

УДК 316.64

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРАВОВОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

Д. П. Лямин

старший преподаватель кафедры 121,  
исследователь в области социальной психологии,  
Военная академия Республики Беларусь  
e-mail: [d.turizm@yandex.ru](mailto:d.turizm@yandex.ru)

*Аннотация.* В данной статье автор раскрывает некоторые особенности правового воспитания молодежи, а также противодействия деструктивным источникам информации в этой сфере. Особое внимание уделяется возможности использования современных информационных технологий в работе с установками личности, что является перспективным направлением в работе с подростками. Материал основан на проведенных психологических исследованиях в рамках диссертационной работы.

**Ключевые слова:** правовое воспитание, законность, профилактика, источник информации, социальный объект, социальная установка, социальное восприятие, мировоззрение, Окно Овертона, социальная группа.

*Annotation.* In this article, the author reveals some features of legal education of young people, as well as counteraction to destructive sources of information in this area. Special attention is paid to the possibility of using modern information technologies in working with personal settings, which is a promising direction in working with teenagers. The material is based on psychological research conducted in the framework of the dissertation.

**Keywords:** legal education, legality, prevention, source of information, social object, social attitude, social perception, worldview, Overton Windows, social group.

Правовое воспитание — это формирование правового поведения населения, одна из задач социальной политики государства, которая направлена на формирование у граждан законопослушного поведения и является превентивным действием предотвращения преступной деятельности среди населения.

Основными целями данной деятельности можно считать:

достижение необходимого уровня правовых знаний;

выработку глубокого уважения к закону и привычки точного соблюдения его требований на основе личного убеждения;

укрепление законности и правопорядка в обществе [1].

Обобщенно субъектами правового воспитания можно считать правоохранительные органы, образовательные учреждения и некоторые общественные организации.

Работу в этой сфере наиболее целесообразно вести по двум направлениям:  
борьба с информационным воздействием на сознание молодежи со стороны деструктивных источников;  
пропаганда правовой культуры общества.

В настоящее время можно наблюдать повышение активности негативного воздействия на сознание населения со стороны различных деструктивных источников, открыто пропагандирующих противозаконную деятельность преступных сообществ. Немалое внимание уделяется вопросам воспитания молодежи в рамках приверженности различным т. н. воровским законам (идеям, понятиям). В Интернете, особенно в социальных сетях, создан и достаточно активно функционирует ряд аккаунтов подобной направленности с большим количеством подписчиков («АУЕ» — 240 000 подписчиков, «АУЕ — Бандитский квартал» — 110 000 подписчиков и т. д.).

Для того чтобы эффективно противостоять такому негативному влиянию на сознание населения, а также успешно формировать позитивные установки правового поведения граждан, необходимо четко представлять механизмы формирования социального восприятия различных социальных объектов (в том числе органов государственной власти) и процессов. В дальнейшем под термином «объект» будем подразумевать любое явление, в отношении которого необходимо сформировать или изменить общественное мнение.

Одним из наиболее действенных и проверенных способов изменения общественного мнения с использованием массмедиа считается технология «Окно Овертона», позволяющая управлять массовым сознанием, в том числе больших социальных групп [2]. Однако применение данной технологии требует больших материальных и временных затрат и, как правило, нацелено на изменение определенных моральных либо правовых основ общества в целом. Методика уже достаточно хорошо известна и при должном контроле медийного пространства в стране со стороны органов государственной власти легко отслеживается и пресекается. В связи с этим для деструктивного воздействия на население (особенно на молодежь) используются другие технологии, в том числе с использованием ресурсов, предоставляемых сетью Интернет. Согласно теории отношений В. М. Мясищева [3] социальное восприятие условно состоит из трех компонент:

когнитивной, т. е. закрепившихся в сознании индивида представлений о социальном объекте;

эмотивной, т. е. чувств индивида в отношении объекта;

поведенческой, которая определяет поведение индивида в отношении объекта.

