

# ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 316.772.5+316.475

## **Кружкова Ольга Владимировна**

*кандидат психологических наук, заведующая кафедрой философии и акмеологии Уральского государственного педагогического университета, Екатеринбург (Россия).*

*E-mail: galiat1@yandex.ru*

## **Воробьева Ирина Владимировна**

*кандидат психологических наук, доцент кафедры философии и акмеологии Уральского государственного педагогического университета, Екатеринбург (Россия).*

*E-mail: lorisha@mail.ru*

## **Никифорова Дарья Михайловна**

*старший преподаватель кафедры философии и акмеологии Уральского государственного педагогического университета, Екатеринбург (Россия).*

*E-mail: nikiiforova\_dm@mail.ru*

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ В ЭКСТРЕМИСТСКИЕ ГРУППИРОВКИ МОЛОДЕЖИ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ<sup>1</sup>**

**Аннотация.** *Цель статьи – рассмотреть риски вовлечения молодежи в экстремистские сообщества путем психологического давления через сеть Интернет.*

*Методы.* В качестве методов в работе были использованы теоретический анализ и метод моделирования.

*Результаты.* Интернет-пространство описано как среда и инструмент психологического воздействия на молодежь, которое может носить как положительный, так и отрицательный характер. Погруженность подростков, юношей и девушек в виртуальное пространство существенно преобразует формы их активности и, как следствие, трансформирует ведущую деятельность, что, в свою оче-

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта «Интернет как инструмент формирования психологической готовности молодежи к экстремистскому поведению», проект № 16-29-09512.

редь, приводит к появлению совершенно иных психических новообразований. Выделены три основных эффекта контактов с Интернет – «эффект дрейфа целей», мифологичность и «эффект азарта»; показано их влияние на личность в каждом возрастном периоде. С учетом специфики мотивов выстраивания взаимодействия в виртуальном пространстве классифицированы основные типы поведенческих паттернов, которые демонстрирует молодежь в Интернет. Степень активности молодых людей в сети представлена с позиций комплексных стратегий поведения – блокирования информации, изменения дистанции, контроля, преобразования. Обозначены группы риска пользователей, наиболее восприимчивых к экстремистским манипуляциям. Систематизированы «зоны уязвимости» представителей каждой группы и описан пошаговый алгоритм вовлечения вербовщиками объектов своего воздействия в экстремистские сообщества.

*Научная новизна* работы заключается в обсуждении одной из наиболее острых проблем современности – изменившихся условий взросления и социализации подрастающего поколения, неотъемлемой частью существования которого является постоянное пребывание в сетевом виртуальном пространстве, где несформировавшаяся личность весьма уязвима перед воздействием экстремистского контента. Для предотвращения увеличившейся потенциальной угрозы вовлечения молодых людей в деструктивную, асоциальную и преступную деятельность авторы предлагают обратить пристальное внимание на объект целенаправленных атак экстремистских сообществ. Подробное изучение социально-психологических особенностей сетевого поведения молодежи, подверженной влиянию опасного контента, поможет своевременной профилактике экстремистских настроений в молодежной среде.

*Практическая значимость.* Материалы исследования могут быть использованы для выработки мер по эффективному предотвращению воздействия экстремистских групп на молодых пользователей сети Интернет.

**Ключевые слова:** среда Интернет, психологическое воздействие, пользователи интернет-сервисов, стратегии пользовательского поведения, экстремизм, вовлечение в девиантные группы.

DOI: 10.17853/1994-5639-2016-10-66-90

Статья поступила в редакцию 09.07.2016.

Принята в печать 12.10.2016.

## **Olga V. Kruzhkova**

*Candidate of Psychological Sciences, Head of Department, Department of Philosophy and Acmeology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg (Russia).*

*E-mail: galiat1@yandex.ru*

## **Irina V. Vorobyeva**

*Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Department of Philosophy and Acmeology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg (Russia).*

*E-mail: lorisha@mail.ru*

**Darya M. Nikiforova**

Senior Lecturer, Department of Philosophy and Acmeology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg (Russia).

E-mail: nikiforova\_dm@mail.ru

## PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF INVOLVEMENT OF YOUNG PEOPLE IN EXTREMIST GROUPS IN THE INTERNET ENVIRONMENT

**Abstract.** *The aim* of the article is to consider the psychological characteristics of involvement of youth in extremist community through the Internet.

*Methods.* The theoretical analysis and modeling were used as the main methods.

*Results.* The Internet is described as a means and space of psychological influence on young people, which can be both positive and negative. Absorption of teenagers, boys and young men, in a virtual space essentially converts their activity and, as a result, transform the leading activity, which in turn leads to different mental tumors. Three main effects from the exposure of the Internet are found out: «the effect of the goals of drift», mythology and «the effect of excitement»; their impact on the individual in each age periods is noted. Consideration of the main motivational reasons, taking into account the specifics of building human interaction with the environment made it possible to identify and describe the main types of behavioural patterns exhibited by young people on the Internet. The degree of activity of young people in the network is described from the perspective of integrated strategies of behaviour: information blocking, changes in the distance, control, transformations. Risk groups of users, the most susceptible to extremist manipulations are designated. «Vulnerability areas» of representatives of each group are summarized and described; a step-by-step algorithm of victims' involvement in extremist communities by recruiters is described.

*Scientific novelty* of the present study consists in discussion of one of the most acute problems of the present – the changed conditions of a growing and socialization of younger generation; constant stay in network virtual space is an integral part of today's existence, wherein unformed and immature person is very vulnerable to the influence of extremist content. To prevent the increased potential threat of involvement of young people in destructive, asocial and criminal activity, the authors suggest to draw close attention and to subject to the purposeful attacks of extremist communities. Detailed studying of social and psychological features of network behaviour of youth being affected by the dangerous content will help to provide well-timed prophylaxis of extremist moods among young people.

*Practical significance.* The materials of the research can be used to identify and effectively prevent the influence of extremist groups on young Internet users.

**Keywords:** Internet environment, psychological effects, users of Internet services, strategy of users' behaviour, extremism, involvement in deviant groups.

DOI: 10.17853/1994-5639-2016-10-66-90

Received: 09.07.2016.

Accepted for printing: 12.10.2016.

## **Введение в проблему**

Погружение мировой экономики в рецессию и новые сложные политические и экономические условия спровоцировали многочисленные социальные проблемы, одним из индикаторов которых стало распространение экстремистских идей и агрессивных движений, вовлекающих в свою деятельность молодых людей. По официальным данным, в среднем 80% участников организаций экстремистского толка составляют лица, возраст которых не превышает 30 лет [11]. Политологи называют целый ряд причин «расцвета» агрессивных настроений: обострение социального неравенства, неработающий «социальный лифт», политический кризис и т. п. Молодежь наиболее остро реагирует на социальную неопределенность, с одной стороны, в силу большей восприимчивости к радикальным взглядам и протестным настроениям, с другой – из-за большей пластичности ценностных установок и убеждений [15, 19].

