

Воат Алексей Александрович

**ТЕХНОЛОГИИ СРЕДЫ ИНТЕРНЕТ КАК АКТИВНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ВЕРБОВОЧНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕСТРУКТИВНЫХ КУЛЬТОВ И ТРАНСФОРМАЦИИ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ**

Статья посвящена исследованию современных техник вовлечения людей в деструктивные культы в Интернете, а также процессу трансформации массового сознания под воздействием данных инструментов. Анализируются новые возможности использования современных манипулятивных технологий в процессе социального контроля.

Статья также рассматривает роль средств интернет-рекламы в процессе формирования стереотипов и массовых установок.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/18.html

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и
искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (43): в 3-х ч. Ч. I. С. 63-66. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

10. **Серебрянников В. В.** Политические основы военной доктрины, характер новых угроз безопасности России и противодействие им невоенными средствами // Вестник Академии военных наук. 2007. № 1. С. 64-69.
11. **Тимошев Р. М.** Военная безопасность личности, общества и государства // Военно-философский вестник. 2008. № 1. С. 43-46.
12. **Фатеев К. В.** Обеспечение военной безопасности Российской Федерации: теория и практика правового регулирования: автореф. дисс. ... д-ра юрид. наук. М., 2012. 38 с.
13. **Хрусталёв Е. Ю., Цымбал В. И.** Военная безопасность России: замыслы и реалии // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 1.
14. **Щипалов В. В.** Исследование методов поддержки принятия решений высшим военно-политическим руководством по стратегическим вопросам военной безопасности Российской Федерации // Военная безопасность Российской Федерации в XXI веке: сб. науч. ст. / под общ. ред. А. В. Квашнина. М.: ГИИ ВС РФ, 2004. С. 191-211.

ACTIVITY IDEA OF ROOTING "MILITARY SECURITY" CONCEPT IN CULTURE: SEMIOTIC SECTION

Vershilov Sergei Anatol'evich, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor
Branch of Military Educational and Scientific Center of Air Force "Air Force Academy" (Krasnodar)
vershil@mail.ru

The article reveals the activity idea of rooting the concept "military security" in culture. This idea has only fragmentary been represented in available scientific studies related to this problematic. The author analyzes the problem stated in the theme of the article through the symbolization of three orders: the interpretation of the awareness of vulnerability; the interpretation of adequate response and the dynamic achievement of desired goal.

Key words and phrases: military security; concept; culture; dynamics of achieving desired goal; adequate response; awareness of vulnerability.

УДК 1; 17:241

Философские науки

Статья посвящена исследованию современных техник вовлечения людей в деструктивные культы в Интернете, а также процессу трансформации массового сознания под воздействием данных инструментов. Анализируются новые возможности использования современных манипулятивных технологий в процессе социального контроля. Статья также рассматривает роль средств интернет-рекламы в процессе формирования стереотипов и массовых установок.

Ключевые слова и фразы: деструктивный культ; манипулирование; массовое сознание; установки; стереотипизация; вирусный маркетинг; вербовочные техники.

Воат Алексей Александрович, к. филос. н.

Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет
Rgufk-voat@mail.ru

ТЕХНОЛОГИИ СРЕДЫ ИНТЕРНЕТ КАК АКТИВНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ВЕРБОВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕСТРУКТИВНЫХ КУЛЬТОВ И ТРАНСФОРМАЦИИ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ[©]

Современные общественные изменения последних десятилетий, процесс глобализации, активный рост и развитие социальных сетей, различные трансформационные социальные процессы, а также интенсивное проникновение новых информационных технологий во все сферы человеческой жизни, активное использование Интернета как нового глобального коммуникативного инструмента привели к новой социальной реальности, которая, безусловно, отличается от всех других, предшествующих ей типов.

В поле современного информационного общества в качестве определенной семантической системы, внутри которой сопрягаются индивидуальная и коммуникативная части, получило свое бурное развитие рекламно-информационное пространство, выполняющее не только функцию информирования, но и создавшее новую социальную реальность. Его генезису активно поспособствовало развитие таких инструментов и технологий, как мобильная, беспроводная и цифровая связь, компьютерная техника, электронные сети и системы, появление новых электронных коммуникативных средств, что в корне трансформировало практически все уровни и сферы общественной жизни, включая и рекламную индустрию.

Многие исследователи напрямую связывают глобализационные процессы с усовершенствованием средств коммуникации, в частности, с развитием Интернета и интернет-технологий, которые ускоряют и облегчают взаимосвязь между отдельными индивидами и целыми нациями [4].

