложение 2*).

Испытуемый, отнесённый к высокому уровню внушаемости, (статистически эта группа составляет около 10 % всех людей) включается в группу динамического наблюдения. Профилактическая работа по отношению к этой категории людей включает:

- контроль сфер общения;
- исключение контактов с возможными представителями деструктивных сил;
- формирование личностной идентичности и уверенного поведения, критичности мышления.

Вместе с тем следует понимать, что внушаемость человека — характеристика динамичная и зависит от его эмоционального состояния, самочувствия, уровня физической нагрузки. В связи с этим процент ситуативно внушаемых людей может возрасть вместе с эскалацией негативного информационно-психологического воздействия.

Методы развития критического анализа информации. Для развития у сотрудников навыков своевременного выявления признаков негативного информационно-психологического воздействия и его критического анализа целесообразно использовать разработанные в психологической практике методы, позволяющие классифицировать информацию по её источнику на «белую», «серую» и «чёрную» пропаганду¹.

Метод «Чёрная пропаганда». Сотрудникам предъявляется несколько текстов по одному и тому же вопросу, связанному со служебной деятельностью, и предлагается установить, к какому типу пропаганды относится каждый из них:

- «Белая»: источник открыт и авторитетен — информация заслуживает внимания;
- «Серая»: источник не указан — информация требует обязательной перепроверки;
- «Чёрная»: источник указан неверно или сфабрикован — информация не должна приниматься во внимание, должна анализироваться.

У сотрудника должен быть сформирован навык: при отсутствии в информации ссылок на конкретный источник он сразу же должен отнести её к «серой» пропаганде и отказаться от её приёма. Так же следует поступить в случае, когда вместо конкретного источника указан какой-то набор букв, цифр или символов. Признаками «серой» пропаганды являются такие формулировки, как «по мнению экспертов», «аналитики утверждают», «анализ показывает», «по статистическим данным», «по результатам проведённых опросов» без указания фамилий, названий экспертных и аналитических организаций и т. д.

Признаками негативного информационно-психологического воздействия, нацеленного на манипуляцию аудиторией, являются и такие предельные обобщения,

¹ Лайнбардджер П. Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания / пер. с англ. Е. В. Ламановой. – М., 2014. С. 72.

как «все», «каждый», «всегда», «никогда» («все прогрессивные люди», «все, кому дорого...», «каждый настоящий ...», «все мы всегда...», «никогда ни один...» и т. п.).

Если сотрудник научится отбрасывать хотя бы такую откровенную дезинформацию, степень его подверженности негативному информационно-психологическому воздействию существенно снизится.

Метод «Критическое мышление» подразумевает структурированные анализ противоречивых данных (приложение 3).

Метод «Перевод» (приложение 4) — для того, чтобы сотруднику научиться выявлять суть сообщения, нужно овладеть навыком её перевода на свой язык.

Метод «Пузырь фильтров». Сущность метода состоит в разъяснении и демонстрации сотрудникам механизма действия алгоритмов персонализации контента в интернет-среде. Поисковые системы и социальные сети анализируют историю запросов, предпочтения и поведение пользователя, формируя персональный информационный поток «пузырь фильтров».

Пузырь фильтров создает эффект изоляции пользователя в информационном пространстве, где он преимущественно видит контент, соответствующий его прошлым действиям и предполагаемым интересам. Алгоритмы создают своеобразное «сито», которое отфильтровывает альтернативные точки зрения. Так, сотрудник органов внутренних дел, зайдя на сайт «Омбудсмен полиции», в последующем может постоянно получать с него информацию и видеть свою деятельность преимущественно в негативном свете.¹

Метод «Анализ аргументов» позволяет выявлять слабые места, манипуляции и логические ошибки в рассуждениях. Чтобы эффективно находить аргументы в тексте, важно понимать их структуру и оценивать с точки зрения наличия доказательств, подтверждённых данными, релевантности и отсутствия ошибок, или, напротив, выявлять логические ошибки, подмену понятий и эмоциональные манипуляции. Для анализа силы аргументов можно воспользоваться следующим алгоритмом:

1. Определение тезиса (главного утверждения). Тезис, как правило, выражается в заголовке, первом или последнем абзаце. Часто он начинается с фраз: «Поэтому я считаю, что...», «Таким образом, ...» и т.п.

2. Поиск слов-маркеров аргументов. Аргументы часто вводятся с помощью следующих выражений:

- причины: «потому что», «так как», «поскольку»;
- структура: «во-первых... во-вторых...»;
- доказательства: «исследования показывают», «статистика подтверждает»;
- примеры: «например», «в частности».

3. Проверка аргументов. На этом этапе необходимо оценить каждый аргумент по трём критериям:

- данные: есть ли цифры, исследования, факты?
- авторитет: приведены ли ссылки на экспертов?
- логика: следует ли из этого аргумента тезис?

Методы формирования мотивационно-ценностно компонента информационно-психологической устойчивости

«Здоровье» моральных и духовных ценностей индивида не менее важно, чем здоровье его тела. Сложность состоит в том, что человек самостоятельно редко когда

¹ Паризер Э. За стеной фильтров: Что Интернет скрывает от вас? – М., 2012. – 304 с.

задумывается о своём психическом, в том числе о «ценностном» здоровье, о том, какие ценности являются для него путеводной звездой по жизни, а какие мешают нормально социально функционировать.

Существуют специальные психологические техники, позволяющие осуществить своеобразную диагностику и «инвентаризацию» собственных ценностей. Примерами таких техник могут служить методы «Портрет моих ценностей» (приложение 5) и метод «Моральных дилемм».

Метод «Моральных дилемм» (метод ситуативного морального выбора)¹ относится к методам морального выбора. В связи с этим он отличается эмоциональной насыщенностью и когнитивной сложностью, что делает его эффективным в отношении коррекции собственных ценностей. Центральным пунктом метода является «моральная дилемма», то есть ситуация, в которой нужно сделать выбор между двумя высокозначимыми нравственными ценностями, в данный момент взаимоисключающими друг друга. Метод предполагает создание банка моральных дилемм, связанных со спецификой выполнения задач по поддержанию общественного правопорядка и последующую их практическую проработку. Решая многочисленные дилеммы, сотрудник будет выстраивать иерархию собственных моральных ценностей. Каждый такой выбор требует последующего обсуждения или в группе сослуживцев или с психологом (приложение 6).

Методы формирования эмоционально-волевого компонента информационно-психологической устойчивости

Восприятие информации зависит от эмоционального состояния сотрудника полиции. В частности, было подчёркнуто, что негативное информационно-психологическое воздействие на сотрудника будет существенно эффективнее, если он будет выведен из эмоционального равновесия («чем больше эмоций — тем меньше мышления!»). Субъекты такого воздействия будут предпринимать специальные попытки, чтобы вызвать у сотрудника сильные эмоции. В данном случае поддержание спокойного эмоционального фона будет важным условием информационно психологической устойчивости сотрудника. Сохранению оптимального эмоционально-волевого состояния помогут методы «Визуализация» и «Корсет уверенности» (приложения 7 и 8). Суть этих методов состоит в том, что сотрудник учится мысленно проигрывать свои успешные действия и взаимодействие с различными категориями граждан в сложных служебных ситуациях, представляет себя уверенным и ресурсным в решении стоящих перед ним задач. Физиологическая система человека устроена так, что она не отличает реальные действия от мысленных представлений об этих действиях и в обоих случаях осуществляет их одинаковое физиологическое сопровождение. Таким образом, проигрывая различные ситуации в уме, можно подготовить себя к действиям в реальных условиях служебной деятельности.

