

DOI 10.47643/1815-1337\_2025\_5\_178

## АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ ДЛЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ TOPICAL ISSUES OF LEGAL REGULATION OF TAX BENEFITS FOR INNOVATIVE COMPANIES

СОРОКИН Никита Александрович,

магистр юриспруденции,

младший налоговый юрист, ООО «Центр интеллектуальной собственности «Сколково».

121205, Россия, г. Москва, тер. Инновационного Центра Сколково, ул. Луговая, д. 4, к. 2.

E-mail: alexey4.sorokin@gmail.com;

SOROKIN Nikita Aleksandrovich,

Master of Law, Junior Tax Lawyer, LLC "Center for Intellectual Property "Skolkovo".

121205, Russia, Moscow, ter. Innovation Center Skolkovo, Lugovaya str., 4, building 2.

E-mail: alexey4.sorokin@gmail.com

**Краткая аннотация:** В статье рассматриваются налоговые льготы для инновационных компаний, включая особенности правового регулирования льготы для участников проекта «Сколково» и для ИТ-компаний. Проанализированы условия, какие необходимо соблюдать налогоплательщикам для целей применения налоговых льгот. В работе используются исторический и сравнительно-правовой методы. Исторический метод позволяет проследить эволюцию налоговых льгот и их правового регулирования в России, а сравнительно-правовой метод помогает сопоставить существующие льготы, их регулирования. По результатам исследования сформулированы предложения по внесению изменений в налоговое законодательство, что по мнению автора будет способствовать более эффективному использованию налоговых льгот для поддержки инновационных компаний и стимулирования инновационной деятельности в России.

**Abstract:** The article discusses tax benefits for innovative companies, including the legal regulation of benefits for participants in the Skolkovo project and for IT companies. The article analyzes the conditions that taxpayers must meet in order to apply for tax benefits. The article uses historical and comparative legal methods. The historical method allows us to trace the evolution of tax benefits and their legal regulation in Russia, while the comparative legal method helps us to compare existing benefits and their regulation. Based on the results of the study, the author formulates proposals for changes to the tax legislation, which, in his opinion, will contribute to a more effective use of tax benefits to support innovative companies and stimulate innovation in Russia.

**Ключевые слова:** налоговые льготы, информационные технологии, Сколково, малые технологические компании, налоговые преференции, ИТ-маневр, налоговые льготы для ИТ-компаний.

**Keywords:** tax benefits, information technology, Skolkovo, small technology companies, tax preferences, IT maneuver, tax benefits for IT companies.

**Для цитирования:** Сорокин Н.А. Актуальные вопросы правового регулирования налоговых льгот для инновационных компаний // Право и государство: теория и практика. 2025. № 5. С. 178-183. [http://doi.org/10.47643/1815-1337\\_2025\\_5\\_178](http://doi.org/10.47643/1815-1337_2025_5_178).

**For citation:** Sorokin N.A. Topical issues of legal regulation of tax benefits for innovative companies // Law and state: theory and practice. 2025. No. 5. pp. 178-183. [http://doi.org/10.47643/1815-1337\\_2025\\_5\\_178](http://doi.org/10.47643/1815-1337_2025_5_178).

**Статья поступила в редакцию: 18.05.2025**

Перед Российской Федерацией в настоящее время остро стоят ряд вопросов, одним из которых является дальнейшее развитие и поддержка инновационной деятельности. Именно благодаря инновационным компаниям обеспечивается как технологический, так и суверенитета государства в целом. Все это делает проблему правового регулирования налогообложения инновационных компаний актуальной.

Целью исследования является анализ правового регулирования налоговых льгот для инновационных компаний, включая изучение существующих льгот, таких как льготы «Сколково», которые имеют более чем десятилетнюю историю, льготы ИТ-маневр, получившие развитие в последние годы. Исследование направлено на выявление эффективности этих льгот и их влияния на законодательство о Льготах.

Прежде чем перейти к рассмотрению отдельных аспектов, связанных с применением налоговых льгот, предлагаем определиться с категорией «налоговые льготы».

Понятие налоговых льгот определено в законодательстве, так льготами по налогам и сборам признаются предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов предусмотренные законодательством о налогах и сборах преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками или плательщиками сборов, включая возможность не уплачивать налог или сбор либо уплачивать их в меньшем размере [1].

Налоговые льготы в рамках Налогового кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ) подразумевают конкретные преимущества, такие как освобождение от уплаты налога или снижение его размера, которые предоставляются на основании законодательных норм и могут быть использованы по усмотрению налогоплательщика. В налоговой доктрине так же устоялся термин налоговая преференция, данное понятие охватывает более широкий спектр механизмов, включая отсрочки и рассрочки по уплате налогов, а также инвестиционные кредиты, которые могут не обязательно приводить к немедленному снижению налоговых обязательств [2].

Таким образом, налоговые льготы – налоговые преимущества, включающие возможность освобождение от уплаты налога, снижение размера уплаты налога, льготное кредитование, уменьшение налогового контроля и иные формы преимуществ, установленные налоговым законодательством.

Налоговые льготы могут классифицироваться по различным основаниям, в том числе в зависимости от субъектов, которые их принимают. Так, налоговые льготы могут применяться налогоплательщиками-физическими лицами или налогоплательщиками-организациями.

Кроме того, определенные налоговые льготы могут быть предусмотрены только для определенного круга лиц, в которых, в частности,

можем отнести инновационные организации.

Термина «инновационные организации» в законодательстве отсутствует. В доктрине также отсутствует устоявшееся категория. При этом есть схожее определение - инновационный научно-технологический центр. Инновационный научно-технологический центр - совокупность организаций, основной целью деятельности которых является осуществление научно-технологической деятельности, и иных лиц, деятельность которых направлена на обеспечение функционирования такого центра, действующих на определенной Правительством Российской Федерации территории [3].

Под научно-технологическая деятельность понимается научная (научно-исследовательская), научно-техническая и инновационная деятельность, выполнение исследований и разработок, реализация научных и (или) научно-технических проектов, использование полученных научных и (или) научно-технических результатов, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе их коммерциализация, по направлениям, определенным в решении о создании инновационного научно-технологического центра в соответствии с приоритетами научно-технологического развития Российской Федерации [4].

Таким образом, под инновационной организацией можно понимать – юридические лица в любой организационно-правовой форме, осуществляющие научно-технологическую и инновационную деятельность, включая исследования и разработки, реализацию научных проектов и коммерциализацию результатов интеллектуальной деятельности.

Современные технологии, связанные с высокотехнологическим производством и ИТ-технологиями, являются треугольным камнем развития современных государств, так значительную часть налоговых поступлений, рабочих мест создают такие организации как Google, Microsoft, Apple, Tesla в США, Samsung в Южной Кореи, Huawei, Tencent, Xiaomi в Китае. Опыт продвижения, развития технологических Стартапов стал значимой вехой XX-го века.

Для развития инновационных технологий используются различные инструменты, в том числе: дешёвые кредиты, субсидии из бюджета, государственные закупки и иные виды преференций, вместе с тем одним из механизмов стимулирования сектора инновационных технологий являются налоговые льготы.