Целью данной работы является анализ современных рекламных технологий среды Интернет, используемых деструктивными культами при вербовочной деятельности.

Поставленная цель обусловила следующие задачи исследования:

1. описать современные прямые и скрытые рекламные средства, применяемые деструктивными культурами в своей деятельности;
2. описать основные направления вербовки деструктивных культов в социальных сетях;
3. указать основные задачи рекламного воздействия деструктивных культов на массовое сознание;
4. выделить отличительные особенности рекламных техник, активно используемых деструктивными культурами.

Современная реклама в Сети создала новый особый продукт – многокомплексную знаковую систему, воздействующую на человека практически через все основные каналы восприятия. Данный инструмент успешно и активно стали использовать в своей работе многие деструктивные культы при вербовочной деятельности.

Сетевые массмедиа способствуют значительному изменению рекламных продуктов и появлению стиля «онлайн». Существует несколько видов сетевой рекламы, которую активно используют тоталитарные секты; самым распространенным из них на данный момент является баннерная реклама, которая представляет собой картинки, размещенные на страницах сайтов. Эти изображения бывают различных размеров и расширений, которые созданы с использованием «flash»-технологий векторной графики.

Баннеры также могут содержать звуковые, анимационные и видеоэффекты, усиливающие впечатление от увиденного. Более дешевым видом интернет-рекламы является контекстная реклама, или, как ее еще называют, текстовые ссылки. Ее, так же как и баннерную рекламу, чаще всего размещают на тематических сайтах и сайтах с высокой посещаемостью. Контекстная реклама дешевле, чем баннерная, но, несмотря на это, откликов аудитории на такой вид рекламы зачастую гораздо больше.

По каналам передачи в Интернете основные рекламные техники, которые используют деструктивные культы, разделяются на прямые и скрытые.

К главным **прямым** рекламным вербовочным средствам относятся:

- основные сайты деструктивных культов;
- видеоканалы сект;
- онлайн-трансляции собраний;
- баннерная реклама (картинки и баннеры, содержащие звуковые, анимационные и видеоэффекты, усиливающие впечатление от увиденного);
- сектантские рекламные ролики;
- спам (как почтовый, так и адресный (почтовые серверы, *ICQ*, агент, соц. сети)), адресная рассылка которого происходит на основании сегментации клиентоориентированных баз;
- сектантские семинары, конференции и служения в режиме онлайн;
- сектантская вербовочная деятельность через скайп, *ovvo*, и другие программы.

Среди **скрытых** рекламных средств и интернет-техник, которые активно применяют деструктивные культы, выделяют следующие:

- контекстная реклама сект;
- «чистка» поисковиков сектами, изменение рейтинга сайтов в поисковых системах;
- создание новостного и информационного повода в среде Интернет;
- прикрывающие организации и их вербовочные сайты (например, некоторые деструктивные культы в своем составе имеют много дочерних организаций, которые прямо не указывают на свою принадлежность к ним, однако вся их деятельность направлена на привлечение новых adeptов в секты и сбор денежных средств для них);
- использование почтовых ресурсов *Google* и Яндекс для ведения сектантской деятельности, создание на их основе файловых хранилищ и баз сект.

Следующей активно используемой площадкой для вербовки в тоталитарные секты в среде Интернет являются **социальные сети**, конечным продуктом которых являются процессы социально-групповой идентификации [6]. Следует отметить, что представляется очевидной связь между процессами трансформации социально-ценностных ориентаций граждан и существенным влиянием на них информации внутри социальных сетей [2, с. 62]. В данном поле применяются следующие техники:

- создание сектантских групп;
- прямая реклама и приглашения на различные вербовочные события;
- спам-рассылка;
- вирусный маркетинг (*WOM*-технологии) по различным схемам (с использованием яркого аудио- и видеоконтента);
- вербовка через группы «по интересам»;
- блоггинг (создание трансформированного общественного мнения при помощи написания заказных статей, комментариев в блогах от множества «купленных» пользователей или активных adeptов. В результате до целевой аудитории доводится заведомо ложная информация. Широко известны такие методы, как создание тематических блогов в социальных сетях, размещение комментариев на чужих блогах, «любительского» видео на «YouTube», а также других сервисах, предоставляющих услуги хостинга видеоматериалов).

Одним из самых эффективных методов современных электронных технологий СМИ, активно применяемых современными тоталитарными сектами, является *WOM* (Word of mouth), так называемое «сарафанное радио». Уделим данному методу особенное внимание.

