



Оселков А.А.

### Особенности влияния на молодёжную аудиторию материалов экстремистской направленности

*В статье рассматривается проблема выявления психологического влияния материалов экстремистской направленности на молодёжную аудиторию, указываются причины влияния, каналы, по которому оно осуществляется. Приводятся данные экспериментального исследования по выявлению динамики эмоционального состояния, отношения и агрессии при взаимодействии с материалами экстремистской направленности, проведённого на 398 респондентах.*

**Ключевые слова:** экстремизм, установка, социальная неприязнь, вражда и ненависть по признаку социальной принадлежности, влияние.

Экстремизм является крайней формой социальной неприязни, проблема которой не является новой и неоднократно озвучивалась авторами в разных областях науки. В рамках судебно-психологических экспертиз (СПЭ), как направления в применении специальных познаний для разрешения вопросов по конкретному делу в предварительном, либо судебном, многие исследователи и судебные эксперты-психологи на практике уже встретились с необходимостью оценки материалов по статьям 280 УК РФ «Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности» и 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» [3]. При том, что частота заказов на такого рода исследования со стороны правоохранительных органов, государственных и частных организаций, растёт, методология судебной психологической экспертизы материалов экстремистской направленности на настоящий момент отсутствует. Списки признаков, которыми руководствуются эксперты, как правило, созданы на основании прецедентов и потому не являются исчерпывающими, либо, наоборот, избыточны, зачастую пересекаются и дублируют друг друга. Это обусловлено тем, что содержание влияния материалов экстремистской направленности на аудиторию не раскрыто и экспериментально не изучено.

Эти факторы обусловили необходимость проведения исследования, целью которого стало выявление особенностей влияния материалов экстремистской направленности на молодёжную аудиторию.

Эксперт-психолог может дать заключение о том, обладают ли определённые материалы признаками экстремистской направленности, что является важным



для принятия судом решения по конкретному делу. Следствие может признать, что их публикация является преступлением, а может и посчитать её законной даже при утвердительном ответе об экстремистской направленности данных материалов (например, при публикации примера в учебнике для экспертов или следователей).

Любые противозаконные действия против физических и юридических лиц, по основанию принадлежности их к группе будут проявлениями социальной вражды и составляющими экстремистской деятельности. Понятия «раса», «национальность», «религиозная принадлежность» и иные признаки, приведённые в уголовном законодательстве (всего 16), являются просто перечислением различных групп, преступления против которых выявлялись чаще в следственной практике, т.е. выделенные на основании прецедентов. В связи с невозможностью сделать данный список полным (выделять группы можно по бесконечному количеству оснований, так в нормативно-правовых актах появляются «место жительства», «пол», «место работы», «языковая принадлежность» и др.), необходимо обобщить все эти категории одним понятием, которым и стало понятие «группа» как социально-психологический феномен.

На основании обзора исследований, посвящённых социальной напряжённости за последние годы, а также уголовных дел, материалов судебных экспертиз (в основном психологических, лингвистических и психолого-лингвистических), было выделено шесть базовых причин её формирования. Возможно продолжение списка, однако, остальные факторы, также влияющие на возникновение социальных конфликтов, либо просто коррелируют с указанными нами феноменами, т.е. опосредованно воздействуют на социум, либо являются следствием элементов этого списка. Всего их выделено шесть:

- усиление миграционных процессов,
- конкуренция на рынке труда,
- ухудшение условий жизни,
- криминальный фактор,
- потребность во включении в соответствующую субкультуру,
- теснота контакта с более экономически эффективным социумом.

Объективной стороне преступления «экстремизм» или способу его осуществления в отношении психологической составляющей, является «пропаганда», под которой понимается психологическое воздействие на аудиторию, ведущееся специальными методами, с целью распространения каких-либо идей, взглядов, представлений и побуждений к действиям, а также формирования у людей определенных установок, целей, мотивов поведения. Анализируя вышеперечисленные определения, можно сделать вывод, что основными элементами процесса пропаганды являются: 1) её субъект (социальная группа, интересы которой выражает пропаганда); 2) объект (аудитория или социальные общности, которым адресована пропаганда); 3) формы и методы; 4) содержание (текстовый или иной эквивалент); 5) средства и каналы пропаганды.