Для России одним из первых шагов в развитии инноваций стал проект Сколково введённый в 2010 году, правовой основой в большей степени являются 2 федеральных закона: Федеральный закон Об инновационном центре Сколково от 28.09.2010 № 244-ФЗ регулирующий деятельность фонда и Федеральный закон О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона Об инновационном центре Сколково от 28.09.2010 № 243-ФЗ внесший изменения в НК РФ.

Исходя из первичного анализа можно указать, что первый этап поддержки нес комплексный характер, отличался значительным регулированием и постройкой полноценной инфраструктуры для развития инноваций. Так, было создан Фонд «Сколково», определена территория, получившая значительное развитие, подготовлена юридическая база, включающая: правила, компетенцию, финансирование, требование и в последствии дополненные Правилами фонда Сколково, регулирующие положения о становлении участников, форму контроля участников и другие положения.

Существенной правовой основой стало регулирование льгот, так далее – НК РФ был дополнен: ст. 145.1, ст. 246.1, а часть статей были дополненные, например п. 19 и п. 20 ст. 381 НК РФ.

При этом для применения льготы необходимо выполнять только одно существенное требование – быть участниками проекта Сколково и дополнительное - сообщить об этом в налоговый орган по месту регистрации в части случаев, это следует из ст. 145.1, ст. 246.1, п. 20 ст. 381, п. 2.4. ст. 427 НК РФ. При этом требования для получения статуса участника проекта «Сколково» устанавливаются Правилами Сколково. Налогоплательщик, который планирует получить статус должен [5]:

1. подать заявку;
2. соответствовать тематике проекта инновационным приоритетам Фонда;
3. пройти независимую экспертизу;

В рамках экспертизы проверяют следующие критерии:

1. Создаваемый в рамках реализации проекта стартапа продукт и (или) технология должны обладать потенциальными конкурентными преимуществами перед доступными на российском рынке аналогами.
2. Продукт или технология должны обладать существенным потенциалом коммерциализации, как минимум, на российском, а в перспективе – на мировом рынке.
3. Проект должен быть теоретически реализуем и не противоречить основополагающим научным принципам.

Существуют требования к команде разработчиков и менеджеров проекта (команда проекта) должны обладать:

1. Необходимыми знаниями для успешной реализации проекта.
2. Научным или индустриальным опытом, относящимся к тематике проекта.

Таким образом, можно сделать вывод о новаторском подходе к регулированию участия в проекте «Сколково», который имеет как преимущества, так и недостатки. Заявку можно подать через личный кабинет напрямую Фонду «Сколково». Одним из положительных аспектов является удобство для пользователей, так как визуальные решения и краткость информации на сайте значительно упрощают восприятие для налогоплательщиков. Однако это также создает проблему, так как найти юридически закреплённую информацию может быть сложно, что в сочетании с трудностями в понимании точного регулирования может вызвать затруднения.

Эта проблема может быть решена через обращение в службу поддержки Фонда «Сколково». Однако сложности особенно проявляются при изучении правил проекта, которые регламентируются, в первую очередь, локальными актами Фонда «Сколково». При исследовании правил, касающихся научной деятельности и коммерциализации ее результатов, организация может столкнуться с дополнительными условиями и ограничениями для участников проекта, к которым относятся [6]:

1. получению доходов в соответствии с установленными правилами Фонда «Сколково»;
2. соответствие объекту коммерциализации, требованиям Фонда «Сколково»:
  - a. количеству и качеству переработки продукта;
  - b. новизна;
  - c. промышленная применимость;
3. размещать информацию о центре Сколково согласно приказу Фонда;
4. поддерживать актуальность информации о своей деятельности на сайте Фонда;
5. в учредительных документах указать на исследовательскую деятельность и коммерциализацию результатов, согласовав

виды деятельности с Фондом до 26 июля 2023 года;

Вторым важным требованием являются доходы, так участник проекта Сколково может применять доходы на следующие цели:

1. Вовлечение в экономический оборот результатов интеллектуальной деятельности, полученных в период статуса участника проекта.
2. Разработка новых результатов интеллектуальной деятельности или доработка существующих с целью улучшения их свойств.
3. Производство и продажа продукции, являющейся материальным выражением результатов интеллектуальной деятельности.
4. Выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ с использованием объектов коммерциализации.
5. Вложение в уставный капитал других юридических лиц с целью получения прибыли от коммерциализации.
6. Вовлечение объектов коммерциализации в экономический оборот другими законными способами.

Необходимо указать, что получение доходов от операций, не предусмотренных для участников проекта «Сколково», влечет потерю участником проекта «Сколково» статуса участника, следовательно, право на применения налоговых льгот.

Также отдельно необходимо отметить механизм предоставления льгот по налогу на прибыль организации, так участник проекта может применять льготу в виде освобождения до момента превышения выручки в размере 1 миллиард рублей, с этого момента налогоплательщик теряет право на освобождения и применяет льготную ставку 0%. Применение льготной ставки 0% и освобождение по НДС применяются налогоплательщиком до момента потери статуса участника проекта Сколково, что происходит в случае превышения совокупного размера прибыли в размере 300 млн. руб. рассчитанный в соответствии с главой 25 НК РФ.

Из вышеперечисленных признаков можно установить, что главной задачей проекта «Сколково» является развитие инновационных компаний, предоставляя им право на применения льготного налогообложения, возможность использования грантов, развитую инновационную инфраструктуру, при этом ограничения, связанные с деятельностью в первую очередь направлены на развитие исследовательской деятельности.

Рассматривая проект Сколково в качестве одной из льгот необходимо указать, что она является развитием другого института льгот – особых экономических зон, отразив его основные черты, но сделавшее значительное движение в перед с точки зрения подготовки регулирования деятельности участников и наличия большого административного аппарата обслуживающего деятельность проекта Сколково.

На фоне успеха проекта «Сколково», государство создало другие институты, которые занимаются развитием инновационной деятельности: инновационные научно-технологические центры, например, ИНТЦ МГУ Воробьевы горы, которые во многом имеют схожие правила и требования для получения статуса участника ИНЦТ. Это свидетельствует о успешности льготы Сколково в исполнении цели – развитие инноваций.

Следующим значимым этапом развития льгот для инновационных компаний является льготы для ИТ-компаний, установленные п. 26 ст. 149, п. 1.15 ст. 284, п. п. 5 ст. 427 НК РФ. При этом льготы могут рассматриваться как единая льгота по следующим основаниям: п. 1.15 ст. 284 и п. 5 ст. 427 зеркальны по написанию и требованиям, различаться только в налоге/сборе в отношении которого установлена льгота, п. 26 ст. 149 НК РФ связан с освобождением от НДС операции по реализации программного обеспечения (далее – ПО) по лицензионному соглашению, что соответствует одному из перечня доходов установленному п. 1.15 ст. 284, п. 5 ст. 427 НК РФ, так же льгота установленная п. 26 ст. 149 НК РФ часто применяется совместно, так же объединяющим фактором является связь льгот с ПО, последним фактором подтверждающим общую логику использования льгот, является приблизительно одно время активного развития и применения льгот в период 2020-2024.