Как показывает опыт спецподразделений, повышению эмоционального настроения сотрудников перед выполнением оперативно-служебных задач способствует выполнение групповых ритуальных действий, символизирующих и актуализирующих моральное и психологическое единство подразделения, авторитет и безусловно доверие к командиру (групповые речёвки, лозунги, ритмичные совместные движения и т. д.).

¹ Психология служебной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Психология служебной деятельности» / В. Л. Цветков, А. Г. Караяни, И. О. Котенев [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2019. С. 131.

Методы формирования поведенческого компонента информационно-психологической устойчивости

Развитие поведенческого компонента информационно-психологической устойчивости направляется на обеспечение его последовательности, логичности и решительности, неподвластности манипуляционным воздействиям. Оно осуществляется посредством создания у сотрудников ситуативно-алгоритмических схем поведения в типичных и прогнозируемых ситуациях негативного информационно-психологического воздействия. Для решения этой задачи подходят методы «Моделирование поведения», «Антиманипулятор» и «Видеотренинг».

Метод «Моделирование поведения» предполагает решение следующих этапных задач:

- 1) создание банка данных о методах и формах информационно-психологического воздействия оппонентов на сотрудников в процессе выполнения ими оперативно-служебных задач, о правовом, тактическом и психологическом обосновании эффективных схем превентивных и ответных действий сотрудников;

- 2) построение на основе этого банка психологических моделей ситуаций профессиональной деятельности (по преобладающим методам негативного информационно-психологического воздействия);

- 3) создание под эти модели конкретных методических форм, объективирующих психологические модели таких ситуаций;

- 4) тренировка сотрудников по выполнению профессиональных обязанностей в смоделированных ситуациях с учётом правовых, нравственных и психологических требований.

Отобранные ситуации отрабатываются комплексно, начиная с визуальной диагностики оппонента, прогнозирования его возможного поведения, приёмов информационно-психологических провокаций и принятия и реализации решения по способу взаимодействия с оппонентом.

Практическая отработка ситуаций может осуществляться следующими способами:

- 1) выполнение кейс-заданий с последующим групповым обсуждением принятых сотрудниками решений;

- 2) индивидуальное и групповое разыгрывание ситуаций информационно-психологического воздействия с назначением соответствующих ролей и присвоением каждой форме реагирования на ситуацию «яркого» и запоминающегося названия;

- 3) проведение словесно-образной психорегулирующей тренировки по конкретным профессиональным ситуациям, связанным с информационно-психологическим воздействием.

В результате таких занятий у каждого сотрудника должны быть сформированы прочные навыки действий в условиях оскорблений, угроз, агрессивного поведения со стороны провокаторов.

В развитие этого метода могут использоваться методы «Антиманипулятор» и «Видеотренинг».

Метод «Антиманипулятор» состоит в том, чтобы выработать у сотрудников навыки сохранения самообладания, критического мышления и эффективных действий в условиях провокационно-агрессивного поведения оппонентов в процессе выполнения оперативно-служебных задач. Метод реализуется по следующей схеме. Один сотрудник выполняет роль полицейского, ещё один или несколько сотрудников

изображают агрессивно настроенных оппонентов. Последние оскорбляют полицейского, используя нецензурную лексику и оскорбительные жесты, угрожают ему, призывают прекратить выполнение служебных обязанностей, пытаются вывести его из эмоционального равновесия.

Сотрудник, исполняющий роль полицейского, тренируется отключать естественную автоматическую реакцию (отвечать агрессией на агрессию), не поддаваться на эмоциональное давление, оставаться спокойным и рассудительным, возвышаться над ситуацией, переходить иногда в статус наблюдателя.

Для этого на каждый выпад оппонентов полицейский реагирует следующими действиями: медленно считает про себя до десяти, внимательно разглядывает оппонентов, стараясь запомнить побольше деталей в их внешнем облике, наблюдает за тем, как меняется их мимика и жестикуляция.

Такая тактика действий поможет сотруднику «выскочить» из ситуации, где на него пытаются оказать воздействие, и перейти в позицию исследователя, аналитика. Она даёт время на анализ ситуации и обдумывание тактики дальнейшего поведения, а также побуждает оппонентов успокоиться.

Метод «Видеотренинг» предназначен для психологической подготовки сотрудников к осуществлению оперативно-служебной деятельности в условиях юридически грамотного провокационного информационно-психологического противодействия со стороны оппонентов. Метод реализуется по следующим этапам.

На первом этапе сотрудники просматривают видеозапись с реальным противодействием со стороны оппонентов деятельности сотрудников. На втором этапе они анализируют поведение сотрудника и оппонентов с юридической, тактической и психологической точек зрения, выделяют сильные и слабые стороны позиций сторон. На третьем этапе разрабатывается схема оптимальных действий сотрудника в подобных ситуациях. На четвёртом этапе участники мысленно или реально проигрывают свои действия в аналогичной ситуации с учётом выработанных рекомендаций.

Известным специалистом в области информационно-психологической безопасности Г. В. Грачёвым были разработаны *приёмы защитного поведения* в ситуации негативного информационно-психологического воздействия (манипуляции) со стороны партнёра. Эти приёмы предназначены для действий в трёх типах коммуникативных ситуаций — межличностные (воздействие личности на личность), контактно-коммуникационные (воздействие на личность при проведении собраний, митингов, различных зрелищных мероприятий), масс-коммуникационные (воздействие на личность средств массовой информации). В их основе лежат исходные базовые защитные установки человека, трансформированные в следующие формы защиты личности с соответствующим изменением их содержания: уход, изгнание (вытеснение), блокирование (блокировка, преграда, ограждение), управление (манипулирование), затаивание (замирание, маскировка), игнорирование¹.

Безусловно, не все эти рекомендации могут быть реализованы в деятельности сотрудника полиции, но их знание интересно, в том числе с точки зрения интерпретации защитного поведения партнёра (оппонента) по коммуникации. Рассмотрим эти поведенческие защитные формы.

1. Уход — увеличение дистанции, прерывание контакта, выход за пределы досягаемости воздействия. Проявлениями этого вида защиты являются:

¹ Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. – М., 1998. С. 55.

а) в межличностных ситуациях — смена темы беседы (на более безопасную), нежелание обострять отношения (обход «скользких тем», «острых углов»), стремление уклониться от встреч с тем, кто является источником неприятных переживаний (отказ, перенос, уклонение от встреч); избегание травмирующих ситуаций, под различными предлогами прерывание встреч, бесед и т. п. Крайним выражением данной тенденции может стать полная замкнутость, отчуждённость, отказ от контактов с людьми.

б) в контакт-коммуникационных ситуациях — уход под различными предлогами (для себя и окружающих) с митингов, собраний, различных зрелищных мероприятий и т. п. или различные формы отказа от участия и присутствия на подобных мероприятиях;

в) в масс-коммуникационных ситуациях — отключение от определённых каналов средств массовой информации, от просмотра конкретных теле- и радиопрограмм, отказ от чтения некоторых газет, статей, рубрик и т. п.

