

УДК 316.64:323.28

Коньшин С. А., Черемискина И. И.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК У ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ОБВИНЕННЫХ ЗА ЭКСТРЕМИЗМ

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный
университет экономики и сервиса»,
г. Владивосток, Россия

Интернет-коммуникация – относительно новое социальное явление современного общества. На сегодняшний день в России одним из самых популярных информационных сайтов является социальная сеть «ВКонтакте» – почти 80 миллионов людей пользуются ей ежедневно. Это дает основание считать данный информационный сайт важной средой для исследования интернет-коммуникации в России. За последние несколько лет появляется много новых законов касательно правового регулирования интернет-коммуникации. К ним можно отнести новые поправки к 282 статье УК РФ и связаны они с киберпространством. Согласно данным судебного департамента при Верховном суде, количество осужденных за возбуждение ненависти или вражды и унижение человеческого достоинства последние пять лет постоянно растет. В 2014 году по ч. 1 ст. 282 осудили 111 человек, а за первое полугодие 2018 года это число составило 203 человека, из них оправдательный приговор услышал всего 1 человек [1, 2]. Такие цифры говорят о необходимости более качественных инструментов правового регулирования в сети интернет. Мы считаем актуальным проведение психологического исследования социальных установок, транслируемых интернет-контентом осужденных в экстремизме с целью в будущей модернизации способов выявления нарушителей среди остальных пользователей сети интернет.

Данная работа была проведена нами с помощью метода исследования документов по делам об экстремистской деятельности с 2015 по 2019 годы, в которых с помощью контент-анализа мы изучили 25 материалов в виде скриншотов страниц из социальной сети «ВКонтакте» лиц, обвиняемых по статьям 280 и 282 УК РФ. Центр по противодействию экстремизму УВД по Приморскому краю сформулировал запрос, согласно которому данным материалам необходимо было дать психологическую оценку относительно потенциальной возможности актуализации социальных установок у пользователей «ВКонтакте», посещающих страницы обвиняемых в экстремизме. Объектом нашего исследования являются социальные установки. Гипотеза состоит в том, что социальные установки, транслируемые интернет-пользователями, обвиняемыми в экстремистской деятельности носят преимущественно аффективный характер, направлены на разжигание вражды и

ненависти по отношению к разным этническим группам. Предмет исследования: социальные установки, формируемые с помощью текстовых сообщений.

Содержание социально-психологических установок определяется ценностно-смысловой сферой личности. Б.Г. Ананьев рассматривает ценности и ценностные образования как базовые, «первичные» свойства личности, определяющие мотивы поведения и формирующие склонности, и характер [3]. Развитие ценностей осуществляется через их усвоение в социальных группах и трансформацию из общественных в личностные. Среда при этом выступает источником ценностей. Ценностные ориентации формируются на основе высших социальных потребностей, и их реализация происходит в общесоциальных, социально-экономических условиях деятельности [4].

В 1942 г. М. Смитом была определена трехкомпонентная структура аттитюда, в которой выделяются: а) когнитивный компонент (осознание объекта социальной установки); б) аффективный компонент (эмоциональная оценка объекта, выявление чувства симпатии или антипатии к нему); в) поведенческий (конативный) компонент (последовательное поведение по отношению к объекту) [5].

Целью нашего исследования является изучить феномен социальных установок, связанных с правонарушениями экстремистской направленности. Для этого необходимо дать определение «экстремизму» как явлению, выделить основные объекты и формы проявления в уголовном праве. Затем проанализировать, какие из 3 компонентов социальных установок к каким видам правонарушений относятся и дать каждому описание.

Объект преступлений экстремистской направленности – это различные по своему характеру общественные блага, на которые посягает экстремистская деятельность. Единого родового и видового объектов преступлений экстремисткой направленности не существует, что обусловлено многообразием видов экстремистской деятельности. Общественно опасные деяния в преступлениях экстремистской направленности выражается исключительно в форме действий, которые, в свою очередь, подразделяются на несколько групп [6, 7]:

- 1 действия, направленные на возбуждение ненависти либо вражды (ст.282 УК РФ);
- 2 действия, направленные на унижение достоинства человека либо группы лиц по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, принадлежности к какой-либо социальной группе (ст.282 УК РФ);
- 3 подстрекательство к осуществлению экстремистской деятельности (ст.280 УК РФ);
- 4 создание, руководство или организация деятельности экстремистских сообществ и организаций (ст. 282.1 и 282.2 УК РФ).

В проведенном исследовании анализ интернет-контента обвиняемых в экстремизме проводился согласно следующих критериев:

- 1) Информация о себе;
- 2) Имя пользователя;
- 3) Изображение пользователя;
- 4) Запрещенная на территории РФ символика;
- 5) Когнитивный компонент социальной установки;
- 6) Аффективный компонент социальной установки;
- 7) Поведенческий компонент социальной установки.