В 2020 Федеральный закон от 31.07.2020 № 265-ФЗ (ред. от 23.11.2020) О внесении изменений в часть вторую НК РФ установил современный близкий к современному виду текст льготы льгота по НДС. С 2021 года для ИТ-компаний введены льготы по налогу на прибыль организаций, предусмотренные п. 1.15 ст. 284 НК РФ, а также пониженные тарифы страховых взносов, предусмотренные п. 5 ст. 427 НК РФ.

Для применения льгот, установленных п. 1.15 ст. 284, п. 5 ст. 427 НК РФ, налогоплательщику необходимо:

- быть аккредитованной ИТ-компанией;
- получать квалифицированный доход от ИТ-деятельности в размере не менее 70%.

Изначально для получения права на применение льготных ставок по налогу на прибыль и страховым взносам ИТ-компания должна была соответствовать нескольким критериям, таким как получение аккредитации в Минцифре России, среднесписочная численность сотрудников не менее 7 человек и получение не менее 90% своего дохода от профильной деятельности. В марте 2022 года Президентом РФ был подписан Указ

от 02.03.2022 № 83 О мерах по обеспечению ускоренного развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации [7], которым Правительству было поручено принять меры по снижению ставки налога на прибыль до 0% для аккредитованных ИТ-компаний на период до конца 2024 года при условии, что не менее 90% всех доходов организации за налоговый период будет получено от профильной деятельности. Эта льгота имеет схожесть с другими налоговыми преференциями, например, установленными пп. 2 п. 3 ст. 284.1 НК РФ. Однако позже в соответствии с Федеральным законом от 14.07.2022 № 321-ФЗ О внесении изменений в часть вторую НК РФ [8], требование по доле ИТ-дохода было уменьшено до 70%, а также были добавлены иные доходы от ИТ-деятельности.

Для получения государственной аккредитации согласно пп. б п. 4 Положения о государственной аккредитации российских организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 30.09.2022 № 1729 (далее – Положение) [9], в целях получения государственной аккредитации среднемесячный размер выплат и иных вознаграждений, начисленных в пользу работников за период, предшествующий периоду подачи заявления, не должен быть ниже размера среднемесячной заработной платы в РФ или субъекте РФ, в котором зарегистрирована организация, за предыдущий период.

Минцифра России в целях проверки сведений, предусмотренных пп. б п. 4 Положения, использует информацию о размере среднемесячной начисленной заработной платы в РФ или в соответствующем субъекте РФ, в котором зарегистрирована организация, размещенную на сайте Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации (далее – Росстат) [10].

В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности, утвержденным Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) [8] (далее – ОКВЭД 2), группа 62 Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги и группа 63 Деятельность в области информационных технологий входят в раздел J Деятельность в области информации и связи.

Анализируя льготы для ИТ-компаний, можно сделать вывод, что значительная часть требований связана с условиями, которые сами по себе создают общественные и социальные блага. Эти требования можно назвать «позитивными требованиями».

Можно отметить, что уровень средней заработной платы в ИТ-отрасли имеет взаимосвязь с установленными требованиями к уровню средней заработной платы для получения налоговых льгот. Это подтверждается тем, что ИТ-маневра и требования к ИТ-аккредитации были введены Федеральным законом от 31.07.2020 № 265-ФЗ, который внес изменения в часть вторую НК РФ [11]. После принятия данного закона наблюдается наибольший процент роста зарплат (24,5% через год), что связано с адаптацией бизнеса к новым условиям. Наличие таких требований расширяет возможности регулирования и придает льготам соответствующий социальный характер.

Получение аккредитации ИТ-компаниями установлено в Постановлении Правительства РФ от 30.09.2022 № 1729 «Об утверждении Положения о государственной аккредитации российских организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий» (далее – Положение). При этом требование к квалифицированному доходу, установленное пп. в п. 4 Положения, отличается от схожих требований, установленных в п. 1.15 ст. 284, п. 5. Ст. 427 НК РФ, как количественным показателем в 30% вместо 70%, так и качественным показателем – перечень ИТ-деятельности для получения государственной аккредитации более широкий, в то время как перечень ИТ-деятельности для применения налоговых льгот содержит описание ряда конкретных операций.

Требование к ОКВЭД, установленное в пп. а п. 4 Положения, также не является ключевым, так как ОКВЭД может быть изменен и добавлен, что не может являться системообразующим фактором льготы и фактически выступает формальным процессуальным фактором, затрудняющим оперативное применение ИТ-маневра в случае, если организация ошиблась с указанием ОКВЭДов. С точки зрения автора, такие требования не имеют большого влияния на применения льготы, так как отсутствие или наличие профильного ОКВЭДа не запрещает заниматься деятельностью и не препятствуют развитию инноваций.

Требование к наличию информации на сайте, установленное в пп. г п. 4 Положения, является специальным требованием и не может быть использовано для регулирования альтернативных льгот. При этом общественную пользу от наличия информации на официальном сайте об осуществляемой ИТ-деятельности можно сравнить со схожими требованиями, установленными для защиты прав потребителей, имеющих безусловно положительный характер. Вкупе с требованием о раскрытии информации, установленным в пп. д п. 4 Положения, виден подход к обеспечению прозрачности системы отчетности и ценообразования. Данные требования сочетаются с общей тенденцией в налоговом праве, обусловившей, в частности, введением механизма налогового мониторинга. Таким образом, схожие требования могут и будут присутствовать при формировании типовых налоговых льгот.

Требования, установленные пп. е п. 4 Положения, носят ограничительный характер и не связаны с развитием льгот, вследствие чего анализ указанных требований в рамках данной статьи проводится не будет.

Вторым требованием для применения льгот, установленных п. 1.15 ст. 284 НК РФ и п. 5 ст. 427 НК РФ, является уже упомянутое требование к доходу от ИТ-деятельности.

Как ранее указано нормы п. 1.15 ст. 284 НК РФ и п. 5 ст. 427 НК РФ постоянно дорабатываются. Так, помимо расширения перечня доходов от ИТ-деятельности, вносились изменения, которые исключали отдельные виды доходов от предоставления прав использования программного обеспечения. Например, программное обеспечение, с помощью которого оказываются банковские услуги, финансовые услуги исключается из состава дохода от ИТ-деятельности.

Более того, в связи с развитием льгот ИТ-маневра крупные организации и холдинги, ставили создавать отдельные организации, которые занимаются исключительно деятельности в области информационных технологий. Данные обстоятельства привели к проблеме дробления бизнеса

с целью получения налоговых льгот, то есть фактическому разделению действующего бизнеса для налоговой оптимизации.

Дробление бизнеса — это процесс, при котором компания разделяется на несколько юридических лиц, чтобы необоснованно оптимизировать налогообложение, формально соответствуя требованиям законодательства. В контексте ИТ-компаний дробление может возникнуть, когда организации стремятся соответствовать критериям для получения налоговых льгот.