2. Изгнание (вытеснение) — увеличение дистанции, удаление, вытеснение источника воздействия.

а) в межличностных ситуациях — удаление из мест проживания, работы, отдыха (из среды обитания); изгнание из дома (смягчённая форма — «видеть тебя не хочу»; «уйди, чтобы я тебя не видел»; «уйди с глаз долой» и т. п.), отослать куда-то под определённым предлогом (перевод, увольнение с работы и т. п.); уничижение как трансформация уничтожения в духовную форму в виде осуждения, насмешек, колкостей, унижения и т. п. (т. е. частичное уничтожение какой-либо части другого — черт характера, привычек, поступков, намерений, склонностей и т. д.); оскорбление и провозглашение конфликта, ссоры, обиды, что вынуждает источник воздействия прервать контакт, разорвать отношения, уйти и таким образом увеличить дистанцию. Крайними формами здесь могут выступать конфликты, приводящие к физическому воздействию, например, путём драки, и, как предельное выражение, уничтожение источника воздействия;

б) в контакт-коммуникационных ситуациях — «захлопывание» выступающих, их прерывание, насмешки, реплики, оскорбления, свист и другие демонстрационные действия, и помехи, вынуждающие коммуникатора прервать контакт и удалиться. Эти способы могут трансформироваться в такие формы, как забрасывание различными предметами и другие виды физического воздействия. (Это особенно характерно для некоторых категорий участников зрелищных мероприятий и спортивных болельщиков: они могут выскакивать на сцену, на игровое поле, пытаться физически воздействовать на артистов, игроков и спортивных судей.);

в) в масс-коммуникационных ситуациях — мягкие формы аналогичны, как и в случае «ухода», и представляют собой отключение от каналов информации. В предельном выражении могут трансформироваться в попытки физического уничтожения источника коммуникации. (В качестве примера может служить нападение в Москве на телецентр «Останкино» во время событий октября 1993 г.).

3. Блокировка (ограждение, преграда) — контроль воздействия, достигающего субъекта защиты, выставление преград, ограждение психики от внешнего воздействия:

а) в межличностных ситуациях — отчуждённость (официальность, ведение беседы с использованием физических разделительных преград, например, через стол, увеличение межличностного пространства), различные психологические барьеры (недоверие, насторожённость, враждебность), смысловые и семантические («я вас плохо

понимаю», «мне трудно понять, в чем суть...» и т. п.), ролевые («я на работе», «при исполнении служебных обязанностей», «мне сейчас некогда, занят, не сейчас, потом...» и т. п.), принижение источника воздействия («непрофессионал», «слабый специалист», «несерьёзный», «безответственный», «пройдоха», «все это и так известно», «в этом нет ничего нового», «не понимает сложности ситуации», «несёт чушь, бред, галиматью», «делает всё, только чтобы выделиться», «гребёт под себя») и т. п.;

б) в контакт-коммуникационных ситуациях — повышение негативизма, критичности, эмоциональная отчуждённость, также используются психологические барьеры, принижение источника (внутреннее осмеяние, развенчание авторитета и т. п.), невнимательность (отвлечение и переключение внимания на другие объекты, не связанные с содержанием воздействия) и т. д.;

в) в масс-коммуникационных ситуациях — аналогично предыдущему пункту «б».

4. Управление — контроль за процессом воздействия, влияние на его характеристики и источник (воздействия):

а) в межличностных ситуациях — демонстрация угрозы (опасности); «подкуп» и стремление «умилостивить»; стать другом, членом одной общности («своих не бьют»); стремление разжалобить (плач, жалобы, ноющие интонации, вздохи, несчастный вид); ослабить или дестабилизировать активность (неожиданным отвлечением и т. п.); спровоцировать желаемое поведение (в том числе различные приёмы межличностных манипуляций как способ защиты). Предельное выражение — психологическое и физическое подчинение другого, помыкание им (например, в тоталитарных религиозных сектах, некоторых асоциальных группировках с криминальным лидером и т. п.);

б) в контакт-коммуникационных ситуациях — возможности управления очень слабые. В некоторых ситуациях возможно использование обратной связи как способа управления (например, в зрелищных мероприятиях выражение реакции на выступление с помощью аплодисментов, вызова на бис, различные проявления неодобрения, недовольства выступающими и т. п.);

в) в масс-коммуникационных ситуациях — управление практически невозможно. В некоторых ситуациях за счёт использования обратной связи как способа управления может достигаться определённый управляющий эффект (изменения рейтинга популярности определённых каналов телевидения, сокращения или увеличения покупаемости периодических изданий и т. п.).

5. Затаивание (маскировка) — контроль информации о самом субъекте защиты, её искажение, сокрытие или сокращение подачи:

а) в межличностных ситуациях — маскировка, обман, сокрытие чувств, проявлений эмоций, задержка или отказ от действий, чтобы не проявлять себя (не навлекать беду);

б) в контакт-коммуникационных ситуациях — маскировка, сокрытие чувств, проявлений эмоций, задержка или отказ от действий (особенно при нахождении в толпе, чтобы не поддаться «эффекту толпы», психическому заражению и не совершить поступков, о которых потом можно будет сожалеть);

в) в масс-коммуникационных ситуациях — отсрочка реакций, поспешных выводов и оценок, задержка или отказ от действий и поступков, вызываемых информационным воздействием (для последующего рационального и взвешенного анализа с привлечением дополнительных данных).

6. Игнорирование — контроль информации об источнике воздействия, наличии или характере угрозы (опасности); ограничение количества такой информации или её искажённое восприятие¹.

Важно понимать, что использование некоторых из описанных выше форм защиты целесообразно и оправданно, если сама информация и её распространение случатся способом манипулирования личностью, или когда остальные формы защиты по каким-либо причинам не задействуются, а психика нуждается в ограждении от чрезмерного травмирования эмоциональными факторами, вызываемыми внешней информацией.

Методы формирования регулятивного компонента информационно-психологической устойчивости

Выше неоднократно подчёркивалось, что сотрудник органов внутренних дел, как и любой человек, становится наиболее уязвимым перед негативным информационно-психологическим воздействием тогда, когда он утрачивает контроль над своим эмоционально-волевым состоянием. Именно этого от него ждут субъекты негативно-информационно-психологического воздействия. Поэтому важнейшей составляющей информационно-психологической устойчивости сотрудника является его способность управлять своим психическим состоянием. Обучение сотрудников приёмам психической саморегуляции имеет целью сформировать у них навыки эмоционально-волевой мобилизации и психической релаксации, необходимые для создания волевого напряжения при переживании апатии и снятия неактуального психического напряжения при неблагоприятном внешнем воздействии.

Человек может управлять своими эмоциями и действиями, поступать разумно вопреки различным влияниям и внутренним искушениям, так как наделён волей и сознанием, что делает его сильным и способным преодолевать различные препятствия и трудности. Он регулирует своё состояние в значительных пределах с помощью слов, мысленных образов, изменения мышечного тонуса и дыхания и другими способами². Результаты саморегуляции — это успокоение, восстановление и активизация. Сотрудник, надёжно усвоивший методы психической саморегуляции, будет меньше подвержен негативному информационно-психологическому воздействию и способен сохранять хладнокровие при взаимодействии с различными категориями граждан в экстремальных условиях.