В ходе изучения информации, размещенной на страницах и социальных установок, на формирование которых направлены материалов пользователей, обвиняемых в экстремизме, были получены следующие результаты:

1) информация о себе. Результаты показали, что почти половина испытуемых (52 %) предпочитает предоставлять в открытый доступ развернутую информацию о своей личности. Чаще всего среди таковой были данные о дате рождения, месте жительства и ссылки на другие свои профили в социальных сетях, а также информация о собственных предпочтениях. Только три человека (12 %) из испытуемых предпочли не указывать никакой информации. Такие данные могут говорить о том, что пользователи, придерживающиеся экстремистских идей не стесняются раскрывать личную информацию о собственной персоне. Так же следует заметить, что анализируемая информация не проходила проверку достоверности, так что вопрос об истинности такой информации остается открытым;

2) имя пользователя. Большинство испытуемых (72 %) использует аккаунт с реалистичным именем и лишь 28 % используют псевдонимы или «никнеймы». Это снова указывает на слабую анонимность среди пользователей. Здесь тоже следует отметить, что данные не являются верифицированными и некоторые «реалистичные» имена вполне могли оказаться ненастоящими. Так же один из испытуемых был записан как с реалистичными именем и фамилией, так и с псевдонимом и мы посчитали обе единицы;

3) изображение пользователя. 64 % испытуемых использовали ненастоящие изображения в качестве аватара. Такие результаты показывают, что большинству пользователей с экстремистскими взглядами необходима «анонимность визуальная». Среди изображений часто встречалась символика нацистской, фашистской и неофашистской тематики, а также изображения известных лиц в данной области, таких как Адольф Гитлер, Герман Геринг и другие. Часто встречалось, что именно лица с псевдонимами вместо имен использовали изображения с оолофашистской тематикой. Присутствовали несколько испытуемых, которые полностью изображали свой профиль, как интернет-страницу знаменитой личности (например, Гитлера) используя и имя, и изображение. Это может говорить о желании идентифицироваться с кумиром, стать его «воплощением». Данные

действия указывают нам на механизм психической защиты – интроекцию. Можно предположить, что данный вид защитного механизма свойственен некоторым представителям экстремистских взглядов. Стоит отметить, что код 3В не набрал ни одного балла, следовательно, у всех испытуемых присутствовало хоть какое-нибудь изображение;

4) запрещенная на территории РФ символика. Абсолютное большинство используемой испытуемыми символики принадлежит категории 8А – «Нацистская символика»: в пять раз больше, чем «Славянской символики» и в двадцать раз больше, чем «Символы запрещенных организаций». Чаще всего это была свастика, реже – немецкий крест, немецкое приветствие в виде вытянутой к небу руки («Зиг хайль») и сочетания цифр 1488. Среди славянской символики чаще всего появлялся коловрат. Среди запрещенных организаций встречались только три: «исламское государство», «misanthropic division» и политическая партия «Правый сектор». Такие результаты говорят о явной привилегированности именно нацистских символов в демонстрации экстремистских взглядов. Следует заметить, что некоторые материалы имели явный пародийный характер, однако это не меняет общую картину. Данный вид правонарушения встречался у 84% испытуемых.

Далее был проведен контент анализ материалов, с целью выявления соотношения компонентов социальных установок, формируемых с помощью представленного материала. С помощью контент-анализа 25 документов нам удалось выделить 451 единицу счёта. Из них 181 единица относится к категории «Когнитивный компонент» (40 %), 217 – «Аффективный компонента» (48 %) и 53 – «Поведенческий компонент» (12 %). Так же мы оценили разнообразие для каждой единицы по К. Шеннону, в битах. Суммарная оценка разнообразия текста (H) – 2,845. Вклад в общее разнообразие текста получился следующим:

– «Когнитивный компонент» – 40 %. Самой частой темой была ксенофобия, либо в прямой форме («Долой этих хачей»), либо в форме иронии («Обезьяны спустились с гор»). Объект в большинстве случаев был точно выражен либо в словесной форме, либо в образе.

– «Аффективный компонент» – 44 %. Самой частой темой была ксенофобия в виде оскорбительных изображений (фотографий приматов) и в виде изображений фашистской, нацистской и неонацистской символики.

– «Поведенческий компонент» – 16 %. Самой частой темой была ксенофобия в виде призывов к насилию против отдельных этнических групп.

По итогам нашей работы мы заключили, что самый большой вклад в общее разнообразие текста, а также наибольшая частота единиц счёта была именно у «аффективного компонента» социальных установок, транслируемых испытуемыми. Следовательно, наша гипотеза подтвердилась.

Среди психологических особенностей у исследуемых были выделены: открытость в информации; уделение большего внимания визуальной анонимности, чем анонимности персональных данных; склонность к механизму интроекции; яркая выраженность ксенофобных идей; эти персоны в три раза реже «подстрекают к действию», чем «оскорбляют» и «призывают к ненависти»; среди способов подачи информации: оскорбления в три раза чаще прямые, призыв к действию в три раза чаще косвенный, а разжигание ненависти почти одинаковый как среди прямых, так и косвенных форм; данные персоны больших количествах используют нацистскую символику, в пять раз реже – славянскую, и в двадцать раз реже – символику запрещенных организаций.

В ходе исследования было актуализировано три новые гипотезы, которые нуждаются в дополнительных исследованиях. Так же для подтверждения наших результатов рекомендуется повторить исследование с большим объемом данных.

Список литературы

1 За пять лет количество осужденных за экстремизм увеличилось вдвое [Электронный ресурс] // Право.ru. – Режим доступа: <https://pravo.ru/news/206153/>

2 Официальная статистика правоприменения в сфере борьбы с экстремизмом за 2017 год [Электронный ресурс] // СОВА, информационно-аналитический центр. – Режим доступа: <https://www.sova-center.ru/racism-xenophobia/news/counteraction/2018/04/d39283/>

3 Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания [Текст] / Б.Г. Ананьев. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.

4 Рубинштейн С.Л. Человек и мир [Текст] / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2003. – 512 с.

5 Андреева Г.М. Социальная психология [Текст] / Г.М. Андреева. – М.: Аспект Пресс. 2006 г. – 541 с.

6 УК РФ Статья 280. Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности (в ред. Федерального закона от 25.07.2002 N 112-ФЗ)

7 УК РФ Статья 282. Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства (в ред. Федерального закона от 27.12.2018 N 519-ФЗ)