Наиболее конгруэнтной средой для вовлечения молодых людей в экстремистские сообщества является Интернет. Сегодня он не только площадка для коммуникаций обычных пользователей. Его пространство активно осваивают представители преступных сообществ и экстремистских групп, координируя и расширяя возможности своей социально опасной противоправной деятельности [27]. В целях разжигания чувства ненависти и формирования экстремистских настроений среди молодежи Интернет использовался еще с середины 1980-х гг. Так, в начале 1990-х гг. был широко известен сайт Stormfront, ориентированный на вербовку последователей террора [23]. Однако сегодня опасность представляют не только «специализированные» ресурсы. Вербовщики проникают в социальные сети, пользуются чатами, видеохостингами, он-лайн видеоиграми и т. п. Так, по данным финских исследователей, более 65% молодых пользователей Интернет подвергались негативному воздействию со стороны виртуального экстремистского контента [25].

Подобная активность не остается без внимания специалистов, однако мониторинг и блокировка опасного контента не приводят к желаемым результатам, что заставляет взглянуть на проблему под другим углом и предположить, что помимо попыток контроля информационной среды следует обратить пристальное внимание и на объект целенаправленных атак – молодежь – и ее поведение в сети.

## **Интернет как среда и инструмент психологического воздействия**

Современные молодые люди уже не представляют свою жизнь без Интернет. Эта информационная среда стала неотъемлемой частью существования молодежного социума. Без нее практически невозможна не только учебная или профессиональная деятельность, но и частная жизнь молодого человека, а отсутствие доступа к сети приводит к психологическому дискомфорту и появлению «компьютерного голода» [7].

Если в поисковике задать запрос: «Интернет – это», то менее чем за секунду мы получим 48 900 000 ссылок с ответами, например с таким: «С точки зрения обычного пользователя, Интернет – это средство обмена цифровой информацией. С технической точки зрения – это миллиарды компьютеров по всему миру, связанные между собой проводами в единую сеть. Интернет – это колоссальное хранилище знаний, средство обмена личным опытом и свободное СМИ» [18, с. 1]. Интернет – часть той среды, которая окружает молодежь повсеместно: дома, на работе, в образовательных учреждениях... Даже во время личных контактов молодые люди пользуются Интернет, получая и передавая информацию различного содержания. При этом качество и достоверность контента практически никем не контролируется [4, 20].

Исследователи и практики давно задались вопросом: какое психологическое воздействие оказывает Интернет на своих пользователей? При этом под психологическим воздействием понимается социально-психологическая активность одних людей, осуществляемая в различных формах и различными средствами, направленная на других людей и их группы с целью преобразования или изменения психологических характеристик личности (ее взглядов, мнений, отношений, ценностных ориентаций, настроений, мотивов, установок и стереотипов поведения), групповых норм, общественного мнения или переживаний людей, опосредующих их деятельность и поведение [9].

Учитывая уровень погруженности современного среднестатистического представителя молодого поколения в информационную электронную среду, можно однозначно утверждать, что ее воздействие глобально по своим масштабам. Постоянное пребывание в сетевом виртуальном пространстве стало одним из маркеров современного молодежного стиля жизни. Большинство молодых людей взаимодействуют с интернет-пространством через многочисленные девайсы, находясь в он-лайн коммуникации большую часть времени своей активности [4]. В связи с этим в научную практику даже был введен новый термин, характеризующий данную категорию людей, – «онлайн-молодежь» («youth go online») [29].

В то же время среди исследователей нет единого мнения относительно направленности и конструктивности/деструктивности психологического воздействия среды Интернет. Так, Н. С. Козлова пишет: «Мы исходим из того, что само по себе виртуальное пространство не способно изначально задать полюс своего влияния. По сути, Интернет является по отношению к личности индифферентным. Последствия зависят от социально-психологических особенностей лиц, вовлеченных в сеть» [6, с. 275]. Противоположную позицию высказывают М. И. Бочаров и И. В. Симонова, обращающие внимание на наличие в информационно-агрессивной среде Интернет таких негативно влияющих на личность явлений, как распространение порнографии, педофилии, непристойной рекламы, нарушения конфиденциальности и киберхулиганства [1]. К этому же списку можно отнести вовлечение молодых людей в экстремистские группировки и подстрекательство к деструктивным формам поведения [10]. Однако существуют и компромиссные точки зрения, авторы которых признают как позитивные, так и отрицательные стороны электронных коммуникаций [5]. К положительным относятся возможности дистанционного обучения, организации досуга (доступ к новым фильмам, книгам, общение в соответствии со своими увлечениями и хобби и т. д.), обретения друзей и создания семьи, получения дополнительного заработка и т. п. А в качестве негативных проявлений контактов в сети рассматриваются развитие интернет-зависимости [2], большой шанс стать жертвой мошенничества и манипуляций, например сменить мировоззрение под чужим влиянием и пр.

Инструментами интернет-воздействия любой полярности (позитивной и негативной) выступают информационные материалы, креализованные тексты, инициированные дискурсы, игровые сюжеты, видео- и фотоматериалы и пр., которые целенаправленно или стохастично могут изменять ценностные ориентации участников интернет-пространства, корректировать содержание их образа Я и Я-концепции, формировать общественное мнение, политическое сознание, влиять на эмоционально-личностное развитие, в том числе в интересах активизировавшихся экстремистских групп [21]. Этому способствует не только совершенствующиеся технологии, но и специфические «зоны уязвимости» в психологии современной молодежи.

### **Социально-психологические и личностные особенности современной молодежи как пользователей Интернет**

В России, по официальным данным на 2016 г., молодежь как социальная категория насчитывает 27 588 000 человек, что составляет примерно 19% населения страны [17]. Данная социальная группа включает граждан от 15 до 29 лет и состоит из нескольких подгрупп, каждая из ко-

торых отличается уникальным набором возрастных задач и психологических новообразований, а также особой социальной ситуацией развития [13]. Последняя в условиях современного социума претерпела существенную трансформацию и требует детального изучения, так как не только и не столько задает условия развития личности, сколько является самостоятельным и перманентно действующим фактором, который обуславливает ее ключевые изменения и определяет вектор личностного становления. Так, еще Л. С. Выготский указывал на то, что социальная ситуация развития определяется системой отношений человека с окружающей его социальной средой, и подчеркивал, что именно она инициирует динамику возрастных преобразований на протяжении всего онтогенетического периода [3]. Современная же среда, в которой формируется личность подростка и юноши, зачастую крайне агрессивна в силу как научно-технических достижений, так и изменений морально-нравственного порядка.