Необходимо отметить, что само по себе разделение бизнеса не является налоговым правонарушением или налоговым злоупотреблением. Разделение бизнеса подразумевает наличие реальной деловой цели, такой как увеличение рынков сбыта или улучшение финансовых показателей. Однако, если дробление осуществляется исключительно для целей получения налоговых льгот без реальной экономической необходимости, то это может быть расценено как необоснованная налоговая оптимизация, что в свою очередь может привести к негативным правовым последствиям.

Для регулирования сложившихся отношений по применению ИТ-маневра ФНС России опубликовала письма, в которых уточнялось, что выделение или разделение бизнеса с целью обособления ИТ-подразделения в отдельное юридическое лицо не будет рассматриваться как уклонение от налогообложения, поскольку получение налоговой выгоды в данном контексте соответствует целям поддержки ИТ-отрасли.

При определенных условиях ИТ-компания, не применяющая в течение года ИТ-льготы, может их применить, в частности, пересчитав налог на прибыль с начала года. Это возможно, если организация не лишалась аккредитации и по итогам следующего отчетного периода того же года или по результатам налогового периода выполнила условия о доле ИТ-доходов [12].

Применение пониженных ставок возможно как для давно существующих, так и для вновь созданных ИТ-компаний [13]. Использовать пониженные ставки могут также ИТ-компании, которые созданы в результате слияния, преобразования и получили исключительные права на программы для ЭВМ (базы данных) в порядке правопреемства. Для применения этой льготы должны соблюдаться условия, установленные п. 1.15 ст. 284 НК РФ [14].

В льготах для ИТ-компаний можно проследить изменения в идеях, заложенных в формировании льгот для участников проекта «Сколково». Юридическая техника закрепления льготы имеет значительные сходства, так как основной массив требований и условий для применения льготы вынесен за пределы Налогового кодекса РФ. При этом данный подход к регулированию был улучшен: в льготах для ИТ-компаний закреплены только правила применения, ставки и требования к ИТ-доходу, что значительно меньше, чем в статьях 145.1 и 246.1 НК РФ. Это также положительно сказалось на качестве фиксации льготы, поскольку уменьшилось количество отношений, требующих регулирования.

Одним из отличий льгот ИТ-маневра является наличие дополнительного регулирующего органа, которым выступают Правительство Российской Федерации, и Минцифра России в части администрирования получения аккредитации в качестве ИТ-компаний.

Важным преимуществом ИТ-маневра является отсутствие лимитов, что позволяет поддерживать отрасль информационных технологий в целом. Государство проявляет большую гибкость в их регулировании, так как получение аккредитации происходит на основании Постановления Правительства способные к гадкому изменению в зависимости от обстоятельств и результатами.

Участники проекта «Сколково» полностью ограничены в любой другой деятельности, кроме той, что установлена в правилах, что делает такие организации менее стабильными, но более направленными на развитие инноваций. В то время как ограничение в 30% дохода от не ИТ-деятельности предоставляет относительную свободу и гибкость, что положительно влияет на инновации. Также стоит отметить, что новым способом стимулирования стали позитивные требования, активно используемые в льготах для ИТ-компаний. К ним относятся требования к доходу сотрудников, раскрытию информации налоговому органу и предоставлению открытой информации на сайте организации. Более того, эти требования будут дополнены требованиями об инвестициях в образование. Данные требования сами по себе несут социальную пользу от применения льготы, что является непосредственным преимуществом.

Таким образом, можно утверждать, что льготы «Сколково» стали первым крупным этапом трансформации подхода государства к предоставлению льгот инновационным компаниям, что в дальнейшем позволило выработать более эффективную модель для решения современных задач. Льготы для ИТ-компаний, установленные и активно развивающиеся в период с 2019 по 2025 год, в значительной мере показали направление, в котором развивается современное регулирование налоговых льгот. При этом необходимо уточнить, что льгота для участников проекта «Сколково» не потеряла свою актуальность и выполняет поставленные перед ними задачи: развитие инновационных продуктов, что отличается от цели поддержки ИТ-компаний.

По мнению автора, государство должно продолжить использовать выработанные инструменты правового регулирования в льготировании других отраслей экономики. При формировании льгот можно использовать механизм закрепления, разделенный на две части: минимальная информация по ставкам, налогам и налогоплательщикам, применяющим льготу, может фиксироваться в Налоговом кодексе РФ, а информация по требованиям, за исключением максимально общего описания, может фиксироваться в других источниках, например, в постановлениях Правительства. Это позволит более оперативно вносить изменения на первых этапах регулирования льгот и не вносить постоянно изменения в НК РФ.

#### Список литературы:

1. п. 1 статья 56 Налогового кодекса Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ.
2. Тютюрюков, Н.Н. Трансформация налоговой системы Российской Федерации в условиях участия в экономических сообществах: диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.10 / Тютюрюков Николай Николаевич; [Место защиты: Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ]. - Москва, 2010. - 378 с.
3. п. 1 ст. 3 Федеральный закон «Об инновационном центре «Сколково» от 28.09.2010 № 244-ФЗ.
4. п. 10 статья 2 Федеральный закон. Об инновационных научно-технологических центрах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации от 29.07.2017 № 216-ФЗ).
5. [Электронный ресурс] // Официальный сайт проекта «Сколково». URL: <https://sk.ru/applicaNets-actionNes/> (дата обращения: 17.05.2025).

6. Правила осуществления исследовательской деятельности и коммерциализации ее результатов участниками проекта Сколково (утверждены Советом Директоров Фонда Сколково 07 июня 2022 года, согласованы Попечительским Советом Фонда Сколково 13 мая 2022 года; в редакции изменений, утвержденных Советом Фонда Сколково 25 мая 2023 года, согласованных Попечительским Советом Фонда Сколково 13 ноября 2023 года; изменений, утвержденных Советом Директоров Фонда Сколково 12 марта 2024 года, согласованных Попечительским Советом Фонда Сколково 18 сентября 2024 года, опубликованных на сайте Фонда Сколково 04 октября 2024 года)
7. Указ Президента РФ от 02.03.2022 № 83 О мерах по обеспечению ускоренного развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации // Российская газета, № 46, 03.03.2022.
8. Федеральный закон от 14.07.2022 № 321-ФЗ О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации // Российская газета, № 159, 21.07.2022.
9. Положение о государственной аккредитации российских организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий, утв. Постановлением Правительства РФ от 30.09.2022 № 1729 // Собрание законодательства РФ, 03.10.2022, № 40, ст. 6845.
10. Росстат. Рынок труда, занятость и заработная плата [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. URL: [https://rosstat.gov.ru/labor\\_market\\_employement\\_salaries](https://rosstat.gov.ru/labor_market_employement_salaries) (дата обращения: 10.02.2025).
11. Федеральный закон от 31.07.2020 № 265-ФЗ О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации // Российская газета, № 173, 06.08.2020.
12. Письмо Минфина России от 22.03.2022 № 03-03-06/1/22054 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: <https://mi.nfi.gov.ru/> (дата обращения: 10.02.2025).
13. Письма ФНС России от 20.02.2021 № СД-4-3/2160, от 20.02.2021 № СД-4-3/2249@, от 21.01.2021 № СД-4-2/561@ [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/> (дата обращения: 10.02.2025).
14. Письма Минфина России от 21.01.2022 № 03-03-06/1/3410, от 08.04.2021 № 03-03-06/1/26170 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: <https://mi.nfi.gov.ru/> (дата обращения: 10.02.2025).