В процессе психологической подготовки с сотрудниками в форме психофизического тренинга целесообразно изучить психофизиологические особенности функционирования человеческого организма при выполнении оперативно-служебных задач в обычных и экстремальных условиях, а также психофизиологические особенности приёмов повышения (например, приёмы «мобилизующее дыхание», «молевое дыхание» и др.) или понижения (например, приёмы «мефлукторное расслабление», «миафрагменное дыхание» и др.) уровня психофизиологической мобилизованности.

Важно, чтобы сотрудники чётко уяснили, что для повышения и понижения эмоционального тонуса необходимо использовать разные приёмы³. Для качественной

¹ Грачёв Г. В. Указ. соч. С. 55–57.

² Гримак Л. П. Общение с собой: начала психологии активности. – М., 1991. – 320 с.; Караяни А. Г. Приёмы психической саморегуляции для телохранителей: практическое пособие. – М., 1992. – 31 с.

³ Караяни А. Г., Утлик Э. П. Саморегуляция функциональных состояний в боевой обстановке // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2018. – №3(74). С. 5–9; Караяни

отработки этих задач целесообразно использовать аппаратно-программные комплексы с обратной биологической связью.

Таким образом, можно говорить о том, что формирование информационно-психологической устойчивости личности, как и её безопасности в целом, является развитием её ценностно-смысловой сферы и критического мышления, которое всецело и целиком основывается на мировоззрении человека. Кроме того, информационная культура личности может стать одним из краеугольных камней в формировании информационной безопасности личности, так как она является подсистемой личности, которая обеспечивает требуемый характер процессов её жизнедеятельности¹.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что представляет собой «моральная дилемма»? Приведите пример моральной дилеммы, связанной с оперативно-служебной деятельностью.

2. Какую роль в регуляции психоэмоционального состояния сотрудников играют групповые ритуальные действия?

3. Какие приемы использует сотрудник для сохранения самообладания в рамках метода «Антиманипулятор»?

4. Назовите шесть базовых защитных поведенческих реакций, по Г.В. Грачёву, приведите примеры.

5. Перечислите основные цели применения приемов психической саморегуляции.

6. Организуйте ролевую игру «Пресс-брифинг в условиях фейковой атаки».

Группа курсантов, используя актуальные примеры из российской и международной практики, разрабатывает и разыгрывает ситуацию, по которой в СМИ и соцсетях распространяется ложная информация о действиях сотрудников полиции.

Роли разыгрывающих ситуацию:

- сотрудник(и) полиции;
- правонарушитель(и);
- блогер(ы), сформировавшие и распространяющие фейк.

Роли участников ролевой игры:

- представитель пресс-службы МВД;
- журналисты (подготовившие провокационные вопросы);
- эксперты по информационной безопасности.

Цель: продемонстрировать навыки анализа фейковой информации, оперативного реагирования, опровержения фейков и управления общественным мнением.

Задания для самостоятельной работы

1. Внимательно прочитайте один из предложенных текстов и проведите его критический анализ в соответствии со следующим алгоритмом:

А. Г. Психология боевого стресса и стресс-менеджмента: учебное пособие. 2-е изд. – М., 2020. – 145 с.

¹ Костюк А. В., Примакин А. И. Информационно-психологическая безопасность личности: проблемы и подходы // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2018. – № 3 (79). – С. 230.

1) Оцените тему представленного текста:

- обозначьте актуальность;
- определите, на какую возрастную аудиторию ориентирован материал;
- определите цель написанного материала, полноту и логичность его раскрытия;
- по возможности уточните источник опубликованного материала.

2) Проанализируйте содержание информации:

- выделите факты, мнения, суждения;
- оцените достоверность представленных фактов, перепроверя информацию в других источниках, соответствие общепринятым фактам и знаниям.

3) Интерпретируйте информацию:

- выделите основные факты и выводы;
- сформулируйте собственное мнение на основе проделанного анализа.

Текст № 1.

«В 2024 году в ходе мониторинга СМИ и сети Интернет сотрудниками полиции УВД по ЮВАО ГУ МВД России по г. Москвы в одном из телеграм-каналов была выявлена публикация, в которой на видео две девушки и молодой человек в форме сотрудников полиции ведут себя вызывающе и выражаются нецензурной бранью.

Сотрудниками ЦПЭ УВД по ЮВАО личности граждан, участвовавших в видеоролике, были оперативно установлены. Они не являются сотрудниками органов внутренних дел. Работая в массовке на съемках фильма и исполняя роль полицейских, они сняли видеозапись и опубликовали ее в своих аккаунтах в социальных сетях.

В результате проведенных мероприятий сотрудниками полиции задержаны две девушки. В отношении них составлены протоколы об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 20.1 КоАП РФ «Мелкое хулиганство» и назначено наказание в виде административного штрафа. Также в отношении них составлены административные материалы по ч. 1 ст. 17.12. «Незаконное ношение форменной одежды со знаками различия, с символикой государственных военизированных организаций, правоохранительных или контролирующих органов», которые направлены в суд для рассмотрения по существу.

Полицейские устанавливают местонахождение третьего нарушителя»¹.

Текст № 2.

В исследовании² мы решили выявить наиболее распространенные причины дискредитации сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации на платформе видеохостинга «Тик Ток», где была выявлена наибольшая концентрация фейковых новостей по теме митингов 23 января 2021 г.

Согласно экспресс-анализу фейковых новостей, проведенному Комитетом Государственной Думы Российской Федерации по информационной политике, информационным технологиям и связи по теме митингов 23 января 2021 года в ТОП 10 фейковых новостей вошли следующие публикации:

¹ Официальный сайт внутригородского муниципального образования – муниципального округа Нижегородский в городе Москве. URL: <https://www.mun-nizh.ru/vazhnaya-informatsiya/pravoporyadok-i-bezopasnost/uvd-yuvao-informiruet/privlechenie-k-otvetstvennosti-grazhdan-uchastvovavshih-v-videorolike-diskreditiruyuschem-sotrudnikov-organov-vnutrennih-del/> (дата обращения 26.10.2025).

² Иванова Р.Ю. Социально-психологическое воздействие фейковых публикаций, дискредитирующих органы внутренних дел Российской Федерации, в ходе митингов 23 января 2021 года на формирование имиджа МВД России // Прикладная психология и педагогика. Том 6, № 2. 2021. С. 233–242.

– фейк о разрешении полиции применять огнестрельное оружие в отношении митингующих (фейки представлены в формате видео, в котором автор сообщает новость, о том, что «полицейским разрешили стрелять по толпе». В части публикаций фоновым звуком пускается новостное сообщение о законопроекте по расширению полномочий полиции, который был рассмотрен Госдумой в первом чтении в декабре 2020 года);

– фейк об отключении интернета в связи с митингами 23 января (в фейковых сообщениях распространяется информация об отключении интернета по всей стране, а также приводятся сообщения якобы от представителей властей о том, что подобные меры будут приниматься в зависимости от развития ситуации);

– фейк, в котором президент России В. В. Путин вышел к митингующим (фейк представлен видео, в котором старые видеозаписи с участием президента выдаются за новые от 23.01 в которых, президент якобы вышел к митингующим);

– фейк с выдачей кадров митингов прошлых лет за митинги 23 января (в этой группе фейков выдаются кадры с митингов прошлых лет, а также митингов, проходивших в других странах);

– фейк о смерти активистов на митингах 23 января (фейки представлены несколькими видео с надписями о погибших активистах на митингах 23.01);

– фейк о поджоге Кремля протестующими (фейк представлен видео с кремлевской стеной, за которой с помощью визуальных эффектов добавлен огонь);

– фейк, в котором оказание ОМОНОм первой помощи протестующим выдается за избиение (фейк представлен видео, в котором сотрудник ОМОН пытается оказать первую помощь участнику митинга с приступом эпилепсии. Автор выдает это за видео последствий избиения активиста сотрудниками правопорядка);

– фейки об использовании военных для подавления протеста (фейки представляют собой видео, на которых колонны военных передвигаются по городу);

– фейки о миллионах протестующих в Москве;

– фейки о поддержке митингов 23 января людьми в форме (данные фейки представлены в виде видео, на котором лица, в форме правоохранительных органов срывают шевроны и высказываются в поддержку митингов 23 января).