Интернет является наглядным примером тех преобразований, которые уже произошли в социуме и продолжают происходить, изменяя условия взросления подрастающих поколений. Специалисты, изучающие интернет-среду, указывают на некоторые ее психологические особенности. А. В. Минаков, например, выделяет «эффект дрейфа целей», мифологичность и «эффект азарта» [12]. «Эффект дрейфа целей» состоит в том, что при поиске информации первоначальная цель может заменяться другими: даже при отсутствии результата и психологическая направленность, и интерес человека как бы дрейфуют, т. е. переключаются между многочисленными объектами. Мифологичность проявляется в том, что человек в этой среде приобретает такие возможности, которых у него нет и не может быть в реальной жизни. «Эффект азарта» приводит к смещению при работе с информацией аналитической деятельности на поисковую активность.

В табл. 1 представлена специфика ведущей деятельности подростков, юношей и молодых людей, формирующаяся под влиянием интернет-среды.

Помимо указанных в табл. 1 особенностей ряд авторов связывает с воздействием Интернет иные личностные и социально-психологические характеристики молодых людей. Так, И. А. Симонова, описывая явление социального серфинга как скольжения в персональном ценностном пространстве и отсутствия готовности выбирать, обосновывает развитие данных тенденций редуکتивными особенностями коммуникации в интернет-среде [16]. Д. М. Руденкин с тем же фактором соотносит распространение среди молодежи интолерантного поведения, когда большинство молодых людей готовы назвать «врагом» едва ли не любого произвольно взятого человека; причем значительная часть молодежи признает, что проявить нетерпимость или насилие по отношению к этому «врагу» – вполне нормальная модель поведения [14].

Таблица 1

Изменения в ведущей деятельности современной молодежи под влиянием эффектов интернет-среды

Ведущая деятельность	Эффекты интернет-среды			Искажения в новообразованиях
	Эффект дрейфа целей	Мифологичность	Эффект азарта	
<i>Подростковый возраст</i>				
Интимно-личностное общение	Наличие многочисленных поверхностных контактов в среде Интернет при ограниченном реальном общении. Быстрая смена интересов	Создание собственного вымышленного образа. Приписывание себе несуществующих качеств, опыта и пр.	Склонность к коллекционированию «друзей», включение в многочисленные группы и сообщества. Регулярная повышенная активность на форумах, чатах и пр.	Неадекватно завышенная самооценка, инфантильность, отсутствие собственного мнения, внушаемость
<i>Юношеский возраст</i>				
Учебно-профессиональная деятельность	Наличие разнообразных интересов в различных профессиональных областях. Отсутствие четких жизненных планов (места работы, должности и пр.)	Наличие идеального образа профессионального будущего, далекого от реальности	Ориентация на поиск готового информационного продукта вместо самостоятельной аналитической и творческой деятельности (готовые рефераты, курсовые работы и т. п.)	Несформированность ценностной сферы, отсутствие выраженных профессиональных интересов и мотивов, ориентация на удовлетворение базовых потребностей
<i>Молодость</i>				
Профессиональная деятельность	Сложность в выстраивании карьеры, отсутствие четких планов и профессиональных приоритетов	Предпочтение престижных и наименее энергозатратных видов профессиональной деятельности. Мечты и ожидание быстрой головокружительной карьеры, не оправдывающиеся в реальности	Поиск «удобного» места работы, легкость в смене места и содержания профессиональной деятельности в поисках «лучшего»	Отсутствие системного накопления профессионального опыта, профессиональная некомпетентность. Компенсаторное погружение в виртуальный мир (игры, социальные сети и пр.)



Все вышеперечисленное обуславливает актуальность исследования не только специфики социально-психологических изменений среди молодых людей, но и данных изменений в сопряженности с вырабатываемыми паттернами актуального поведения в интернет-среде.

### **Типология стратегий пользовательского поведения в сети Интернет**

Рассматривая стратегии поведения молодых людей в виртуальном пространстве, необходимо изначально выбрать систему координат, в рамках которой возможна их типологизация, с учетом специфических особенностей активности человека и его направленности на взаимодействие. На наш взгляд, целесообразен подход, выделяющий четыре комплексные стратегии поведения [8], в основе которых лежат разные ориентации человека на взаимодействие со средой (рис. 1).

<b>Изменение дистанции</b> Изменение позиции взаимодействия	<b>Блокирование информации</b> Сохранение позиции взаимодействия
Изменение характеристик субъекта или среды <b>Преобразование</b>	Сохранение характеристик субъекта и среды <b>Контроль</b>

Рис. 1. Пространственное расположение комплексных стратегий поведения

Стратегия «блокирование информации» подразумевает сохранение пространства взаимодействия. Разрешение ситуации происходит за счет временной приостановки взаимодействия субъекта с пространством окружающей среды, субъект не замечает наличия проблемы. Одним из вариантов блокирования информации может быть перевод коммуникации субъекта с окружающей средой на более поверхностный уровень, когда ограничивается поток лично значимой информации со стороны субъекта.

Стратегия «контроль» реализуется за счет установления контроля субъектом над своими характеристиками посредством регуляции собственных реакций, сдерживания себя, ограничения воздействия на себя внешней среды. Фактически данная стратегия предполагает временное «замораживание» взаимодействия субъекта и внешней среды и его порционное подконтрольное субъекту развертывание. В итоге, субъект не стремится к изменению себя или своей индивидуальной поведенческой активности.

Стратегия «изменение дистанции» предполагает направленность действий на изменение позиции субъекта во взаимодействии со средой, когда субъект может самопроизвольно удалиться от неприятной ситуации

или же изгнать из поля взаимодействия носителей стрессогенного воздействия. При формировании поведения он имеет две альтернативные возможности: либо уход из зоны напряженности, реализуемый по принципу «наименьшего сопротивления», либо волевое преодоление проблемы за счет изгнания или отторжения носителей стрессогенного воздействия из зоны своей активности.

Стратегия «преобразование» ориентирована на активное изменение характеристик субъекта, изменение себя и своих особенностей в соответствии с требованиями внешней и внутренней среды. Характерно развитие своего потенциала, накопление и реализация ресурсов. Здесь возможен обоснованный и целенаправленный выбор субъектом новой поведенческой стратегии.

Сопрягая данные стратегии с мотивационными основаниями погружения молодых людей в интернет-среду [2, 20], можно получить характеристику пользовательского поведения молодежи в Интернет (табл. 2).