К таким каналам пропаганды, как печать, радио, телевидение и публичные выступления, выделенным А.Р. Ратиновым, М.В. Крозом и Н.А. Ратиновой [2] добавляется ещё один – *мультимедийные информационные сети (Интернет)*, которые представляют собой совокупность всех вышеперечисленных СМИ, т.к. позволяют оперировать печатной, аудиальной, визуальной и иной информацией. В их отношении выделяются и раскрываются такие особенности, как: 1) лёгкий доступ, 2) активность, 3) групповой характер, 4) мультимедийность, 5) открытость и обширность, 6) анонимность.

Пропаганда рассматривается нами как совокупность двух составляющих: убеждения и внушения. Обязательным условием убеждения является строгое следование правилам логики, поскольку оно апеллирует к рациональному мышлению субъекта, его разуму. В основе внушения же лежит ослабление действия сознательного контроля, осуществляемого индивидом в отношении воспринимаемой информации.

Создание установок у аудитории само по себе не является достаточным для того, чтобы влияние привело к нужному автору результату. Для этого формирование установок негативного характера должно на практике сопровождаться подкреплением. Два данных направления деятельности чаще встречаются в едином комплексе, однако в ряде случаев могут быть разделены и соответствовать *прямой пропаганде и косвенной пропаганде*.

*Прямая пропаганда* – создание определённых установок у аудитории. *Косвенная пропаганда* – подкрепление уже существующих у аудитории установок. В этом смысле она возможна как совместно с прямой (наиболее распространённый вариант), так и отдельно (причём в двух вариантах).

Первый: аудитория не обладает образами, которые подкрепляет автор. Косвенная пропаганда будет только дополнением к прямой.

Второй вариант: аудитория уже обладает искомыми образами, установлены связи между образами определённых групп и образами действий. Воздействие, оказываемое автором, усиливает эти связи, увеличивает интенсивность установки, актуализацию потребностей, входящей в её состав. В итоге воздействие актуализирует ксенофобские установки.

Выявление аудитории данных материалов является важным для определения, имеются ли у неё искомые установки и потому должно включаться в исследовательскую часть работы эксперта.

Чаще всего на практике встречается одновременное осуществление прямой и косвенной пропаганды экстремизма, который обозначается как *комплексная пропаганда*.

Материалы экстремистской направленности могут провоцировать социальную неприязнь в обществе вне зависимости от первоначальных мотивов их создания, либо распространения, и законодатель должен ограничить влияние подобных материалов на аудиторию. Для правового контекста важна объективная направленность – то, какие цели реально достигаются в социуме конкретным действием (например – публикацией материалов). При этом цели деятельности



автора и публикующего материалы могут быть совершенно другими, не имеющими к экстремизму прямого отношения. Направленность, в свою очередь, можно определить по тому эффекту, который вызывает знакомство с материалом у аудитории. И здесь особенно важно участие психолога, т.к. он имеет дело не только с источником информации, но и с её приёмником – аудиторией.

Нами были изучены архивы экспертных учреждений Калуги, Ростова-на-Дону и Волгограда в период с 1997 года по 2009 год. При этом в рамках экспертной практики было изучено 1036 материалов, потенциально содержащих признаки экстремизма на основании чего были выделены общие и частные задачи СПЭ материалов экстремистской направленности, её объект и предмет, выделен основной методический приём, которым обозначен критериально ориентированный анализ и составлен список рекомендуемых вопросов.

Для выявления особенностей влияния на молодёжную аудиторию материалов экстремистской направленности нами было проведено экспериментальное исследование, построенное по стандартному плану для двух рандомизированных групп с предварительным и итоговым тестированием.