Данные компоненты тесно взаимосвязаны между собой, и изменение одной компоненты под воздействием внешних факторов, безусловно, приведет к изменению других (наличие отношений обусловленности). Таким образом, становится видно, что изменив когнитивную и эмотивную составляющую человека, можно изменить и его поведение в отношении требуемого объекта, что в итоге может привести к различным сбоям функционирования общественно-социальных систем.

Фундаментом когнитивной составляющей социального восприятия человека можно считать социальную установку, формирующую образ объекта в сознании индивида. Данный феномен является динамическим и изменяется в зависимости от приобретаемых знаний об объекте, социального и личного опыта. Структурно установку можно представить как совокупность представлений человека об объекте и ожиданий в отношении него [4]. Изучение групповых установок позволит выявить общие понятия об объекте, воздействие на которые даст возможность управлять общественным мнением, охватить максимально возможную аудиторию в кратчайшие сроки. Для этой цели предлагается использовать опросники, разработанные на основе метода свободных ассоциаций, достаточно надежные и валидные. Проанализировав полученные результаты, можно определить общие представления об объекте (позитивные и негативные), приняв их в качестве пиковых значений, на которые необходимо будет сосредоточить информационное воздействие с целью их усиления или ослабления.

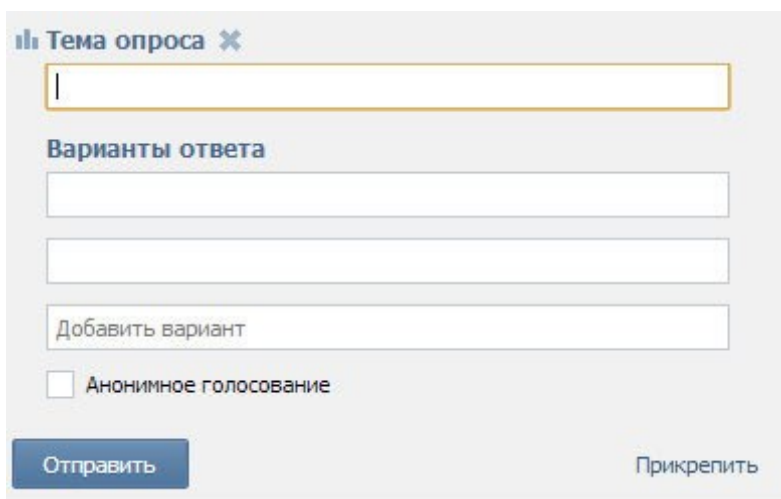
При формировании положительных установок правового поведения населения необходимо учитывать, что формирование мировоззрения личности происходит преимущественно в период с 15 лет до 21 года [5]. В дальнейшем основные жизненные принципы индивида остаются неизменными и поддаются только небольшой коррекции. В этой связи активную работу по формированию правового поведения наиболее целесообразно вести с подростками, используя при этом наиболее популярные в молодежной среде источники информации.

Согласно теории С. Московичи [6] скорость и глубина формируемой (корректируемой) установки напрямую зависит от источника информации, к которому предъявляются требования, основными из которых являются надежность, профессиональная компетентность, беспристрастность, объективность, бескорыстность.

Результаты проведенного психологического исследования среди школьников выпускных классов средних школ г. Минска, г. Бреста и г. Орши показали, что наибольшим доверием в качестве источника информации у молодежи пользуется Интернет («Интернет» — 71,9 %, «ничему» — 16,2 %, «своему опыту» — 8,5 %, «печатная пресса» — 3,4 %). При этом при работе с интернет-

ресурсами (сайтами, социальными страницами и личными аккаунтами информационных лидеров) следует уделять внимание таким показателям, как обновляемость портала, профессионализм, использование профессиональной лексики, высокая актуальность предоставляемой информации.

Наиболее простым, но в то же время эффективным путем формирования положительного социального восприятия населения можно считать работу с социальными установками представителей малых социальных групп с использованием ресурсов, предоставляемых социальными сетями. К примеру, с помощью предлагаемых опросников в сети «ВКонтакте» можно с высокой степенью эффективности провести работу по выявлению пиковых значений групповых установок (рисунок). При этом результат будет отличаться высокой степенью достоверности, так как позволит охватить большое количество респондентов, объединенных по различным признакам: профессиональным, возрастным, гендерным, хобби и т. д.