WOM – это способ передачи информации в процессе личного общения: рекомендации, советы, оценки и т.п. Это может быть разговор (в том числе телефонный), обмен *SMS* и *e-mail*, диалог в чате, соцсетях или *ICQ*, обмен мнениями в комментариях блога, на форуме или доске сообщений.

Технологии «сарафанного радио» – идеальный вариант для рекламы, так как люди охотно верят своим знакомым и больше доверяют мнению, высказанному в личном общении, нежели СМИ и средствам прямой рекламы. Однако такую доверчивость очень успешно используют сектанты-вербовщики. Почему? Ответ очевиден: традиционные медиаканалы перегружены рекламой, современная аудитория стала лучше разбираться в маркетинговых приемах и стала циничной. «Расцвели» новые технологии персональных коммуникаций, такие как блоги, форумы, *ICQ*, *SMS*, которые во многом заменили стандартные СМИ и оттянули на себя доверие и внимание целевой аудитории потенциальных жертв.

Современные *WOM*-технологии представляют собой целый комплекс средств, который включает следующие техники:

- распространение слухов;
- блоггинг (например, в блогах девушки больше делают акцент на личной информации) [4];
- вирусный маркетинг;
- группы поддержки (*grassroots*);
- спонсорство;
- «посольские» программы (*ambassador program*; миссионерская активность нанятых знаменитостей);
- техника высказывания мнения знаменитостей (в том числе, через социальные сети в Интернете): сообщение передается через ключевые фигуры, имеющие авторитет в определенном сегменте целевой аудитории;
- видео, которое не попадает в рекламную ТВ-ротацию по соображениям цензуры;
- агенты влияния в форумах и блогах «социальных сетей» [3, с. 46].

В вирусном маркетинге различные деструктивные культы создают яркий и креативный видеоконтент, который затем распространяется в социальных сетях, на популярных видеохостингах, порталах и т.п. Ролики, тексты и другая вирусная информация также передается между пользователями в виде рекомендуемых ссылок, в результате чего информация ассоциируется, скорее, с досугом, нежели с навязанным рекламным обращением и приглашением на вербовочное мероприятие.

Одной из главных отличительных особенностей большинства скрытых рекламных техник, активно используемых деструктивными культами, является обман при вербовке посредством обращенности рекламного сообщения к эмоциям людей, при этом создается возможность никак рационально не обосновывать аргументы, распространяемые в рекламном продукте [1, с. 48]. Для этого в поле рекламно-информационного пространства создаются и продвигаются «нужные» рекламозаказчику установки, стереотипы и рекламные образы, при производстве которых рекламное обращение нацеливается на различные чувства и эмоции рекламополучателя, например, страх, смятение, ненависть, презрение, гордыня, тщеславие, чувство собственного достоинства.

Реклама, содержащая яркий и запоминающийся контент, несомненно, активно воздействует на людей и трансформирует их взгляды на определенные субъекты. Мультимедийные рекламные продукты, содержащие в себе различные креативные картинки, лаконично подобранный текст и звуковой ряд, охотно транслируются в Интернете и социальных сетях, вирусный ролик интернет-пользователи смотрят с большим интересом, по собственному желанию или рекомендации друзей. Конверсия (процент людей, которые после просмотра рекламного обращения переходят на сайт-ссылку) у баннеров составляет до 0,5%, а вирусные проекты дают от 7% до 26% [5, с. 87]. И, поэтому, данную рекламную технику активно используют в своей вербовочной деятельности многие деструктивные культы.

В целом основные задачи рекламного воздействия деструктивных культов сводятся к подавлению, изменению, а затем и разрушению существующих в сознании жертвы тех представлений, понятий и убеждений, которые не угодны секте, а также к внедрению и закреплению желательных и полезных для адептов деструктивных культов взглядов, установок, мнений и представлений, а также трансформации массового сознания.

Подытожив вышеуказанные тенденции, следует указать на то, что воздействие инструментов рекламно-информационного пространства на массовое сознание в настоящее время стало новой социальной реальностью, которая оказывает огромное воздействие все уровни и сферы общественной жизни, активно пронизывая и переплетаясь с ними. Безусловно, исследование данного социального феномена, его основ и причин, технологий, которые активно используются для воздействия на массовое сознание, определение способов противодействия данным неэтичным техникам социального контроля особенно актуально в настоящее время.