Таблица 2

Типы пользовательского поведения молодежи в среде Интернет

Тип пользователей Интернет	Степень активности использования интернет-сервисов и услуг			
	Пассивное поведение		Активное поведение	
	Блокирование информации	Изменение дистанции	Контроль	Преобразование
1	2	3	4	5
Общительные	Пользователи социальных сетей, создающие страницы с ограниченным доступом только для близких знакомых из реальной жизни	Пользователи, посещающие социальные сети изредка, поддерживающие контакты с ранее известными по реальной жизни пользователями. Если информация для них неприятна, готовы уйти из сети или заблокировать вызывающих недовольство собеседников. Изредка готовы к активно-	Активные пользователи социальной сети. Вступают в многочисленные группы, готовы высказывать собственное мнение, добавлять комментарии по поводу различных событий. Активно просматривают страницы других пользователей, могут «забанить» посты, если они не соответствуют,	Погруженные в социальные сети, активно включены в жизнь множества сообществ, перенимают новые веянья, активно их применяют в собственном виртуальном и реальном поведении. Являются организаторами интернет-групп, модераторами. Постоянно включены в процесс об-

1	2	3	4	5
		му (агрессивно-му) ответу на приглашение к общению или посту, однако данные проявления ситуативны и единичны	по их мнению, нормам поведения в сети. Собственное поведение в социальном сообществе подчиняется индивидуальным выработанным нормам, следование которым для пользователя обязательно	щения через домашний и мобильный Интернет. Загружают большой объем контента в сеть, преобразуя ее
Самовыражающиеся	Пользователи сайтов видеохостинга и иных ресурсов, где время от времени они выкладывают информацию о себе, собственных увлечениях, достижениях. Однако это происходит нерегулярно. Зачастую ставят ограничение на доступ к выложенной информации. При просмотре информации других пользователей на ресурсе не стремятся ее оценивать или комментировать. Редко интересуются комментариями в отношении своих материалов	Пользователи сайтов видеохостинга, чатов, создают галереи фотографий, однако очень осторожно относятся к комментариям в отношении своих результатов. Могут покинуть сайт или удалить собственный контент, если сталкиваются с неодобрением или критикой. В некоторых случаях сами могут проявить агрессию по отношению к другим пользователям, для того, чтобы изгнать их из «собственного» пространства самовыражения, но не спо-	Активно и планомерно загружают разнообразный контент в сеть с целью создания определенного образа себя, продвижения собственных идей или убеждений. Отслеживают достижения других участников интернет-пространства. Создают регулярные отчеты о событиях собственной жизни, однако не выходят за границы «нормы» в самовыражении, придерживаются четких принципов, декларируют и следуют им. Отстаивают свою точку зрения, легко	Активно скидывают разнообразный контент в Интернет с целью демонстрации себя, собственных возможностей, увлечений, достижений, убеждений. Могут иметь собственный канал на сайтах видеохостинга. Регулярно пополняют галереи, создают тематические альбомы фотографий. Активно просматривают «достижения» других участников интернет-сообществ. Быстро перенимают новинки и опыт других для собственных целей са-

1	2	3	4	5
		<p>собны на длительное противостояние, предпочитают отступить, прервав контакт</p>	<p>вступают в полемику не ради эмоционально-го драйва, а затем, чтобы отстоять свою точку зрения и переубедить оппонента</p>	<p>мопрезентации в среде Интернет. Могут идти на вызывающее, эпатажное поведение в сети для того, чтобы прославиться (в том числе активный «троллинг»). Часто переносят данный стиль поведения в реальную жизнь, продолжая собственный сетевой имидж в «реале». Создают подробные регулярные отчеты о собственной жизни без ремарок и цензуры</p>
<p>Геймеры</p>	<p>Обращаются к сетевым играм время от времени, когда есть необходимость заняться чем-то на время, отвлекаясь от иных дел. Выбор игр ситуативен, непостоянен. Регистрируясь в игре, пытаются указать минимум информации о себе, запрещая обращение к личной ин-</p>	<p>Имеют определенные предпочтения в игровых приложениях. Сначала могут очень активно включаться в игровое пространство, но потом снижают уровень активности. Могут осваивать некоторое время игру, развивать собственного героя, но при столкновении с трудностями</p>	<p>Активные игроки. Имеют четкие предпочтения в играх. Планово развивают свою игровую деятельность или деятельность своих героев. Погружены в нее (возможно присутствие в игре долгое время). Однако всегда есть определенные ограничения, за рамки которых не готовы вы-</p>	<p>Активно погруженные в сетевые игры, проводят за игрой большое количество времени (более 12 часов в сутки или несколько суток подряд). Готовы тратить дополнительные ресурсы (временные, социальные, материальные, финансовые) для достижения результативности игры. Ассоци-</p>

1	2	3	4	5
	<p>формации, отказываются от взаимодействия с другими игроками, если они не являются знакомыми в реальной жизни</p>	<p>отказываются от их преодоления и покидают игру на долгое время или навсегда. Не готовы к использованию дополнительных ресурсов для развития своих возможностей в игре</p>	<p>ходить. Ориентированы на достижение высоких показателей, заинтересованы не столько в игровых событиях, сколько в качестве игровой статистики</p>	<p>ируют себя с выбранным персонажем, наследуя его стиль поведения, внешние атрибуты и пр., переносят ники в реальную жизнь. Активность в основном проявляют в виртуальной, а не реальной жизни, выстраивают реальную жизнь по законам виртуальной игры, т. е. происходит смещение и размытие границ реальности</p>
<p>Зарабатывающие</p>	<p>Издредка обращаются к коммерческим возможностям Интернет. Могут составить коммерческий отзыв, поучаствовать в оплачиваемом маркетинговом исследовании и т. п. Однако не указывают истинную информацию о себе, по которой их можно было бы идентифицировать</p>	<p>Используют интернет-ресурсы для решения актуальных задач, связанных с профессиональной или коммерческой деятельностью – онлайн платежи и переводы, создание сайтов, подача рекламы или объявлений и пр. Избегают проводить дополнительное время в пространстве Интернет. Персональную информацию размещают</p>	<p>Активные пользователи Интернет. Четко планируют свою деятельность в среде, подходят к ней как к трудовой. Выстраивают деятельность исходя из собственных особенностей и приоритетов реальной жизни. Ради коммерческой выгоды в сети не готовы к изменению своего привычного стиля поведения. Активно</p>	<p>Интернет-активность является основным источником дохода (организация интернет-магазинов, коммерческие посты, комментарии и отзывы, участие в маркетинговых кампаниях, профессиональная игра на бирже, разработка программного обеспечения и приложений, участие в фокус-группах, стримство и пр.).</p>