The image shows a user interface for creating a poll. At the top, there is a title field labeled 'Тема опроса' with a close icon. Below it is a large empty text input box. Underneath, the section is titled 'Варианты ответа' and contains two empty text input boxes for adding answer options. Below these is a button labeled 'Добавить вариант'. At the bottom left of the form area is a checkbox labeled 'Анонимное голосование'. At the bottom right are two buttons: 'Отправить' (Send) and 'Прикрепить' (Attach).

### Поле для проведения опросов

Это в значительной степени облегчает работу по формированию информационных лидеров, наделенных идиосинкразическим кредитом доверия со стороны пользователей (т. е. утверждения которого принимаются без доказательств большинством). В данном случае можно выявить особенности коммуникации, лингвистических оборотов, используемых для общения в группе, применять их в дальнейшем в диалогах, обсуждениях и в новостной ленте. Сформированный информационный лидер не обязательно должен являться реальной личностью, а может представлять интересы любой организации, в том числе ставящей цели разрушения идеалов и норм, пропагандируемых в группе.

Далее, выявив пиковые значения когнитивной составляющей установки, можно приступать к информационному воздействию по снижению или усилению ее значения в восприятии объекта. К примеру, опрос показал, что одним из негативных (в то же время положительных) пиковых значений установки на

преступные группировки у подростков является «братство». Следовательно, в первую очередь следует сосредоточить усилия на снижении у целевой аудитории этой ассоциации, показывая все реалии «воровской романтики». При этом необходимо соблюдать стиль общения, принятый в группе, уходя от использования формальных фраз и банальных примеров.

При этом следует учитывать общие закономерности подачи материала в социальных сетях и других мессенджерах, используемых молодежью. К основным можно отнести следующие:

- логичность и четкая структурированность предлагаемого материала;
- практикоориентированность;
- использование различных фото- и видеоматериалов (посты, мотиваторы, видеоролики), при этом длительность видео по возможности не должна превышать полторы минуты;
- краткость, лаконичность предложений;
- грамотное использование юмора;
- использование эмодзи (смайлы, эмоджи, изменение шрифта, переход на заглавные буквы, использование знаков препинания).

По такой же методике можно вести работу по выявлению и корректировке эмотивной составляющей восприятия, определяя чувства и эмоции, возникающие в отношении к объекту (страх, опасение, гордость и т. д.). Например, на некоторых деструктивных сайтах ведется активная информационная работа по снижению у населения, в частности у подростков, страха перед пенитенциарной системой наказания («общак», «грев с воли» и т. д.).

Таким образом, в настоящее время интернет-технологии используются уже во всех сферах общественной жизни и в том числе являются перспективным направлением для работы по привитию молодежи норм правового поведения в обществе, формированию высокого уровня правосознания и правовой культуры, а также по профилактике преступлений и правонарушений.

1. Мелехин А. В. Теория государства и права : учебник с учебно-методическими материалами. Изд. 2-е, доп. и перераб. М., 2009, 545 с. [Вернуться к статье](#)

2. The Overton Window. Mackinac Center for Public Policy Информационный портал [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.mackinac.org/OvertonWindow> (дата обращения: 22.02.2020). [Вернуться к статье](#)

3. Мясищев В. Н. Основные проблемы и современное состояние психологии отношений // Психологическая наука в СССР. М. : Изд-во АПН РСФСР, 1960. Т. II. С. 110–125. [Вернуться к статье](#)

4. Лямин Д. П. Изменение социальных установок населения в ходе психологической войны // Вестник ВА РБ. № 4. 2015. [Вернуться к статье](#)

5. Годфруа Ж. Что такое психология. М., 1992. [Вернуться к статье](#)

6. Московичи С. Социальная психология. 7-е изд. СПб. : Питер, 2007. 592 с. [Вернуться к статье](#)