Полученные данные представлены в статистической обработке в таблице.

Статистический анализ фейковых новостей

<i>№</i>	<i>Единицы анализа</i>	<i>Частота распространения информации, абсолютная, кол-во</i>	<i>Частота распространения информации, относительная, %</i>
1	Фейки о сотрудниках полиции	3	30%
2	Фейки в отношении иных органов государственной власти	2	20%
3	Фейки о текущей обстановке на митингах	2	20%
4	Фейки о мерах, принимаемых властью в отношении митингующих	2	20%
5	Фейки о распространении информации с митингов прошлых лет	1	10%
	ИТОГО:	10	100 %

Рассмотрев все единицы изучения выборки публикаций на платформе видеохостинга «Тик Ток» по теме митингов 23 января, можно прийти к следующему выводу: фейковые новости, дискредитирующие деятельность сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации, получили наиболее частое распространение в период митингов 23 января.

По результатам исследования, в ходе анализа содержания данных публикаций и официальных опровержений сведений, указанных в них, опубликованных МВД России, можно предположить, что одной из главных причин дискредитации в отношении сотрудников органов внутренних дел в период митингов 23 января является общее компрометирование органов внутренних дел Российской Федерации, ведущееся субъектами медиапространства, преследующими всевозможные личностные мотивы: самопиар, извлечение прибыли путем повышения рейтинга в медиапространстве, а также трансляция общего недовольства государственной политикой Российской Федерации.

Выводы

Согласно результатам опросов, опубликованных на официальном сайте МВД России за 2020 год, более всего на представления о сотрудниках полиции и работе органов внутренних дел повлияли: 36% — личный опыт и 44% — источники в медиапространстве (в том числе информация в социальных сетях). На вопрос, из каких источников в медиапространстве граждане Российской Федерации узнают о деятельности органов внутренних дел Российской Федерации 74% респондентов ответили, что из сети Интернет (телевидение – 24 %, печатные СМИ – 6%, социальные сети – 20%).

С учетом проведенного нами исследования, учитывая что в настоящее время 74% населения узнают о деятельности сотрудников органов внутренних дел из сети Интернет, можно сделать вывод о том, что это способствует мгновенному распространению дискредитирующей информации по территории не только одного субъекта Российской Федерации, а в масштабах всей страны, получая при этом более значительное число потенциальных потребителей.

Таким образом, наиболее негативными последствиями дискредитации сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации в сети Интернет являются мгновенное распространение не соответствующих действительности сведений о деятельности органов внутренних дел Российской Федерации, широкий охват распространения таких сведений, что усугубляет негативное влияние на общественное мнение об органах внутренних дел Российской Федерации, подрывая общий имидж МВД России, в связи с чем просматривается тенденция к ухудшению образа сотрудника полиции в общественном мнении.

2. Найдите в СМИ примеры когнитивного диссонанса через манипуляцию и проанализируйте их по следующей схеме:

- 1) Какой когнитивный диссонанс создается?
- 2) Какая манипулятивная стратегия используется?
- 3) Как жертва может снизить диссонанс (здоровым способом)?

Пример анализа: «Вместо того чтобы мирным гражданам дать возможность выразить гражданскую позицию, силовики бьют дубинками тех, кого должны защищать».

✓ Диссонанс: между восприятием полиции как защитника и как источника угрозы.

✓ Стратегия: подмена понятий, обобщение;

✓ Стратегия разрешения когнитивного диссонанса: разделить обобщающие понятия, проанализировать ситуацию с точки зрения правовых полномочий полиции, необходимости их применения.

2. Подберите и проанализируйте утверждения на основе предложенных вопросов:

1) Есть ли доказательства? Определите тип обоснования (статистика, личный опыт, научное исследование, общее мнение и др.).

2) Кто автор утверждения? Есть ли у него конфликт интересов? (Например, реклама или политическая ангажированность.)

3) Есть ли логические ошибки? Есть ли факты? (Например: подмена причин и следствий («После этого — значит, вследствие этого»); чрезмерные обобщения («Все знают, что...»); аргумент к авторитету («Профессор сказал — значит, правда»)).

4) Можно ли проверить информацию? Есть ли ссылки на первоисточники?

5) Есть ли альтернативные исследования или мнения? Какие контраргументы приводят скептики?

3. Заполните таблицу, проанализировав утверждение: «Недоверие к полиции формируется под влиянием негативного стереотипа в общественном сознании».

4. Какие аргументы и доказательства со стороны каждого источника являются наиболее убедительными и почему?

<i>Критерий</i>	<i>Источник 1 Официальные данные</i>	<i>Источник 2 Научные публикации</i>	<i>Источник 3 Альтернативные СМИ</i>
Основной тезис			
Доказательства			
Возможная предвзятость			

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сотрудники полиции находятся на передовой взаимодействия с обществом и часто становятся мишенью для целенаправленного негативного информационно-психологического воздействия. Его цели — деморализация личного состава, подрыв доверия к руководству и государству в целом, провокация неправомерных действий для последующей дискредитации всей системы. Противодействие этому требует целостной системы мер, направленных на формирование устойчивости на индивидуальном, групповом и институциональном уровнях.

Проблема негативного информационно-психологического воздействия на сотрудников органов внутренних дел не нова, однако в современных условиях приобретает масштабный и систематический характер. Активное развитие и применение деструктивными субъектами изощренных способов и форм такого воздействия создает прямую угрозу эффективности правоохранительной деятельности. В этой связи организация комплексной защиты личного состава от негативного информационного воздействия становится не просто актуальной задачей, а объективной необходимостью.

Технологии защиты сотрудников правоохранительных органов от негативного информационно-психологического воздействия не сводятся лишь к техническим средствам или разовым мероприятиям. Это — непрерывный процесс, целенаправленно выстраиваемая среда, которая реализуется системно, на трех взаимосвязанных уровнях: социальном, коллективном и индивидуальном.

Можно выделить два типа мер защиты от недостоверной информации. Один ориентирован на внешние по отношению к сотруднику факторы и включает в себя комплекс информационных, правовых и организационных мер. Второй ориентирован на внутренние ресурсы личности и имеет своей целью формирование высокой степени невосприимчивости к деструктивному влиянию, то есть развитие информационно-психологической устойчивости.

Все меры можно структурировать по пяти ключевым направлениям: организационно-управленческие и нормативные, информационно-аналитические, психологические и воспитательные, технические и технологические, профессионально-оперативные.