1	2	3	4	5
		только в объеме, необходимом для достижения желаемых результатов, и удаляют ее при достижении цели или по завершении деятельности в Интернет	собирают необходимую информацию в сети, отслеживают основные тенденции, анализируют их для своевременной коррекции собственных планов. Следят в сети за собственной деловой репутацией	Активно собирают целевую информацию во множественных ресурсах сети и размещают собственную информацию. Готовы к изменению собственного привычного стиля поведения, если от этого зависит коммерческий успех в сети. Создают собственные коммерческие проекты в Интернет
Интересующиеся	Время от времени посещают новостные ленты и сайты, информационные ресурсы Интернет. Предпочитают не регистрироваться как постоянные пользователи и не оставлять своего адреса как подписчики	Как правило, имеют несколько «проверенных» новостных сайтов, которые посещают при наличии свободного времени. Если чем-то недовольны, могут отказаться от новостного сайта, так как потеряли доверие к нему, могут быть весьма агрессивны в выражении недовольства в комментариях и оценках данного ресурса. Целенаправленно осу-	Активно и планомерно просматривают новостные и информационные ленты и порталы. Для них важно быть в курсе всего происходящего, важно получение оперативной информации. Держат руку на пульсе, поскольку это может быть важно для их реальной жизни. Могут выступать в роли комментаторов отдельных новостей, внося собственную	Активные подписчики новостных систем, информационных сообществ. Подписаны на различные вебинары, онлайн-семинары, электронные библиотеки, новостные сервисы. В свободное время ведут постоянный мониторинг событий в интересующей их сфере, часто проверяют ленту новостей. Создают клубы по интересам, активно в них

1	2	3	4	5
		<p>щественно по-иск только важной для себя информации, при этом также используют известные интернет-ресурсы, оставляют минимальную информацию о себе при регистрации</p>	<p>оценку события собствен-ный взгляд на информацию. Ориентирова-ны на качество информации в сети</p>	<p>участвуют. Мо-гут вести ин-формационный блог, не пред-полагающий самовыраже-ния, посты в котором но-сят исключи-тельно инфор-мационный ха-рактер. Готовы к социальной активности вне виртуальности, но организо-ванной через сеть (участни-ки флеш-мо-бов, социаль-ных акций, благотвори-тельности и пр.)</p>
<p>Покупа-тели</p>	<p>Совершают ситуативные покупки в Интернет. Как правило, к этому их вынуждают обстоятельства, т. е. невозможность приобрести необходимый товар при непосредственном обращении в магазин. Стараются оставлять минимальную информацию о себе. Могут пользоваться измененными данными о себе или данными</p>	<p>Совершают покупки в Интернет определенных товаров или услуг, но, как правило, нерегулярно и не интенсивно. Знают несколько привычных интернет-магазинов с хорошо знакомым алгоритмом совершения покупки. Могут отказаться от отдельных магазинов, если хотя бы раз их ожидания относительно по-</p>	<p>Активно покупают в среде Интернет. Имеют необходимый опыт и полагаются на него при совершении покупки. Интересуются репутацией интернет-магазина, проверяют ее, могут совершить небольшую пробную покупку для знакомства с уровнем обслуживания и сервисом ресурса. Имеют перечень про-</p>	<p>Активные пользователи интернет-магазинов, совершающие большую часть покупок в сети. Покупки часто комментируются, создаются подробные отзывы о качестве товара и возможностях его использования. Могут быть организаторами клубов покупателей или зарегистрированными участниками сообществ покупателей. Мо-</p>

1	2	3	4	5
	других людей (родственников, знакомых и пр.). Осторожны в отношении электронных систем платежей, при неуверенности в их надежности или возникновении трудностей взаимодействия с ними могут вовсе отказаться от покупки	купки в них не оправдались, хотя прежние покупки вполне удовлетворяли. Могут написать отдельный «гневный» отзыв на некачественный товар, но не отслеживают последующие ответы на него и не стремятся к дальнейшему сотрудничеству с разочаровавшим их интернет-магазином. Могут отказаться даже от необходимой покупки, если не понимают механизма ее совершения или считают его чрезмерно сложным	веренных интернет-магазинов, которым доверяют. Не стремятся к покупке, особенно дорогостоящей, на ресурсах, не вызывающих доверия. Перед покупкой обязательно знакомятся с отзывами других покупателей. Контролируют свои траты в сети Интернет, могут себе устанавливать четкий денежный месячный лимит для совершения покупок в Интернет	гут совершить покупку без необходимости только на основании положительных отзывов других покупателей. Являются подписчиками большого числа интернет-магазинов. Активные пользователи электронных платежных систем

Каждая из описываемых групп молодежи имеет свои «зоны уязвимости» для воздействия экстремистских групп, однако наиболее подвержены влиянию те, кто занимает сверхактивную позицию пользователя Интернет по самым различным мотивационным основаниям. Молодые люди, обладающие высокой он-лайн активностью, но недостаточно прочными связями со своей семьей, а также физически виктимизированные в реальной жизни – это идеальный объект для интернет-воздействия со стороны экстремистов [25], поскольку они не только интенсивно представляют себя в информационном пространстве, но и с легкостью отзываются на его требования и выражают максимальную готовность к изменению своего поведения как в виртуальной среде, так и в реальной жизни (что некоторые авторы связывают с их податливостью нормативному и информационному влиянию действующих в он-лайн режиме деструктивных групп [30]). Так, в исследованиях американских социологов в ходе



опроса более 1000 респондентов было выявлено, что именно высокая готовность к риску и низкая критичность молодых людей делают их уязвимыми для пропаганды экстремизма [22]. При этом само убеждающее воздействие акторами умело скрывается, поскольку излишняя демонстрация насилия или повышенное давление на адресата снижает эффективность влияния экстремистского контента через Интернет [28].

Таким образом, молодые люди зачастую становятся мишенями искусной целенаправленной вербовки экстремистских групп различного толка, что обуславливает необходимость более глубокого анализа и описания их восприимчивости к интернет-воздействию. Исключение составляет тип «покупатели», так как его активность в виртуальной среде объясняется прагматическими и инструментальными целями, которые не объединяются в типические характеристики группы и не создают «зоны уязвимости». Однако представители данной группы могут иметь помимо «покупательского» мотива иные мотивационные основания как пользователи Интернет и включаться в другие группы риска.

### **Группы риска для психологического воздействия среди молодых пользователей Интернет**

Таким образом, исходя из различных мотивационных оснований, признавая комплексную стратегию «преобразование» наиболее уязвимой для внешнего воздействия через среду Интернет, опишем основные группы риска молодежи, готовой к восприятию экстремистских идей.