**References:**

1. Paragraph 1, Article 56 of the Tax Code of the Russian Federation dated July 31, 1998, No. 146-FZ.
2. Tyutyuryukov, N.N. Transformation of the tax system of the Russian Federation in terms of participation in economic communities: dissertation ... Doctor of Economics : 08.00.10 / Tyutyuryukov Nikolay Nikolaevich; [Place of defense: Russian Academy of Public Administration under the President of the Russian Federation]. Moscow, 2010. 378 p.
3. Clause 1 of Article 3 of the Federal Law "On the Skolkovo Innovation Center" dated 09/28/2010 No. 244-FZ.
4. Clause 10, Article 2 of the Federal Law. On innovative scientific and technological centers and on amendments to certain legislative acts of the Russian Federation dated July 29, 2017 No. 216-FZ).
5. [Electronic resource] // Official website of the Skolkovo project. URL: <https://sk.ru/applications-action-no.s/> (accessed: 05/17/2025).
6. Rules for carrying out research activities and Commercializing its results by Skolkovo Project participants (approved by the Board of Directors of the Skolkovo Foundation on June 07, 2022, agreed by the Board of Trustees of the Skolkovo Foundation on May 13, 2022; as amended by the Board of the Skolkovo Foundation on May 25, 2023, agreed by the Board of Trustees of the Skolkovo Foundation on November 13, 2023; amendments approved by the Board of Directors of the Skolkovo Foundation on March 12, 2024, agreed upon by the Board of Trustees of the Skolkovo Foundation on September 18, 2024, published on the Skolkovo Foundation website on October 04, 2024)
7. Decree of the President of the Russian Federation dated 03/02/2022 No. 83 On Measures to Ensure the Accelerated Development of the Information Technology Industry in the Russian Federation // Rossiyskaya Gazeta, No. 46, 03.03.2022.
8. Federal Law No. 321-FZ dated 14.07.2022 On Amendments to Part Two of the Tax Code of the Russian Federation // Russian Newspaper, No. 159, 07/21/2022.
9. Regulations on the state accreditation of Russian organizations Operating in the field of information technology, approved by By Decree of the Government of the Russian Federation dated 30.09.2022 No. 1729 // Collection of Legislation of the Russian Federation, 03.10.2022, No. 40, art. 6845.10.
10. Rosstat. Labor market, employment and wages [Electronic resource] // Official website of the Federal State Statistics Service of the Russian Federation. URL: [https://rosstat.gov.ru/labor\\_market\\_employment\\_salaries](https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries) (accessed: 02/10/2025).
11. Federal Law No. 265-FZ of 07/31/2020 On Amendments to Part Two of the Tax Code of the Russian Federation // Rossiyskaya Gazeta, No. 173, 08/06/2020.
12. Letter from the Ministry of Finance of Russia dated 03/22/2022 No. 03-03-06/1/22054 [Electronic resource] // Official website of the Ministry of Finance of the Russian Federation. URL: <https://mi.nfi.gov.ru/> (date of access: 02/10/2025).
13. Letters of the Federal Tax Service of Russia dated 02/20/2021 № SD-4-3/2160, dated 02/20/2021 № SD-4-3/2249@, dated 01/21/2021 № SD-4-2/561@ [Electronic resource] // Official website of the Federal Tax Service of the Russian Federation. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/> (date of reference: 02/10/2025).
14. Letters from the Ministry of Finance of Russia dated 01/21/2022 No. 03-03-06/1/3410, dated 08.04.2021 № 03-03-06/1/26170 [Electronic resource] // Official website of the Ministry of Finance of the Russian Federation. URL: <https://mi.nfi.gov.ru/> (date of access: 02/10/2025).

DOI 10.47643/1815-1337\_2025\_5\_184

УДК 343

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИДЕАЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА MODERN TECHNOLOGIES OF IDEOLOGICAL IMPACT ON THE INTERNET: THEORY AND PRACTICE

**УЛЬЯНОВА Алевтина Александровна,**старший преподаватель высшей школы теории и истории государства и права,  
Тихоокеанский государственный университет.

680035, Россия, г. Хабаровск, ул. Бондаря, 4.

E-mail: 004768@togudv.ru;

**ULYANOVA Alevtina Aleksandrovna,**

Senior Lecturer of the Higher School of Theory and History of State and Law, Pacific State University.

680035, Russia, Khabarovsk, Bondarya Street, 4.

E-mail: 004768@togudv.ru

**Краткая аннотация:** Психотехнические и смысловые воздействия универсальны для разных коммуникативных контекстов и используются во многих отраслях: психотерапия, реклама, менеджмент, обучение, СМИ и т.д. И конечно же они активно используются в электронно-информационной среде: создателями Интернет контентов, социальных сетей и коммуникативных систем. Также такие приемы используются для деструктивного воздействия в целях вовлечения в экстремистскую и террористическую деятельность. В данной статье рассматриваются теоретические основы и практические методы применения данных технологий.

**Abstract:** Psychotechnical and semantic-technical influences are universal for different communicative contexts and are used in many industries: psychotherapy, advertising, management, training, media, etc. And of course, they are actively used in the electronic information environment: by creators of Internet content, social networks and communication systems. Such techniques are also used for destructive influence in order to involve in extremist and terrorist activities. This article examines the theoretical foundations and practical methods of using these technologies.

**Ключевые слова:** психология воздействия, уровни психотехнического воздействия, компоненты психотехнического воздействия, восприятие информации, информационное воздействие, психотехника, логотерапия, смысловые технологии, смыслообразование, манипуляции, Интернет контент, идеология.

**Keywords:** psychology of influence, levels of psychotechnical influence, components of psychotechnical influence, perception of information, informational influence, psychotechnics, logotherapy, meaning-making, meaning-making, manipulation, Internet content, ideology.

**Для цитирования:** Ульянова А.А. Современные технологии идеологического воздействия в сети интернет: теория и практика // Право и государство: теория и практика. 2025. № 5. С. 184-188. [http://doi.org/10.47643/1815-1337\\_2025\\_5\\_184](http://doi.org/10.47643/1815-1337_2025_5_184).

**For citation:** Ulyanova A.A. Modern technologies of ideological impact on the internet: theory and practice // Law and state: theory and practice. 2025. No. 5. pp. 184-188. [http://doi.org/10.47643/1815-1337\\_2025\\_5\\_184](http://doi.org/10.47643/1815-1337_2025_5_184).

**Статья поступила в редакцию: 11.03.2025**

Исследования в области «Психологии воздействия» показывают, что эффект воздействия определяется наличием в нем так называемых психотехник, то есть, определенных приемов и способов, которые ориентированы на психологические особенности человека при восприятии информационного содержания того или иного контекста с целью достижения определенного оценочного результата у субъекта восприятия. При этом, при предоставлении информации закладываются определенные приемы, которые заставляют потребителя отнестись к ней «пристрастно», акцентируется его когнитивная направленность (внимание, память, мышление, воображение и т.д.) на определенных фрагментах воспринимаемой информации. Психотехники используются не только в психотерапии, но и в рекламе, обучении, политических технологиях.