1. Организационно-управленческие и нормативные меры создают правовой и структурный фундамент для защиты личного состава. Они включают: создание официальных инструкций и алгоритмов действий для сотрудников при столкновении с информационными провокациями, кампаниями по дискредитации в СМИ и социальных сетях; определение четких правил работы со СМИ и соцсетями; определение круга лиц, уполномоченных давать публичные комментарии; разработку правил ведения личных социальных сетей (с акцентом на недопустимость разглашения служебной информации, оскорбительных высказываний и т. д.); обеспечение оперативной юридической поддержки сотрудников, ставших жертвами клеветы или сфальсифицированных обвинений в сети.

2. Информационно-аналитические меры, направленные на мониторинг и анализ угроз в информационном пространстве, обеспечивают создание системы мониторинга информационного поля. При этом специализированные подразделения должны отслеживать: нарративы, направленные на дискредитацию полиции; фейковые новости о конкретных сотрудниках или подразделениях; кампании по травле в социальных сетях. Необходимо оперативное и достоверное информирование личного состава о выявленных информационных атаках, разъяснение их целей и механизмов. Это лишает противника элемента неожиданности и снижает дезориентирующий эффект. Публикация проверенной информации, официальных заявлений, видео- и фотодоказательств для разоблачения фейков является эффективным средством работы на опережение и контрпропаганды. При этом важно не просто отрицать ложь, а предлагать убедительную альтернативную картину событий, основанную на проверенных и верифицируемых фактах.

3. Технические и технологические меры направлены прежде всего на обеспечение кибербезопасности, защиту служебных информационных систем, баз данных, личных дел сотрудников от взлома и утечек; использование средств криптографии и защищенной связи для

предотвращения перехвата служебных переговоров и их последующей манипулятивной редакции; широкое использование нательных видеорегистраторов, которые являются объективным свидетелем и мощным инструментом для опровержения ложных обвинений.

4. Профессионально-оперативные меры включают в курс боевой подготовки сценарии, связанные с информационными провокациями (например, как действовать, когда тебя провоцируют на агрессию при одновременной съемке на камеру); отработка коммуникативных навыков; обучение тому, как корректно и профессионально общаться с гражданами в конфликтных ситуациях, чтобы минимизировать поводы для последующей негативной информационной кампании; регулярную работу представителей полиции в социальных сетях для формирования позитивного образа сотрудника, что создает «кредит доверия» со стороны населения.

5. Психологические и воспитательные меры направлены на формирование личной устойчивости сотрудника и являются ключевым блоком системы противодействия недостоверной информации. Они включают: специализированную психологическую подготовку по изучению приемов манипулятивного воздействия; развитие навыков анализа информации, проверки источников, выявления противоречий и признаков фейка; обучение техникам саморегуляции и эмоционального контроля в условиях информационного давления и провокаций, формирование корпоративной идентичности и позитивного имиджа службы; разъяснение ценностей и миссии органов внутренних дел, укрепление чувства долга, профессиональной гордости и товарищества. А также обеспечение доступной и, что важно, конфиденциальной помощи штатных психологов сотрудникам, подвергшимся интенсивному психологическому давлению.

Технологии, нацеленные на укрепление информационно-психологической устойчивости, обеспечивают развитие способности эффективно противостоять негативному информационно-психологическому воздействию, сохраняя адекватность образа мира, моральных и духовных ценностей, мотивов и социальных установок, последовательности поведения и целостность личностной идентичности.

Для достижения этой цели применяется комплексный подход, направленный на оптимизацию каждого из её структурных компонентов — когнитивного, мотивационно-ценностного, эмоционально-волевого, поведенческого и регулятивного.

Таким образом, обеспечение информационно-психологической защиты личного состава представляет собой сложную системную работу руководителей, специалистов по работе с личным составом и самих сотрудников, направленную на создание такой среды, которая упорядочивает работу с информацией, побуждает быть бдительными, критически мыслящими и руководствоваться критериями служебного долга, духовными и нравственными ценностями.

Дальнейшее развитие данной области видится в углублённом изучении механизмов негативного информационно-психологического воздействия, разработке методик защиты к стремительно эволюционирующим угрозам эпохи.

Эффективное противодействие негативному информационно-психологическому воздействию на сотрудников полиции — это не набор разрозненных действий, а единая, постоянно действующая система, интегрированная во все аспекты служебной деятельности. Её ядром является не запрет и не изоляция, а формирование у личного состава информационного иммунитета — способности самостоятельно, критически оценивать информацию, противостоять манипуляциям и сохранять профессиональную дееспособность в любых условиях. Это ключевой фактор обеспечения не только оперативной эффективности, но и психического здоровья сотрудников, а в конечном счете — репутации и авторитета всей правоохранительной системы государства.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные правовые акты¹

1. Конституция Российской Федерации.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.
3. Федеральный закон от 08.08.2024 № 216-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».
4. Федеральный закон от 30.12.2020 № 525-ФЗ «О внесении изменения в статью 330.1 Уголовного кодекса Российской Федерации».
5. Федеральный закон от 30.12.2020 № 481-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия угрозам национальной безопасности».
6. Федеральный закон от 30.11.2011 № 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
7. Федеральный закон от 20.07.2012 № 121-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента».
8. Федеральный закон от 07.02.2011 № 3-ФЗ «О полиции».
9. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
10. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ.
11. Указ Президента РФ от 17.05.2023 № 358 «О Стратегии комплексной безопасности детей в Российской Федерации на период до 2030 года».
12. Указ Президента РФ от 31.03.2023 № 229 «Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации».
13. Указ Президента РФ от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».
14. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».
15. Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации».
16. Распоряжение Правительства РФ от 22.12.2022 N 4088-р «Об утверждении Концепции формирования и развития культуры информационной безопасности граждан Российской Федерации».
17. Приказ МВД России от 25.08.2024 № 500 «Об утверждении Положения о порядке организации морально-психологического обеспечения деятельности органов внутренних дел Российской Федерации».
18. Приказ МВД России от 26.06.2020 № 460 «Об утверждении Кодекса этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации».

¹ Все нормативные правовые акты приводятся в соответствии с данными официального интернет-портала правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 25.05.2025).

Л и т е р а т у р а

Основная:

1. Караяни А. Г. [и др.]. Технологии защиты сотрудников органов внутренних дел от негативного информационно-психологического воздействия: монография. – Санкт-Петербург: СПбУ, 2021. – 152 с.
2. Мантуров О. С. Обеспечение защиты личного состава от негативного информационно-психологического воздействия: монография. – Екатеринбург: УрЮИ, 2022. – 117 с.
3. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. 3-е изд. – Москва: АСТ, Прайм, 2017. – 382 с.
4. Психология воздействия. Информационно-психологическое воздействие: учебное пособие / А. В. Вашкевич, О. А. Жидкова, А. А. Рожков [и др.]. – Санкт-Петербург: СПбУ МВД России, 2022. – 147 с.
5. Иванова Т.В. [и др.]. Психология деструктивного информационно-психологического воздействия: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 37.05.02 – Психология служебной деятельности. – Санкт-Петербург: СПбУ ГПС МЧС России, 2024. – 151 с.