Поскольку главным требованием к участникам эксперимента является подверженность её участников психологическому влиянию со стороны материалов экстремистской направленности, экспериментальное исследование было проведено на учащихся учебных заведений, в которую вошли люди обоих полов, различной этнокультурной принадлежности от 16 до 25 лет, т.е. группа была однородной.

При изучении материалов, потенциально содержащих признаки экстремизма в рамках 50 однородных СПЭ и комплексных экспертиз с участием психолога, были выделены пять обобщённых групп, ставших объектами экстремистской деятельности, а именно «кавказец», «еврей», «азиат», «американец» и «русский».

На всей группе испытуемых проводилось психодиагностическое исследование, после чего программа «Microsoft Excel» случайным образом делила испытуемых на контрольную и экспериментальную группу в равном соотношении. Через месяц контрольной группе давали второй раз те же самые методики, а участники экспериментальной сначала читали текст экстремистской направленности, а далее выполняли задание-ретест. При этом внутри экспериментальной группы половине предлагался текст, содержащий комплексную пропаганду ксенофобских установок, а половине – косвенную пропаганду для дифференциации влияния. Внутри этих подгрупп было предложено к прочтению по два текста: один – направленный на разжигание вражды в отношении обобщённой группы «Евреи», а второй – в отношении обобщённой группы «Кавказцы».

Кластерный анализ показал, что экспериментальная и контрольная группы попали в разные кластеры. По контрольной группе при проведении методик значимых сдвигов обнаружено не было. В то же время в экспериментальной группе такие изменения были отмечены.

Для выделения в выборке группы лиц, заведомо обладающих выраженными интолерантными установками была проведена методика «Индекс толерантности»,



Г.У. Солдатовой, О.А. Кравцовой, О.Е. Хухлаева и Л.А. Шайгеровой, которая не диагностирует отдельные стороны толерантной личности, а является «комплексной методикой» и позволяет дифференцировать у респондентов уровень этнической, социальной толерантности и толерантности как черты личности. Группы со средним и высоким уровнем толерантности объединялись как не обладающие искомыми установками. Сдвиг значений по каждой из остальных методик в данном эксперименте подсчитывался внутри получившихся двух групп.

Далее, поскольку одной из задач исследования является изучение динамики эмоциональных состояний, использовался тест выбора цвета М. Люшера и методика «САН». Влияние на агрессивные реакции выявлялось при помощи теста руки Э. Вагнера и проективной рисуночной методики, состоящей из пяти частей: «Кавказец в моей стране», «Еврей в моей стране», «Азиат в моей стране», «Американец в моей стране», «Русский в моей стране». Выявление актуализации негативных установок материалами экстремистской направленности определялось посредством методики «Завершение предложения», цветового теста отношений Эткинды и «Семантического дифференциала» Ч. Осгуда. При этом последние три методики также проводились по категориям «кавказец», «азиат», «еврей», «американец», «русский».

После получения результатов ретеста были устранены данные, к которым были отнесены: 1) бланки испытуемых, не заполненные до конца, 2) имевшие пропуски в ответах, 3) крайнее согласие по всем вопросам, включая обратные, 4) только усредненные ответы, а также 5) бланки испытуемых, присутствовавших только на тесте либо только на ретесте (по образцу исследования С.Н. Асмолова и Н.П. Цибульского по адаптации методики ВРАQ) [1].

По методике «Индекс толерантности» 12 % респондентов экспериментальной группы обладали выраженными интолерантными установками и 88 % – нет; 8 % контрольной группы обладали выраженными интолерантными установками, 92 % – нет.

Результаты условно разделены на четыре группы: первая – результаты комплексной пропаганды на лиц, обладающих выраженными интолерантными установками, вторая – на лиц, не обладающих таковыми, третья – косвенная пропаганда на носителей ксенофобских установок, четвёртая – на не носителей. Уровень значимости для данных групп обозначается соответственно «P1», «P2», «P3» и «P4».

Для выявления статистически значимого сдвига результатов был использован парный Т-критерий Вилкоксона. Для проверки корректности эксперимента и избавления от побочных переменных использовался кластерный анализ К-средними. Обработка данных осуществлялась в программе «SPSS», т.к. этот программный пакет позволяет обрабатывать массивы данных, превышающих табличные.