Приёмы психотехники возникли ещё в мифах, сказках, религиозных доктринах, а впоследствии и в технологиях идеологического и политического воздействия, такие как героизация, ссылка на авторитеты, приемы альтернативного позиционирования: красавицы и чудовища, благородные и подлые, богатые и бедные, вырабатывают у каждого человека определенные оценки, ориентации и ценности. Они, как орудие «психологического воздействия», порождают определенную «картину мира» в соответствии с формирующимся мировоззрением индивида.

Психотехники можно разделить по уровням воздействия:

- нейрокогнитивный уровень, ориентированный на наши нейро- и психофизиологические особенности при восприятии информации в различных условиях (одни и те же фотографии в черном - белом цвете и в цветном варианте, будут восприниматься по-разному; если в фильме звучит биение сердца, это может вызвать эффект синхронизации и сердце зрителя может начать биться быстрее этот же эффект может быть достигнут и со звуком дыхания и т.д.).

- психологический уровень, на котором одна и та же информация будет восприниматься по-разному в зависимости от возраста, образования, профессиональной направленности потребителя информации, от уровня информированности, степени новизны данной информации, от аналитических и синтетических способностей и т.д.);

- ценностно-смысловой уровень, на которой информация воспринимается по-разному в зависимости от ценностных ориентаций, смысловых установок и личностных приоритетов субъекта). В зависимости от психотипа воспринимающего субъекта можно выделить различные тенденции в оценке и принятии информации и она будет зависеть от установки, связанной с доминированием-уступчивостью. Так, люди, склонные доминировать во взаимодействии с другими, будут более позитивно воспринимать и испытывать воздействие так называемых «доминантных сообщений» (в них демонстрируется уверенность в правильности именно этой позиции, командный тон, требование признать именно эту позицию

единственно верной), а более уступчивые индивиды, чаще соглашаются с информацией ориентированной на позиции «лучше уступить или найти компромисс».

Данные уровни могут дополнять друг друга, усиливая потенциал адресного воздействия. Если информация вызывает эмоциональный отклик, например, что-то показалось интересным, красивым и т.д., то это может повлиять на смысловые установки и человеку захочется еще раз обратиться к данному контенту, расширить знания по данной проблеме. В свою очередь, если контент на смысловом уровне восприятия затрагивает оценочные позиции пользователя, то активизируются когнитивные процессы и возникает желание сопоставить эту информацию с другими контентом, анализировать или обобщить информацию.

Важным являются также социально-психологические и коммуникативные компоненты психотехнического воздействия:

- техники активизации доверительных форм общения: техники эмоциональной рефлексии (ты мне улыбаешься, значит, я улыбнусь тебе), различные формы эмоциональной поддержки своего партнера по общению: поддакивание, комплименты, похвала, позиция заступничества, проявление сотрудничества и т.д.

- техники коммуникативного отчуждения (отталкивания): демонстративное безразличие к партнеру по общению, пренебрежение, насмешливые высказывания, критические замечания и т.д. Они также представляют собой важный ресурс при построении определенной логики воздействия на человека с целью влияния на его ценностные ориентиры и приоритеты [2].

Нейрокогнитивные компоненты воздействия также могут влиять на иные уровни (например, самый дорогой товар в магазине будет скорее всего выставлен на уровне глаз покупателя, это провоцирует его попадание в активный фокус внимания и как следствие, интерес именно к данному товару). Были проведены исследования, которые показывают, как подпороговые факторы влияют на оценку определённых объектов или событий. Так, китайские иероглифы для большинства европейцев и американцев являются нейтральными стимулами (при восприятии иероглифов, мы не оцениваем их как позитивные или негативные), но если перед предъявлением иероглифов, в течении 10-15 мс показывать фотографии улыбающихся людей, то большинство людей начинают оценивать иероглифы как нечто позитивное. Подпороговое предъявление определённых слов, позитивно оценивающих определенную социальную группу, приводит к тому, что на сознательном уровне респондент начинает давать данной группе лучшие характеристики. Зафиксированы и противоположные тенденции, когда в Интернет-контентах перед выборами на 10-15 мс шел список слов с негативными характеристиками личности определенного кандидата (предатель, взяточник, пьяница, лжец и т.д.), многие пользователи, изменили отношение к этому человеку в негативную сторону. Провоцируемые эмоции в виде определённого отношения не осознаются пользователем, и он не может объяснить, откуда они возникли.

Однако, достаточно сложно заранее оценить, насколько результативным будет эффект такого воздействия на каждого конкретного человека. Экспериментально установлено, что эффект направленного подпорогового воздействия обычно бывает кратковременным (от нескольких минут, до нескольких часов), при этом в настоящее время практически нет исследований, в которых было бы выявлено как влияет на длительность эффекта, частота повторений таких воздействий, длительность периода воздействия и т.д.

Многочисленные попытки использовать подпороговые раздражители в рекламе и продажах, не дают очевидного положительного результата. Если у человека есть соответствующая потребность или он находится в определенном состоянии, то эффект мог. Чаще всего реакция на подпороговый раздражитель была кратковременной (сразу после получения стимула) и ситуативной (единичное действие в конкретной ситуации).

Если мы создаем контент, направленный на определенного потребителя с целью получения определенного эффекта (установочного или поведенческого), следует помнить, что нет прямой связи между тем, что мы видим на экране и нашими последующими реакциями.

Рассмотрим это на примере воздействия сцен насилия на поведение детей и подростков. Такие исследования в психологии достаточно многочисленны (Бандура, Харрис, Р. Петерсон, Л. Терстоун). Житейский стереотип, о том, что просмотр сцен насилия порождает агрессивное поведение ребенка, не подтверждается экспериментальными исследованиями. Воздействие такого контента влияет главным образом на детей с гиперактивностью и детей, предрасположенных к агрессивному поведению. Именно у таких детей и подростков (менее 7% от общего количества сверстников) наблюдается причинно-следственная зависимость, именно у них просмотр таких передач или видеоигр провоцирует реальное агрессивное поведение. У остальных (включая и взрослых) влияние сцен насилия не инициирует копирование агрессивного поведения, однако, определённое влияние все-таки фиксируется - снимаются определенные запреты, человек становится более лояльным в оценке агрессивного поведения других людей.

Большинство людей склонны подражать положительным персонажам, привлекательным героям. Зрители (особенно подростки) не хотят быть похожими на тех, кто по сюжету не вызывает сочувствия и симпатии, кто, в итоге, оказывается проигравшим. Люди чаще сопереживают положительным героям, именно им они чаще всего хотят подражать. Субъективно переживаемый эффект включенности в сюжет фильма, позволяет пользователю имитировать операциональные действия (например, выразительные жесты или позы), эмоциональные состояния [12].