*Группа молодых людей, ориентированная на общение в среде Интернет.* Восприимчивость представителей данной группы обеспечивается их гиперболизированной потребностью в общении, которая приводит к чрезмерной открытости и доверчивости. Они легко включаются в общение с многочисленными пользователями, не избирательны в установлении контактов, всегда отзываются на приглашение к диалогу и готовы переносить виртуальное взаимодействие в реальную среду. Этим молодых людей вовлекают в экстремистские сообщества, как правило, посредством социальных сетей, форумов и иных открытых для диалога ресурсов (через чаты в видеоиграх, комментарии к событиям и пр.).

*Группа молодых людей, ориентированная на самовыражение в среде Интернет.* Чувствительность этой группы риска формируется за счет их потребности во внимании, признании и восхищении. Их стремление к популярности, славе может приобретать самые разнообразные формы и достигаться с помощью различных средств (фото, видео, постов, мемов, описаний своих достижений и пр.). Привлекают таких юношей и девушек в экстремистские группы посредством активной сверхположительной

оценки их поведения в интернет-пространстве, а также предложений провокационного характера с уникальными и оригинальными идеями для их самовыражения.

*Группа молодых людей, ориентированная на игровую активность в Интернет.* Восприимчивость «геймеров» к воздействию и манипуляции базируется на их максимальной погруженности в игровую среду и размывании границ между виртуальным и реальным миром. Как правило, за счет переноса законов игры в повседневную жизнь молодые люди теряют критичность и адекватность в оценке происходящих с ними событий. Вербовщики, внедряясь в игровое пространство, становятся «своими» и начинают транслировать «нужные» идеи, опираясь на роли и модели поведения компьютерной игры.

*Группа молодых людей, ориентированная на коммерческую деятельность в Интернет.* Воздействие на них представителей экстремистских сообществ выстраивается на основании коммерческих предложений и обещаний материальной выгоды. Изначально предложения не относятся к противоправным действиям, но щедро оплачиваются, постепенно перемещаясь за границу закона. При отказе взаимодействия в ход идут угрозы, шантаж или обещания большого заработка. Зачастую эти молодые люди вовлекаются в экстремистскую деятельность как распространители идей или посредники для вербовки более идеологически подготовленных последователей.

*Группа молодых людей, ориентированная на получение информации в Интернет.* Их чувствительность к воздействию со стороны экстремистов обеспечивается актуализацией их интереса к какой-либо новой и никому не известной информации. Провокация их любопытства может осуществляться посредством самых разнообразных техник – от агрессивной до вызывающей сочувствие. Вербовщики апеллируют к чувству справедливости молодых людей и стремлению к поиску истины.

Работа с представителями любой из групп, как правило, строится по одному алгоритму (рис. 2).

Однако необходимо заметить, что не только сама характеристика экстремистского воздействия и его технология имеют значение для процесса вовлечения молодых людей в антисоциальную деятельность – важными факторами также являются особенности общения этих молодых людей в реальной жизни (дефицитарность, деформированность и пр.) [26], уровень их доверия к себе и миру [24], отношения с близкими людьми [25] и т. д. При наличии определенного типа активности в интернет-среде и каких-либо социально-психологических проблем человек наиболее подвержен влиянию представителей экстремистских сообществ.

Тип пользователей Интернет	Шаг 1	Шаг 2	Шаг 3	Шаг 4	Шаг 5	Шаг 6
	«Зацепка»	Аффилиация	Оценка	Когниция	Эмоция	Поведение
<b>Общительные</b>	Установление контакта, провокация диалога	Формирование заинтересованного неравнодушного отношения к актору	Выявление индивидуальных «болевых точек»	Индивидуальное информационное воздействие, вовлечение в диалог на околоэкстремистские и экстремистские темы	Формирование желаемого образа отношения адресата к экстремистскому поведению	Формирование готовности к экстремистскому поведению
<b>Самовыражающиеся</b>	Одобрение самовыражения					
<b>Геймеры</b>	Совместная игровая деятельность, вхождение в команду					
<b>Зарабатывающие</b>	Коммерческое предложение «невинного толка» для «легкого» заработка					
<b>Интересующиеся</b>	Формирование импульса к любопытству					

Рис. 2. Алгоритм вовлечения молодежи (групп риска) в экстремистскую деятельность

Указанные на рис. 2 стадии в виде «шагов» демонстрируют психологический механизм воздействия на личность посредством ее максимальной включенности в определенные сервисы и услуги Интернет. Безусловно, человек может сочетать в своей виртуальной активности несколько типов пользовательского поведения, что значительно расширяет его зоны уязвимости для вовлечения в экстремистские сообщества.

## **Выводы**

1. Интернет – информационный ресурс, которым с разной степенью активности пользуется значительная часть населения планеты. Это делает его, с одной стороны, максимально комфортной средой для коммуникации, а с другой – инструментом для трансляции самых разных идей, в том числе и экстремистской направленности.

2. Молодежь – это те возрастные группы, которые наиболее часто используют сеть Интернет. При этом информационная среда уже становится полноценным фактором социальной ситуации их развития, что изменяет как ведущую деятельность в каждом возрастном периоде, так и психические новообразования.

3. В зависимости от предпочтений сервисов и ресурсов Интернет можно выделить основные типы пользователей этой сети, которые при наложении их на варианты взаимодействия систематизируются в группы, отличающиеся как по мотивационным основаниям, так и по специфике виртуальной активности. Группами риска являются те молодые люди, которые помимо максимальной включенности в интернет-среду готовы меняться под ее воздействием.

4. Интернет-воздействие экстремистских групп предполагает выполнение относительно универсального алгоритма, где от специфики группы риска молодежи меняется только начальная стадия завязывания контакта с потенциальным адресатом воздействия. Последующая логика вовлечения в экстремистское сообщество предполагает мотивационные, аффилиативные, оценочные, когнитивные, эмоциональные и поведенческие шаги.

*Статья рекомендована к публикации  
д-ром психол. наук, проф. Э. Э. Сьманюк*

## **Литература**

1. Бочаров М. И., Симонова И. В. Превентивные средства и методы противодействия негативным воздействиям на личность со стороны информационно-агрессивной среды Интернет // Научный поиск. 2014. № 2.2. С. 6–16.

2. Войскунский А. Е. Концепции зависимости и присутствия применительно к поведению в Интернете // Медицинская психология в России. 2015. № 4 (33). С. 6.

3. Выготский Л. С. Проблема возраста // Выготский Л. С. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 4. Москва: Педагогика, 1984. С. 244–268.

4. Карпова Д. Н. Интернет-коммуникация: новые вызовы для молодежи // Вестник МГИМО Университета. 2013. № 5 (32). С. 208–212.

5. Келейнова М. Е., Паклина В. В. Воздействие Интернета на развитие детей: позитивные и негативные факторы // Известия института систем управления СГЭУ. 2015. № 2 (12). С. 55–59.