#### **Результаты экспериментального исследования**

По методике М. Люшера значимые сдвиги произошли по трём группам признаков. Понизились значения по категориям «радостное, «солнечное» настроение» ( $P_1 = 0,004$ ,  $P_2 = 0,032$ ,  $P_3 = 0,045$ ,  $P_4 = 0,005$ ), а также «благодушие», «легкая



эйфория», «комфорт» ( $P_1 = 0,030$ ,  $P_2 = 0,011$ ,  $P_3 = 0,028$ ,  $P_4 = 0,040$ ). Это объясняется тем, что данные тексты носят негативный, деструктивный характер. Значимость таких результатов обуславливается тем, что человек в уравновешенном, лёгком, светлом приподнятом настроении способен и склонен переживать быстрее, он намного увереннее контролирует свои эмоции и поведение. Таким образом, при снижении комфортности эмоционального состояния человек будет менее сдержан, более резок в реакциях, его будет легче спровоцировать на агрессию, девиантное поведение.

Это также подтверждается тем, что «печаль», «тоскливость», «грусть» в обладающей выраженными интолерантными установками группе повысились ( $P_1 = 0,045$ ,  $P_3 = 0,038$ ). Понижения по первым двум шкалам и повышение по третьей усиливают друг друга. Суммарно это даёт право сделать вывод об общем снижении эмоционального фона, ухудшении настроения испытуемых.

Полностью соответствуют результатам Цветового теста М. Люшера данные, полученные по итогам проведения «САН». Критерий Вилкоксона показал значимые сдвиги по трём группам признаков. Понизились значения по категориям «весёлый», «хорошее настроение», «счастливый», «жизнерадостный», «восторженный», «радостный», «оптимистичный» ( $P_1 = 0,046$ ,  $P_2 = 0,046$ ,  $P_3 = 0,032$ ,  $P_4 = 0,031$ ), а также «расслабленный», «равнодушный», «спокойный», «полный надежд», «довольный» ( $P_1 = 0,004$ ,  $P_2 = 0,022$ ,  $P_3 = 0,008$ ,  $P_4 = 0,020$ ). Повысились варианты «грустный», «плохое настроение», «несчастный», «мрачный», «унылый», «печальный», «разочарованный», «пессимистичный» ( $P_1 = 0,022$ ,  $P_2 = 0,025$ ,  $P_3 = 0,041$ ,  $P_4 = 0,044$ ).

Чем хуже условия жизни человека, тем более он склонен к проявлениям ксенофобии в неприкрытой форме. Исходя из этого результаты Цветового теста Люшера и методики «САН» показывают, что тексты экстремистской направленности обуславливают эмоциональные состояния, которые способствуют открытому проявлению враждебности, агрессивности.

Помимо этого было обнаружено, что, несмотря на однородность группы, распределение значений признака произошло не по кривой нормального распределения. При кластеризации было выявлено два кластера: в первый вошли обладавшие интолерантными установками респонденты, а во второй – не обладавшие ими.

Также нами было обнаружено, что по Семантическому дифференциалу значимость сдвига получилась также различной у разных групп, выделенных в результате проведения методики «Индекс толерантности». Отношение стало более негативным к группам «Кавказцы» ( $P_1 = 0,009$ ,  $P_2 = 0,008$ ,  $P_3 = 0,012$ ,  $P_4$  – нет корреляции) и «Евреи» ( $P_1 = 0,049$ ,  $P_2 = 0,040$ ,  $P_3 = 0,049$ ,  $P_4$  – нет корреляции).

По Цветовому тесту отношений Эткинда ухудшилось отношение к обобщённым группам «Евреи» ( $P_1 = 0,026$ ,  $P_2 = 0,044$ ,  $P_3 = 0,042$ ,  $P_4$  – нет корреляции) и «Кавказцы» ( $P_1 = 0,048$ ,  $P_2 = 0,040$ ,  $P_3 = 0,049$ ,  $P_4$  – нет корреляции).