Более чем у 18% процентов зрителей во время просмотра фильмов или информационных сюжетов в Интернете со сценами насилия, возникает эффект сенсibilизации (повышение чувствительности нервных центров под влиянием действия раздражителя), они начинают идентифицировать себя с жертвами насилия и как следствие, им сложно смотреть сцены жестокости и насилия. Ни при каких обстоятельствах они не будут использовать модели агрессивного поведения, представленные на экране.

Проблема психотехнического воздействия на личностную сферу пользователя информацией порождает также проблему оценки эффективности психотехнического воздействия. При их оценки критерий и показателей эффективности психотехнического воздействия следует исходить из:

1. Масштаба ожидаемого результата воздействия (он может быть ситуативным, когда эффект возникает как локальный и влияет на оценку или эмоциональный отклик определенного информационного фрагмента воздействующего контента, а может быть более глобальным, оказав пролонгированный эффект, который инициирует комплексную переоценку чего-либо, трансформирует ценностные установки, влияет на реальные поведенческие стратегии).

2. Оценочной или нейтральной логике предъявления информации. Если в контенте уже содержится элемент оценки, то возникает эффект «смысловой идентификации»: если оценка соответствует смысловым установкам пользователя возникает смысловой консонанс (смысловое соответствие, синхронизация), скорее всего позитивная оценка данного контента будет усиливаться (рассуждения по типу «не один я так думаю...»); если оценка противоречит смысловым установкам пользователя, то возникает смысловой диссонанс (противоречие), которое также может влиять на степень актуализации в сознании данной проблемы.

Если в контенте нет элементов оценки, то чаще всего возникает эффект «простого предъявления», суть которого в том, что если мы многократно предъявляем безоценочную информацию в эмоционально нейтральном содержании, срабатывает принцип «Знакомое – значит хорошее». Человек не осознает, что данную информацию он начинает воспринимать с оценочным компонентом, но смысловая установка изначально формироваться как позитивная.

3. Психологической и личностной готовностью потребителя информации. Человек не потребляет информацию пассивно, чаще всего, он начинает ее достаточно активно осмысливать, интерпретировать в соответствии со своим опытом, соотнося новое с тем, что уже знакомо. В качестве важных показателей обычно рассматривается когнитивная готовность (настроен ли пользователь на углубленную переработку информации или готов потратить на это минимум своих усилий), поведенческая готовность (импульсивные реакции сопряженные со слабым осмыслением, но быстрым реагированием и планомерные действия, обдуманные и рационально целесообразные), эмоциональная готовность (готовность к эмоционально-оценочной деятельности, влияние на эмоциональное состояние пользователя).

Исходя из вышесказанного и перечисленных критериев оценки психотехник, следует отметить, что влияние нейрокогнитивных психотехник обеспечивает пролонгированное воздействие в течение от нескольких минут до нескольких часов, психологических – в течение нескольких дней, месяцев, а смыслопсихотехники обеспечивают устойчивый результат, так как ориентированы на ценностно-смысловые трансформации пользователей, их воздействие инициирует смыслообразование пользователя, влияя на формирование его смысловой самоориентации и смысложизненных приоритетов.

Именно под воздействием таких техник человек может изменить свои смысловые установки, готовность оценивать что-либо определенным образом, и даже смысложизненные ориентации и поведенческие стратегии.

Это достаточно четко отражено в современной психотерапии, где распространенными стали техники воздействия, ориентированные именно на смысловую сферу пациента.

Один из основоположников данного подхода Виктор Франкл, автор теории логотерапии, считал человеческую жизнь бесконечным поиском смысла и был уверен, что отсутствие смысла вызывает психологический вакуум, способный привести людей на грань безумия и самоубийства. Логотерапия не пытается дать пациенту ответы на вопросы, оценку ситуации, а направляет человека и позволяет ему самому определить свой смысл, ради которого стоит жить. [3]

В. Франкл выделил смыслопсихотехники, с помощью которых можно «заставить» человека справиться со своими проблемами и изменить свое отношение к себе самому, окружающим и к коллективным ценностям данного общества и культуры: парадоксальные интенции (когда человек должен преодолеть свой страх или неприятие чего-либо, для этого надо научить человека видеть мир не по принципу полярных оценок, а как совокупность многочисленных оттенков, человек сам меняет свое отношение к чему-либо и готов к новым поведенческим реакциям); деривация (технология работающая на снижение самоконтроля, повышение уровня внимания к партнеру по информационному взаимодействию); логоанализ (инициация воспоминаний о своей жизни, осознание ее ценностей и смыслов).

Таким образом, многочисленные отечественные и зарубежные исследования выявили взаимосвязь между рефлексией смысла жизни и уровнем личностного благополучия, чем ниже уровень осмысленности жизни и понимание целей существования, тем больше вероятность появления патологических реакций (депрессия, психозы, навязчивые идеи, бессонница, повышенная агрессивность и т.д.) [3].

Именно стремление понимать самого себя и свои приоритетные жизненные цели, лежит в основе большинства современных смыслопсихотехник, которые наиболее продуктивны для достижения убеждающего эффекта. Если человек не может отразить свои жизненные цели, не понимает своих близких, средних и дальних перспектив в самореализации, он оказывается в ситуации «внутренней пустоты», которая может быть заполнена внешними «предложениями». Именно такие люди чаще всего склонны попадать под влияние различных сект, группировок, организаций, представителей нетрадиционных духовных практик, культов, и иных мошенников, которые активно предлагают приоритетные цели существования, грамотно сформулированные «суррогаты» того, ради чего стоит жить.

Современные диагностические методики позволяют выявить «зону риска», людей, которые находятся в ситуации «экзистенциального вакуума», потери смысла своей жизни и, таким образом, могут стать потенциальным пользователем экстремисткой и даже террористической пропаганды.

Комплексная и своевременная диагностика смысловой сферы поможет выявить как потенциальные, так и реальные проблемы конкретного человека и уже исходя из этих диагностических результатов, можно формировать психотерапевтическую программу или разрабатывать систему психологической поддержки, коррекции, реабилитации.

Смыслотехники направлены на инициацию процесса смыслообразования. По мнению Савина В.А. можно выделить следующие виды смыслотехник, которые оказывают эффект влияния на ценностные установки потребителей информации: техники, связанные с самоидентификацией (на кого я похож, что у нас есть общего); техники, ориентированные на ситуации неопределенности (можно ли найти правильное решение); техники оценки в форме альтернативного позиционирования (что очевидно хорошо, а что плохо и почему); решение проблемных ситуаций на основе оценочно-ориентированной аргументации, техники, преобразующие стимульную мотивацию в смыслообразующую.

Смыслотехники как совокупность приемов и способов воздействия, являются достаточно активным стимулом, провоцирующим систему оценочных позиций воспринимающего субъекта и стратегии его готовности, действовать определенным образом.

Информация в Интернете имеет свои отличительные особенности. Реальный жизненный мир человека замещается (вытесняется) и ему на смену приходит мир виртуальный как совокупность «знаков реального». Виртуальное содержание, дублирует реальность посредством репродуктивных воздействий, порождая индивидуальные смыслы, ориентированные на приоритеты воображаемого мира. Смыслотехники воздействуя на наши ценностные установки, провоцируют замену реальности реальностью «монитора».