6. Козлова Н. С. Влияние интернет-среды на личность и ее жизнедеятельность // Знание. Понимание. Умение. 2015. № 3. С. 274–283.
7. Кондратьева Т. В. Воздействие искусственного интеллекта на личность // Человек в системе социокультурных отношений: сборник научных статей. Москва: Фонд Новое тысячелетие, 2000. Вып. 3. С. 101–112.
8. Кружкова О. В. Диспозиции защитного и совладающего поведения личности: теоретический конструкт и эмпирическая модель // Ярославский педагогический вестник. 2012. Т. 2. № 3. С. 222–227.
9. Крысько В. Г. Психология и педагогика. Вопросы – ответы. Структурные схемы: учебное пособие для вузов. Москва: ЮНИТИ, 2004. 367 с.
10. Кубякин Е. О. Молодежный экстремизм в сети Интернет как социальная проблема // Историческая и социально-образовательная мысль. 2011. № 4 (9). С. 149–152.
11. Меркурьев В. В., Агапов П. В. Криминологическая характеристика преступности, связанной с организацией экстремистского сообщества // Криминологический журнал Байкальского государственного университета экономики и права. 2013. № 1. С. 26–35.
12. Минаков А. В. Некоторые психологические свойства и особенности Интернет как нового слоя реальности [Электрон. ресурс]. Режим доступа: [http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/minakov\\_some\\_psihological\\_properties/](http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/minakov_some_psihological_properties/) (дата обращения 31.10.2016).
13. Молодежь в России. 2010: сборник статей / ЮНИСЕФ, Росстат. Москва: Статистика России, 2010. 166 с.
14. Руденкин Д. В. Интолерантность как ценностная установка российской молодежи: причины и следствия // Вестник Уральского института экономики, управления и права. 2014. № 4 (29). С. 89–101.
15. Руденкин Д. В., Руденкина А. И. Как виртуальные социальные сети влияют на динамику политического протеста в обществе? // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2016. № 4. С. 3.
16. Симонова И. А. Социальный серфинг: выбор не выбирать // Человек перед выбором в современном мире: проблемы, возможности, решения: материалы Всероссийской научной конференции. Москва (ИФ РАН), 27–28 октября 2015 г.: в 3 т. Москва: Научная мысль, 2015. Т. 2. С. 264–267.
17. Федеральная служба государственной статистики [Электрон. ресурс]. Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/) (дата обращения 31.10.2016).
18. Что такое Интернет? [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://novichkam.info/uchebnik/bazovyye-znaniya/chto-takoe-internet/?i=1> (дата обращения 31.10.2016).
19. Чупров В. И., Зубок Ю. А. Экстремизм среди молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2009. № 1 (89). С. 146–166.
20. Шабшин И. О психологических особенностях общения в Интернете // Московский психотерапевтический журнал. 2005. № 1. С. 158–182.

21. Angie A. D., Davis J. L., Allen M. T., Byrne C. L., Ruark G. A., Cunningham C. B., Hoang T. S., Bernard D. R., Hughes M. G., Connelly S., O'ha-  
ir H. D., Mumford M. D. Studying Ideological Groups Online: Identification and  
Assessment of Risk Factors for Violence // *Journal of Applied Social Psychology*.  
2011. Vol. 41. Issue 3. P. 627–657.
22. Costello M., Hawdon J., Ratliff T., Grantham T. Who views online extre-  
mism? Individual attributes leading to exposure // *Computers in Human Behavi-  
or*. 2016. Vol. 63. P. 311–320.
23. Lennings C. J., Amon K. L., Brummert H., Lennings N. J. Grooming for  
terror: The internet and young people // *Psychiatry, Psychology and Law*. 2010.  
Vol. 17. Issue 3. P. 424–437.
24. Näsi M., Räsänen P., Hawdon J., Holkeri E., Oksanen A. Exposure to  
online hate material and social trust among Finnish youth // *Information Tech-  
nology and People*. 2015. Vol. 28. Issue 3. P. 607–622.
25. Oksanen A., Hawdon J., Holkeri E., Näsi M., Räsänen P. Exposure to  
online hate among young social media users // *Sociological Studies of Children  
and Youth*. 2014. Vol. 18. P. 253–273.
26. Pauwels L., Schils N. Differential Online Exposure to Extremist Content  
and Political Violence: Testing the Relative Strength of Social Learning and Com-  
peting Perspectives // *Terrorism and Political Violence*. 2014.
27. Pyrooz D. C., Decker S. H., Moule R. K. Criminal and Routine Activities  
in Online Settings: Gangs, Offenders, and the Internet // *Justice Quarterly*. 2015.  
Vol. 32. Issue 3. P. 471–499.
28. Taylor W. D., Johnson G., Ault M. K., Griffith J. A., Rozzell B., Con-  
nelly S., Jensen M. L., Dunbar N. E., Nes A. M. Ideological group persuasion:  
A within-person study of how violence, interactivity, and credibility features influ-  
ence online persuasion // *Computers in Human Behavior*. 2015. Vol. 51. Issue  
PA. P. 448–460.
29. Wakefield M. A., Rice C. J. The Impact of Cyber-Communication on To-  
day's Youth // *Professional Counseling Digest*. 2008. P. 8.
30. Wojcieszak M. «Don't talk to me»: Effects of ideologically homogeneous  
online groups and politically dissimilar offline ties on extremism // *New Media  
and Society*. 2010. Vol. 12. Issue 4. P. 637–655.

## **References**

1. Bocharov M. I., Simonova I. V. Preventive means and methods to counter  
the negative effects on the person by the information and corrosive environment of  
the Internet. *Nauchnyj poisk*. [Scientific Search]. 2014. № 2.2. P. 6–16. (In Russian)
2. Vojskunsij A. E. Conception of addiction and presence in relation to the  
behavior of the Internet. *Medicinskaja psihologija v Rossii*. [Medical Psychology in  
Russia]. 2015. № 4 (33). P. 6. (In Russian)
3. Vygotskij L. S. Problema vozrasta. [Collected Works]. *Sobranie sochine-  
nij: v 6 t. T. 4*. [The problem of age. In 6 volumes. Vol. 4]. Moscow: Publishing  
House Pedagogika. [Pedagogy]. 1984. P. 244–268. (In Russian)