Материалы данного исследования имеют теоретическую и практическую значимость. Вклад в теорию обусловлен тем, что они могут быть использованы при разработке ряда вузовских лекционных курсов: молодежные субкультуры, новые религиозные движения, профилактика девиантного поведения молодежи.

Практическая значимость исследования состоит в том, что результаты работы могут быть применены для решения задач прикладного характера в рекламной сфере, при разработке тех положений, которые принимаются на федеральных и региональных уровнях закона, призванных нейтрализовать негативное влияние деятельности деструктивных культов на российское общество. Также данные исследования могут быть использованы консультантами по выходу из деструктивных культов, специалистами в области рекламы, психологами, журналистами.

Список литературы

1. **Дворкин А. Л.** Сектоведение. Тоталитарные секты. Опыт систематического исследования. Изд-е 3-е, переработ. и доп. Н. Новгород: Христианская библиотека, 2012.
2. **Заморский В. В.** Роль социальных сетей в ценностных трансформациях молодежи // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 5 (31): в 2-х ч. Ч. II. С. 60-63.
3. **Керби Д., Марсден П.** Маркетинг «из уст в уста»: вирусный, «сарафанный» и маркетинг разговоров. М.: Вершина, 2007.
4. **Музыкаина Е. В.** Амбивалентность глобализации и путь развития // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 3 (41): в 2-х ч. Ч. I. С. 107-110.
5. **Ольшевский А. С., Ольшевская А. С.** Негативные PR-технологии. М.: Инфра-М, 2004.
6. **Boyd D.** Taken out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics Berkeley [Электронный ресурс]. 2008. 525 p. URL: www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf (дата обращения: 10.02.2014).

**INTERNET MEDIUM TECHNOLOGIES AS ACTIVE MEANS FOR RECRUITMENT ACTIVITY
OF DESTRUCTIVE CULTS AND TRANSFORMATION OF MASS CONSCIOUSNESS**

Voat Aleksei Aleksandrovich, Ph. D. in Philosophy
St. Tikhon's Orthodox University
Rgufk-voat@mail.ru

The article is devoted to the study of the modern techniques of peoples' involvement in destructive cults on the Internet as well as the process of mass consciousness transformation under the influence of these instruments. The new opportunities of using modern manipulative technologies in the process of social control are analyzed. The article also considers the role of Internet advertising means in the process of stereotypes and mass tenets formation.

Key words and phrases: destructive cult; manipulation; mass consciousness; tenets; stereotyping; virus marketing; recruitment techniques.

УДК 347.411

Юридические науки

В статье рассматривается появление и становление принципов отечественного обязательственного права. Автором анализируются нормативно-правовые акты и отечественная теоретико-правовая доктрина – труды ученых дореволюционного, советского и современного периодов. На этой основе вычленяются проблемы, связанные с устоявшейся системой принципов обязательственного права (понятие, виды, признаки), которые требуют дальнейшего изучения и осмысления.

Ключевые слова и фразы: принципы обязательственного права; принципы гражданского права; свобода договора; история гражданского права; цивилистика.

Волос Алексей Александрович

Саратовская государственная юридическая академия
volos_alexey@zakon.ru

**ПРИНЦИПЫ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОБЯЗАТЕЛЬНОГО ПРАВА:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ[©]**

Непосредственно перед изучением сущности, отличительных признаков и видов принципов отечественного обязательственного права, необходимо рассмотреть вопрос об их становлении и развитии.

Начало доктринального изучения вопросов, связанных с принципами российского права, связано с трудами ученых дореволюционного периода. Подобные исследования базировались, прежде всего, на том нормативном материале, который был создан в XIX веке. Это, в первую очередь, X том Свода законов Российской империи, изданный в 1832 году. Указанный документ не имел четко зафиксированных принципов, но при его изучении можно сделать вывод о том, что его создатели все же руководствовались некоторыми основополагающими положениями. Так, в обязательственном праве прослеживается тенденция к реализации таких начал частного права, как свобода договора, автономия воли сторон, стабильность обязательства и других. Данные принципы находят свое отражение как в общих положениях об обязательствах, так и применительно к отдельным видам договоров.

Например, установлено, что договаривающимся сторонам оставляется на волю заключить договор по обоюдному согласию и по их усмотрению всякие условия (ст. 1530). Применительно к договору найма это положение раскрывается в следующем. Стороны могут помимо существенных условий соглашения (предмет найма, срок, цена) включить в него любые другие условия, «законам непротивные», например: права и обязанности хозяина