Суммарно результаты этих двух методик позволяют утверждать, что материалы экстремистской направленности обуславливают негативизацию отношения к определённым социальным группам, на возбуждение вражды к которым направлены



материалы в случае наличия в составе пропаганды экстремизма прямой пропаганды или в случае косвенной на аудиторию, которая обладает выраженными интолерантными установками.

Что касается социальных установок, то по методике «Завершение предложения» получились следующие значимые результаты: по аффективной составляющей произошло увеличение негативных характеристик, приписываемых группам «Евреи» ( $P_1 = 0,028$ ,  $P_2 = 0,042$ ,  $P_3 = 0,049$ ,  $P_4$  – нет корреляции) и «Кавказцы» ( $P_1 = 0,043$ ,  $P_2 = 0,021$ ,  $P_3 = 0,40$ ,  $P_4$  – нет корреляции), по конативной – вырос негативизм в отношении также «Евреев» ( $P_1 = 0,030$ ,  $P_2 = 0,032$ ,  $P_3 = 0,033$ ,  $P_4$  – нет корреляции) и «Кавказцев» ( $P_1 = 0,009$ ,  $P_2 = 0,010$ ,  $P_3 = 0,034$ ,  $P_4$  – нет корреляции).

Первые два сдвига показывают, что прочтение материалов экстремистской направленности вызвало смену аффективной составляющей установок к двум группам, о которых были материалы, а вторые два говорят, что люди стали более склонны к действиям против них именно в силу того, что они прочитали данные тексты.

Т.к. когнитивные образы исследуемых пяти «групп-раздражителей» были у всех испытуемых, а также опираясь на результаты, полученные по данной методике, мы можем говорить о том, что материалы экстремистской направленности актуализируют негативные установки у аудитории. При этом сдвиг результатов произошёл аналогично таковому в динамике агрессии и отношения.

Также было выявлено, что распределение значений признака произошло не по кривой нормального распределения. Кластеризация также показала два кластера: в первый вошли обладавшие интолерантными установками респонденты, а во второй – не обладавшие.

По методике «Тест руки» было выявлено, что показатель открытого агрессивного поведения увеличился с высоким уровнем значимости ( $P_1 = 0,008$ ,  $P_2 = 0,013$ ,  $P_3 = 0,022$ ,  $P_4$  – нет корреляции). Однако интересны и некоторые особенности, которые были выявлены при обработке. Результаты методики раскладываются по 11 шкалам: агрессия, указания, страх, привязанность, коммуникация, зависимость, эксгибиционизм, вечность, активная безличность, пассивная безличность, описание. Потом по формуле

$$\Sigma(\text{«агрессия»}+\text{«указания»})-\Sigma(\text{«страх»}+\text{«привязанность»}+\text{«коммуникация»}+\text{«зависимость»})$$

рассчитывается показатель открытого агрессивного поведения. При этом первая сумма показывает уровень агрессии, а вторая – приспособляемости, т.е. параметра, компенсирующего агрессивность, снижающий вероятность открытой агрессии. «Агрессия» изменилась с недостаточным уровнем значимости в то время как «Приспособляемость» уменьшилась ( $P_1 = 0,004$ ,  $P_2 = 0,004$ ,  $P_3 = 0,009$ ,  $P_4$  – нет корреляции). Это показывает, что материалы экстремистской направленности не создают агрессию, а, вместо этого, снижают уровень компенсаторных механизмов, призванных ограничить агрессивное поведение. Соответственно, как итог, люди, читающие материалы экстремистской направленности станут менее толерантными, сдержанными, уравновешенными, что приведёт к более резким,



взрывным реакциям, усугубит интенсивность проявления негативного отношения к представителям других социальных групп и обусловит открытое агрессивное поведение в отношении неприятелей. При этом в случае косвенной пропаганды на толерантную аудиторию такого эффекта не наблюдается.