Дополнительная:

1. Грачёв Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Алгоритм, 2002. – 284 с.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – Москва: ЧеРо : Юрайт, 2000. – 342 с.
3. Караяни А. Г. Психология боевого стресса и стресс-менеджмента: учебное пособие. 2-е изд. – Москва: Юрайт, 2020. – 145 с.
4. Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – Санкт-Петербург: «Питер Пресс», 2007. – 112 с.
5. Лайнбарджер П. Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания / пер. с англ. Е. В. Ламановой. – Москва: ЗАО Центрполиграф, 2014. – 445 с.
6. Макаренко С.И. Информационное противоборство и радиоэлектронная борьба в сетевых войнах начала XXI века. – Санкт-Петербург: Научные технологии, 2017. – 546 с.
7. Мерзлякова Е. Л. АнтиЛох: не дайте себя провести. – СПб.: БХВ-Петербург, 2012. – 368 с.
8. Психология служебной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Психология служебной деятельности» / В. Л. Цветков, А. Г. Караяни, И. О. Котенев [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2019. – 351 с.
9. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. 3-е изд. – Москва: АСТ, Прайм, 2017. – 382 с.
10. Ситников В.Л. Социально-перцептивные образы в массовом сознании: монография. – СПб.: Изд-во СПб ун-та МВД России, 2023. – 160 с.

Тест «Внушаемость» (Е. Мерзляковой)¹

Тест на определение степени внушаемости Е. Мерзляковой, являющийся модификацией одноименного теста С. В. Клаучека и В. В. Деларю.

Кроме изменений в локализации тестовых заданий Е. Мерзлякова внесла упрощение в обработку результатов, в связи с чем и выбран именно этот тест.

Инструкция: внимательно прочитайте утверждения теста и на каждое утверждение ответьте «да» или «нет». Ответы внесите в строки бланка ответов с соответствующими номерами.

Утверждения:

1. Верите ли Вы в приметы, сверхъестественные явления?
2. Вас никак нельзя считать доверчивым человеком.
3. Вы стремитесь, чтобы Ваше мнение совпало с мнением большинства окружающих.
4. Часто ли Вы бываете нетерпимы к чужому мнению?
5. Вашим друзьям и знакомым не составляет труда что-либо Вам внушить.
6. Всегда находится немало людей, которые прислушиваются к Вашему мнению и признают ваш авторитет.
7. Вы прислушиваетесь к наставлениям и советам, особенно если они касаются вашего здоровья.
8. Вы умеете настоять на своём и часто этим пользуетесь.
9. Когда при Вас кто-нибудь зевает, вам тоже нередко хочется зевнуть.
10. Все Ваши привычки хороши и желательны.
11. Вы впечатлительный человек.
12. В детстве Вас считали упрямым ребёнком.
13. Бывает, что во время грустной сцены в кино или телефильме Вы не можете сдержать слез.
14. Вам нередко говорят, что Ваши слова или поступки (например, выступления на собраниях) оказывают сильное воздействие на других людей.
15. Вам очень нравилось (нравится) участвовать в художественной самодеятельности.
16. Вам нравится командовать другими и у Вас это неплохо получается.
17. Бывает, Вы подолгу ходите под впечатлением, навеянным фильмом, прочитанной книгой, каким-либо разговором.
18. Вы довольно общительный человек и легко сближаетесь с незнакомыми людьми.

¹ Профилактика экстремизма и воспитание толерантности в молодёжной среде: Информационно-методический сборник. Иркутск, 2018. С. 9–12; Мерзлякова Е. Л. АнтиЛох: не дайте себя провести. – СПб7: БХВ-Петербург, 2012 – 59 С.

19. Узнав о признаках какой-либо болезни из книг, передач или от больных знакомых людей, Вы нередко обнаруживаете у себя что-то подобное.

20. Даже если Вы не опасаетесь проверки, то всегда платите за проезд, провоз багажа на транспорте

Бланк ответов:

№№ вопросов и ответы на них	№№ вопросов и ответы на них
1	2
3	4
5	6
7	8
9	10
11	12
13	14
15	16
17	18
19	20
Посчитайте в этом (левом) столбце количество ответов «да» (положительных), за каждый такой ответ поставьте 1 балл и сумму ответов запишите внизу	Посчитайте в этом (правом) столбце количество ответов «нет» (отрицательных), за каждый такой ответ поставьте 1 балл и сумму ответов запишите внизу
Посчитайте общую сумму баллов в левом и правом столбцах $\Sigma =$	

Ключ теста: Подсчитайте общее количество баллов. Если испытуемый набрал до 7 баллов — у него низкая степень внушаемости, чёткая система принципов и ценностей, он хорошо понимает, чего хочет от жизни и в чем его интересы, им трудно манипулировать. Вероятность того, что этот человек попадёт под деструктивное влияние, ничтожна мала.

По данным Е. Мерзляковой, столь низкая внушаемость статистически встречается в 10 % случаев.

Средняя внушаемость, которая присуща 80 % людей, определена диапазоном от 8 до 14 баллов. Это так называемый срединный оптимум — человек с такими значениями теста кому-то что-то внушает и сам поддаётся внушению — всё зависит от состояния человека, ситуации и его вовлеченности в ситуацию, её значимости для человека. Возможно, что в каких-то частных ситуациях такой человек кратковременно ситуационно встанет на позиции деструктивных сил, но вероятность стабильного и глубокого системного погружения в их деятельность очень мала.

Если испытуемый набрал 15 и больше баллов (высокая внушаемость) — угроза вовлечения его в деструктивную деятельность очень велика. Этот испытуемый включается в группу риска. По тем же данным исследований статистически эта группа составляет около 10 % всех людей. Профилактика негативного воздействия по отношению к этой категории людей включает контроль сфер их общения, исключение контакта с возможными представителями деструктивных сил, а также формирование личностной идентичности, уверенного поведения, критичности мышления.

Тест «Оценка суггестивности (внушаемости)»

Тест предназначен для оценки уровня суггестивности (внушаемости) испытуемого¹.

Инструкция к тесту: «Проставьте, пожалуйста, по вертикали друг под другом пять цифр — 1, 2, 3, 4 и 5 — ими обозначаются номера заданий, которые следует выполнить очень быстро, так, что не будет специального времени проставить эти номера, не будет достаточного времени и для обдумывания ответов, — важно только успеть хотя бы обозначить против номеров заданий то первое, что придёт в голову, когда эти задания прочитываются.

Повторения заданий не будет. Если Вы не успеваете понять их смысл или не успеваете ответить на очередное задание, о нем не следует переспрашивать, а необходимо постараться выполнить следующее.

Сигналом, обозначающим конец задания и предлагающим его срочно выполнить, является слово «Пора!». Следом за этим словом немедленно диктуется следующее задание.

Сосредоточьтесь на восприятии голоса психолога, представив его речь записанной на магнитофон.

Итак, внимание!»

Тестовый материал:

1. Напишите фамилию любого писателя, например «Гоголь»; вообще любого писателя ...Пора!

2. Напишите любую короткую фразу, например «лето наступило» (варианты...); вообще любую фразу ...Пора!

3. Напишите название любого предмета, например «стол»; вообще любого предмета ...Пора!

4. Изобразите любой предмет, например треугольник; вообще любой предмет ...Пора!

5. Напишите любое число, например 9; вообще любое число ...Пора!

Обработка и интерпретация результатов теста

- Если при выполнении задания воспроизводится именно тот пример, который в нем предлагается, ставится 4 балла.