4. Karpova D. N. Internet communication: new challenges for youth. *Vestnik MGIMO Universiteta*. [Bulletin of the MGIMO University]. 2013. № 5 (32). P. 208–212. (In Russian)
5. Kelejnova M. E., Paklina V. V. The impact of the Internet on children's development: positive and negative factors. *Izvestija instituta sistem upravljenja SGJeU*. [Proceedings of Institute of Management Systems of Samara State Economic University]. 2015. № 2 (12). P. 55–59. (In Russian)
6. Kozlova N. S. Influence of Internet Environment on the individual and his ability to live. *Znanie. Ponimanie. Umenie*. [Knowledge. Understanding. Skill]. 2015. № 3. P. 274–283. (In Russian)
7. Kondratyeva T. V. The impact of artificial intelligence on the identity. *Sb. nauch. st. «Chelovek v sisteme sociokul'turnyh otnoshenij»*. [Collection of Scientific Articles: Man in the System of Socio-Cultural Relations]. Moscow, 2000. Vol. 3. P. 101–112. (In Russian)
8. Kruzhkova O. V. Dispositions protective and coping personality: theoretical construct and empirical model. *Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik*. [Yaroslavl Pedagogical Bulletin]. 2012. T. 2. № 3. P. 222–227. (In Russian)
9. Kryško V. G. Psihologija i pedagogika. Voprosy – otvety. Strukturnye shemy. [Psychology and pedagogy. Questions – Answers. Structural schemes]. Moscow: Publishing House JuNITI 2004. 367 p. (In Russian)
10. Kubjakin E. O. Youth extremism on the Internet as a social problem. *Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja mysl'*. [Historical and Socio-Educational Thought]. 2011. № 4 (9). P. 149–152. (In Russian)
11. Merkurjev V. V., Agapov P. V. Criminological characteristics of crime associated with the organization of an extremist community. *Kriminologicheskij zhurnal Bajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta jekonomiki i prava*. [Kriminologicheskij Journal of the Baikal State University of Economics and Law]. 2013. № 1. P. 26–35. (In Russian)
12. Minakov A. V. Nekotorye psihologicheskie svojstva i osobennosti Internet kak novogo sloja real'nosti. [Some psychological properties and features of the Internet as a new layer of reality]. 2016. Available at: [http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/minakov\\_some\\_psihological\\_properties/](http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/minakov_some_psihological_properties/). (In Russian)
13. Molodezh' v Rossii. 2010: Stat. sb. JuNISEF, Rosstat. [Youth in Russia. 2010: Collected Works. UNICEF, Rosstat]. Moscow: Statistika Rossii. [Russian Statistics]. 2010. 166 p. (In Russian)
14. Rudenkin D. V. Intolerance as a value orientation of the Russian youth: causes and consequences. *Vestnik Ural'skogo instituta jekonomiki, upravljenja i prava*. [Herald of the Ural Institute of Economics, Management and Law]. 2014. № 4 (29). P. 89–101. (In Russian)
15. Rudenkin D. V., Rudenkina A. I. As a virtual social network influence the dynamics of political protest in the society? *APRIORI. Serija: Gumanitarnye nauki*. [APRIORI. Series: Humanities]. 2016. № 4. P. 3. (In Russian)
16. Simonova I. A. Social surfing: the choice is not to choose. *Chelovekpered vyborom v sovremennom mire: problemy, vozmozhnosti, reshenija: materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii 27–28 oktjabrja 2015 g., IF RAN (Moskva)*. [Man

*Faced with a Choice in the Modern World: Challenges, Opportunities and Solutions. Proceedings of the Scientific Conference, October 27–28, 2015, IF RAN (Moscow)*. Moscow: Publishing House Nauchnaja mysl'. [Scientific Thought]. 2015. Vol. 2. P. 264–267. (In Russian)

17. Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki. [The Federal State Statistics Service]. 2016. Available at: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/). (In Russian)

18. Chto takoe Internet? [What is the Internet?]. Available at: <http://novichkam.info/uchebnik/bazovyye-znaniya/chto-takoe-internet/?i=1>. (In Russian)

19. Chuprov V. I., Zubok Ju. A. Extremism amongst young people. *Monitoring obshhestvennogo mneniya: jekonomicheskie i social'nye peremeny*. [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. 2009. № 1 (89). P. 146–166. (In Russian)

20. Shabshin I. On the psychological characteristics of communication on the Internet. *Moskovskij psihoterapevticheskij zhurnal*. [Moscow Psychotherapeutic Journal]. 2005. № 1. P. 158–182. (In Russian)

21. Angie A. D., Davis J. L., Allen M. T., Byrne C. L., Ruark G. A., Cunningham C. B., Hoang T. S., Bernard D. R., Hughes M. G., Connelly S., O'hair H. D., Mumford M. D. Studying Ideological Groups Online: Identification and Assessment of Risk Factors for Violence. *Journal of Applied Social Psychology*. 2011. Vol. 41. Issue 3. P. 627–657. (Translated from English)

22. Costello M., Hawdon J., Ratliff T., Grantham T. Who views online extremism? Individual attributes leading to exposure. *Computers in Human Behavior*. 2016. Vol. 63. P. 311–320. (Translated from English)

23. Lennings C. J., Amon K. L., Brummert H., Lennings N. J. Grooming for terror: The internet and young people. *Psychiatry, Psychology and Law*. 2010. Vol. 17. Issue 3. P. 424–437. (Translated from English)

24. Näsi M., Räsänen P., Hawdon J., Holkeri E., Oksanen A. Exposure to online hate material and social trust among Finnish youth. *Information Technology and People*. 2015. Vol. 28. Issue 3. P. 607–622. (Translated from English)

25. Oksanen A., Hawdon J., Holkeri E., Näsi M., Räsänen P. Exposure to online hate among young social media users. *Sociological Studies of Children and Youth*. 2014. Vol. 18. P. 253–273. (Translated from English)

26. Pauwels L., Schils N. Differential Online Exposure to Extremist Content and Political Violence: Testing the Relative Strength of Social Learning and Competing Perspectives. *Terrorism and Political Violence*. 2014. (Translated from English)

27. Pyrooz D. C., Decker S. H., Moule R. K. Criminal and Routine Activities in Online Settings: Gangs, Offenders, and the Internet. *Justice Quarterly*. 2015. Vol. 32. Issue 3. P. 471–499. (Translated from English)

28. Taylor W. D., Johnson G., Ault M. K., Griffith J. A., Rozzell B., Connelly S., Jensen M. L., Dunbar N. E., Ness A. M. Ideological group persuasion: A within-person study of how violence, interactivity, and credibility features influence online persuasion. *Computers in Human Behavior*. 2015. Vol. 51. Issue PA. P. 448–460. (Translated from English)



29. Wakefield M. A., Rice C. J. The Impact of Cyber-Communication on Today's Youth. *Professional Counseling Digest*. 2008. P. 8. (Translated from English)

30. Wojcieszak M. «Don't talk to me»: Effects of ideologically homogeneous online groups and politically dissimilar offline ties on extremism. *New Media and Society*. 2010. Vol. 12. Issue 4. P. 637–655. (Translated from English)