Результаты «Теста руки» Вагнера были подтверждены данными проективного рисуночного теста. По последнему достоверных сдвига два: это повышение признаков агрессивности при изображении рисунка «Кавказец в моей стране» ( $P1 = 0,022$ ,  $P2 = 0,018$ ,  $P3 = 0,009$ ,  $P4$  – нет корреляции) и «Еврей в моей стране» ( $P1 = 0,049$ ,  $P2 = 0,049$ ,  $P3 = 0,038$ ,  $P4$  – нет корреляции). Соответственно, правомерен вывод, что материалы экстремистской направленности обуславливают агрессивное отношение к представителям групп, обобщённых по признаку социальной принадлежности, по отношению к которым возбуждается социальная вражда.

Таким образом, можно сделать эмпирически обоснованный вывод, что тексты, содержащие прямую пропаганду экстремизма, способствуют формированию негативного образа определённых социальных групп, повышению уровня открытого проявления агрессии, сильному снижению уровня позитивных эмоций и повышению негативных, а также активации установок на действия против указанных групп, а в отношении лиц, уже обладающих выраженными интолерантными установками – актуализирует их и повышает их выраженность.

Кластеризация здесь также показала два кластера: в первый вошли обладавшие интолерантными установками респонденты, а во второй – не обладавшие.

Выделение идентичных кластеров при распределении признака и при изучении эмоциональных состояний, и отношения, и агрессивности в зависимости от наличия интолерантных установок показывает, что важным является не только выявление материалов экстремистской направленности, но и пропаганда толерантного поведения граждан.

Обобщая результаты проведённого исследования, нами был сделан ряд выводов.

1. Материалы экстремистской направленности – это материалы, содержащие пропаганду политической, идеологической, расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы.
2. Они обуславливают изменение эмоционального состояния, понижение уровня выраженности таких состояний, как «радостное», «солнечное» настроение, «благодущие», «легкая эйфория», «комфорт», «весёлый», «хорошее настроение», «счастливый», «жизнерадостный», «восторженный», «радостный», «оптимистичный», «расслабленный», «равнодушный», «спокойный», «полный надежд», «довольный» и повышение таких, как «печаль», «тоскливость», «грусть», «плохое настроение», «несчастный», «мрачный», «унылый», «печальный», «разочарованный», «пессимистичный».
3. Помимо этого, они актуализируют негативные установки к определённым обобщённым группам у аудитории при их наличии.



4. Экспериментально подтверждено, что материалы экстремистской направленности обуславливают изменение отношения к определённым обобщённым социальным группам на более негативное при комплексной пропаганде экстремизма, либо косвенной – в отношении групп, обладающих выраженными интолерантными установками. На не обладающих таковыми косвенная пропаганда такого влияния не оказывает.
5. Доказано, что материалы экстремистской направленности обуславливают повышение показателей открытой агрессии, в первую очередь, за счёт понижения механизмов приспособляемости к конфликтным ситуациям как у лиц, обладающих выраженными интолерантными установками, так и у остальных.
6. Выявлено, что у лиц, не обладающих интолерантными установками, при комплексной пропаганде негативные установки формируются, а при косвенной – нет.
7. Определено, что материалы экстремистской направленности формируют негативное отношение и агрессивные установки в отношении конкретных социальных групп, а не просто повышают уровень интолерантности.
8. Обнаружено, что материалы экстремистской направленности повышают уровень ксенофобских проявлений у респондентов не ко всем «иноземцам», а формируют их в отношении конкретных социальных групп.

#### **Литература**

1. Ениколопов С.Н., Цибульский Н.П. Методики диагностики агрессии // Психологическая диагностика. – 2007. – № 3. – С. 41–73.
2. Ратинов А.Р., Кроз М.В., Ратинова Н.А. Ответственность за разжигание вражды и ненависти. Психолого-правовая характеристика / Под ред. Ратинова А.Р. – М.: Изд-во «Юрлитинформ», 2005. – 253 с.
3. Уголовный кодекс Российской Федерации. – М.: Рольф: Айрис, 2009. – 191 с.