- Если ответ достаточно близок по смыслу к содержанию примера – ставится 3 балла.

- Скорее далёкий, чем близкий по смыслу ответ оценивается в 2 балла;

- Совершенно не связанный с содержанием приводимого в задании примера ответ соответствует 1 баллу.

Далее подсчитывается общая сумма полученных баллов, и результат умножается на три.

Полученные оценки внушаемости связаны с характером активности человека. При этом могут быть выделены следующие диапазоны:

15 – 30 баллов — пониженная внушаемость;

31 – 45 баллов — средняя внушаемость;

46 и более баллов — повышенная внушаемость.

¹ Оценка суггестивности: Практикум по психологии личности / Елисеев О. П. – СПб., 2003. С. 224–225.

Метод «Критическое мышление»

Метод состоит в том, чтобы разъяснить сотрудникам, что каждый человек современного общества находится под постоянным давлением чужого мнения, которое часто наносит ему информационно-психологический ущерб. Это происходит из-за низкой критичности мышления людей, пассивности их поведения и избыточной эмоциональности. Критическое мышление способствует объективному взгляду на идеи, решения и поступки, позволяет определять слабые места и устанавливать правдивость фактов и предположений, опираясь на логику и причинно-следственные связи.

Негативное информационно-психологическое воздействие в подавляющем большинстве случаев — воздействие тайное, его субъект скрывает и факт воздействия, и свои мотивы. Если сотруднику удастся назвать вещи своими именами, это скорее всего нарушит планы этого субъекта. Для этого можно воспользоваться следующей схемой работы с поступающей из неизвестного источника информацией.

1. Получив информацию, которая вызвала насторожённость, беспокойство, сомнения, необходимо категоризировать её, то есть отнести её к какому-либо классу информации (пропагандистская, познавательная, рекламная, развлекательная и т. д.).

2. Если информация отнесена к категории «пропагандистская», необходимо понять, в чём её смысл и для чего она распространяется (проинформировать, изменить мнение, выработать установку к каким-либо явлениям, событиям или фактам).

3. Если в информации что-то представляется интересным (содержание или способ подачи), нужно проверить достоверность приведённых данных и используемых аргументов. Для этого бывает достаточно ввести соответствующий запрос в какой-либо интернет-поисковик. Не менее важно в случаях, когда в информации применяются обобщения (см. выше), использовать технику задавания вопросов по типу: «Действительно все...?», «Кто конкретно?», «Всегда? А когда конкретно?», «Никто? Разве никто? Кто конкретно, не...?» и т. д. Это позволит находить ошибки и намеренные искажения в рассуждениях, анализировать, какие установки и ценности пытаются с их помощью внедрить, отличать стереотипные мнения, упрощённые суждения, штампы, обобщения, различать предположения, личные мнения и факты.

4. Сверив изложенные данные с другими источниками информации, можно решить, принимать эту информацию или нет.

Сначала эту схему можно проходить, подглядывая в перечисленные пункты, затем она превратится в автоматизированное действие мышления.

Метод «Перевод»

Для того чтобы избавиться от потенциального эффекта манипулятивной информации, надо попробовать «перевести» её на свой язык, пересказать для себя все то же самое своими словами. Часто это позволяет увидеть, что в информации кроме эмоций, лозунгов и призывов ничего не содержится. Формирование системы необходимых знаний в области информационно-психологического воздействия осуществляется различными методами. Главное здесь — сформировать у сотрудников понимание тех информационно-психологических угроз, которые существуют в Интернете и действуют незаметно.

Метод «Портрет моих ценностей»

Сущность метода состоит в том, что психолог (руководитель подразделения) просит сотрудника написать в верхней части листа бумаги свои фамилию, имя и отчество. Затем разделить лист вертикальной линией на две части. В левой части написать 10 главных ценностей в его жизни, а в правой – 10 важнейших нравственных запретов для себя. После этого целесообразно обсудить с сотрудником, почему эти ценности важны для него, какую роль они играют в его жизни, как он готов защищать их и т. д. В своём лучшем варианте этот метод может быть проведён в процессе группового тренинга, чтобы сотрудники могли узнать ценности друг друга и, возможно, скорректировать свои.

Метод «Моральных дилемм» (Метод ситуативного морального выбора)

Суть метода состоит в том, что сотрудникам даётся заранее подготовленная ситуация (ситуации), содержащая моральную дилемму, и предлагается сделать моральный выбор.

Пример: «Два сотрудника следовали к месту службы. Один — в форме, второй — в гражданской одежде. На пути следования они заметили человека, стоящего с плакатом «Менты — преступники». Вокруг человека собрались зеваки, которые что-то обсуждали между собой, и теперь с интересом и вызовом смотрели на полицейского и его спутника.

Сотрудники были крайне возмущены. Им хотелось прекратить эту оскорбительную для них акцию. Сотрудник в гражданской одежде предложил жёстко пресечь акцию, утверждая, что пикетирующий специально выбрал место акции, чтобы целенаправленно оскорблять полицейских. По его мнению, эта была «зашкаливающая» наглость. Второму сомневался. Ему ситуация была крайне неприятна и оскорбительна, но он понимал, что акция проводится в рамках закона. Он подумал о том, что каждый гражданин в соответствии с Конституцией России имеет право выражать своё мнение законными методами.

Вдруг сотрудник, одетый в гражданскую одежду, подбежал к пикетирующему, вырвал у него из рук плакат и убежал в находящийся рядом парк. Все собравшиеся граждане посмотрели на полицейского. А он был совершенно растерян и не знал, что ему делать. Он просто быстро покинул место акции».

После ознакомления сотрудников с ситуацией, им предлагается для обсуждения несколько вопросов, по типу: «Каков моральный смысл действий сотрудника в гражданской одежде? Чем в моральном плане характеризуется позиция сотрудника в форме? Какие моральные принципы и нормы поведения соблюдались сотрудниками и какие — нет. Что заставило первого сотрудника действовать таким образом? Всякий ли на его месте поступил так же? Каковы моральные принципы второго сотрудника? Достойна ли одобрения его позиция? Что бы вы чувствовали и как бы повели себя на месте героев данного сюжета? и др.

Обсуждение подобных вопросов позволяет обратить внимание сотрудников не только на моральную, но и на правовую сторону принимаемых ими решений и действий. Многократное решение моральных дилемм способствует формированию у них морального взгляда на профессиональную деятельность.

Учебное издание

Караяни Александр Григорьевич
доктор психологических наук, профессор,
член-корреспондент РАО, заслуженный деятель науки РФ,
Ситников Валерий Леонидович
доктор психологических наук, профессор,
заслуженный работник высшей школы РФ,
Булавина Елена Владимировна

ЗАЩИТА ЛИЧНОГО СОСТАВА ОТ НЕГАТИВНОГО
ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Учебное пособие

Часть II

Редактор *Свикиш Н.О.*
Компьютерная верстка *Свикиш Н.О.*

ISBN 978-5-00277-008-3



EDN: BHCALK



Подписано в печать 19.05.2025. Формат 60×84 ¹/₁₆
Печать цифровая 6,5 п. л. Тираж 50 экз. Заказ № 103/25

Отпечатано в Санкт-Петербургском университете МВД России
198206, Санкт-Петербург, ул. Летчика Пилутова, д.1.