Какие же смыслотехники наиболее часто используют в контентях, претендующим на роль мотиваторов поведения пользователей? Символы и мифы как факторы социокультурного воздействия. Миф практически всегда апеллирует к «архаичным пластам сознания», воплощает определенный коллективный опыт, усиленный эффектом отсроченного восприятия (это не здесь и не теперь, это уже произошло и имело определенный результат) и не предполагает рационализацию восприятия. [6]

Если в процессе убеждения или направленного воздействия на кого-либо, мы хотим добавить «убедительности» и обоснованности нашей позиции, мы можем прибегать к мифу как индикатору коллективного сознания или памяти поколений (героизация военного прошлого, мифы о ментальности определённых народов: кто-то жадный (например, в Болгарии жители города Габрово, в Великобритании - Шотландцы), кто-то хвостун и т.д. Мифологические единицы имеют большой манипулятивный потенциал идеологического влияния, как техника воздействия на оценку определенной информации.

Архетипы достаточно часто используют в процессе убеждения (архетип времени: золотой век, счастливое детство; архетип героя: Воин, Борец, Жертвователь жизнью; архетипы экзистенциальных переживаний: Тьма, Смерть, Путь). Архетипы перерождения используются зачастую для передачи скрытого, сакрального смысла информации, направленный непосредственно на систему ценностных ориентаций пользователя в частности при идеологическом воздействии в сектах, нетрадиционных религиозных течениях, на идеологических сайтах. Призывая к перерождению, они основываются на стремлении людей, разочарованных в реальности, их стремлении к неизвестному, нетрадиционному, парадоксальному найти новые жизненные ценности.

Символ, призван характеризовать ценности коллективного сознания, которые культивируются обществом в данный период времени, позиционирующие общественные приоритеты. По мнению Колтуновой Е.А. [5], символы играют важную роль в процессе социализации человека, в его приобщении к общественным и государственным ценностям. Логика их выведения на индивидуальный уровень сознания во многом определяет специфику личностного развития индивида. Символы могут иметь разный ресурс воздействия, поскольку могут иметь разный уровень когнитивной сложности. Символы, ориентированные на образный компонент имеют достаточно очевидное значение практически для каждого человека (два пересекающихся обручальных кольца как символ брака) [5].

Понятие-символ на уровне индивидуального сознания становится своеобразным эпицентром, который определенным образом влияет на понимание всего содержательного контента и иницирует процесс смыслообразования (наделение символа личностным смыслом) у постигающего его значение субъекта.

Смыслотехники, которые способны воздействовать и трансформировать смысловые установки в форме опосредованной трансляции террористической и экстремистской идеологии основываются на:

- положительной привлекательности ощущения принадлежности к тайной могущественной организации, решая для него проблему самоидентификации. В этом контексте человек обретает символическое бессмертие, недопустимое в обыденной жизни;
- деформациях смысла жизни и трактовках экзистенциальных ценностей (необходимо что-то, что бы наделило нашу жизнь и нашу смерть смыслом и чем ближе и более незамедлительна для нас смерть, тем больше мы нуждаемся в ценностях группы и именно эти ценности придают смысл жизни и смерти);
- тематике, не связанной с религией, но допускающей террористические формы протеста (борьба за права животных и за спасение окружающей среды может также быть поводами, оправдывающими терроризм);
- характеристиках исторических позиций как основ для достижения светлого будущего любой ценой (оправдание террористических событий прошлого);
- групповых ценностях, сфокусированных на силе личности в малой группе людей, которые совершают террористическое насилие (романтизация сильной личности, которая готова поставить интересы группы выше всех своих жизненных интересов);
- соперничестве разных групп ценностей (манипуляция тематикой: какая религия лучше и благороднее, какая религия более гуманна к своим последователям). Ради принадлежности к группе и получения групповой поддержки человек способен на куда более высокий уровень агрессии, чем в индивидуальной деятельности;
- манипуляциях, связанных с отчуждением государственных институтов от индивидуальных жизненных ценностей (пропасть между богатыми и бедными или чиновник всегда враг, мешающий справедливости);

- манипуляциях, связанных с трансляцией ложной информации, которая подкреплена ссылкой на авторитеты или научное обоснование (например, упоминание, что «террориста можно вычислить по цвету его ауры, так уже давно делают Израильские спецслужбы») [7].

#### Список литературы:

1. Абакумова И.В. Обучение и смысл: смыслообразование в учебном процессе. Ростов-на-Дону, изд-во РГУ, 2002 г., 423 с.
2. Брижак З.И. Повышение квалификации сотрудников СК России в новых геополитических условиях: монография/М., Кредо, 2016 – 192 с.
3. В. Франкл и логотерапия. <http://fb.ru/article/305753/logoterapiya-frankla-osnovnyie-printsiipy>
4. Винтерхофф-Шпурк Петер. Медиапсихология. Основные принципы / Пер. С нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр. 2007, - 288 с.
5. Колтунова Е.А. Психологические особенности символизации у слабослышащих в период юности. Дисс. на соискание уч. ст. канд. психол. наук, Ростов-на-Дону, 2013 г., 158 с.
6. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Корпухин. – 2-е изд., доп. – М.: КНОРУС, 2009.- 400 с.
7. Памятка (рекомендации) по организации профилактической работы в сети Интернет. Институт психологии управления и бизнеса. Изд. ЮФУ. 2014, 48 с. <http://dstu.ru/studentam/profilaktika-terrorizma/metodicheskaja-literatura-po-profilaktike-terrorizma-i-ehkstremizmu/pamjatka-rekomendacii-po-organizacii-profilakticheskoi-raboty-v-seti-internet/>
8. Поченцов Г. Стратегия. Инструментарий по управлению будущим. Рефл-бук Ваклер, 2005, 377 с.
9. Психология воздействия: Механизмы, стратегии, возможности противодействия / под ред. А.А. Журавлева, Н.Д. Павловой. М.: Институт психологии РАН, 2012, 368 с.
10. Уотсон Дж. Психология глазами бихевиориста. [www.gumer.info](http://www.gumer.info)
11. Юнг К. Человек и его символы. М., изд-во СМЫСЛ, 1997, 343 с.
12. Яновский М.И. Проблемы исследования кинематографа в психологии.// Психологический журнал, 2010, № 5, С. 79-88

#### References:

1. Abakumova I.V. Learning and meaning: sense formation in the educational process. Rostov-on-Don, publishing house of the Russian State University of Economics, 2002, 423 p.
2. Brizhak Z.I. Advanced training of employees of the Investigative Committee of Russia in new geopolitical conditions: a monograph/M., Credo, 2016 – 192 p.
3. V. Frankl and logotherapy. <http://fb.ru/article/305753/logoterapiya-frankla-osnovnyie-printsiipy>
4. Winterhoff-Peter Spurk. Media psychology. Basic principles. / Trans. German– Publishing House of the Humanitarian Center, 2007, 288 p.
5. Koltunova E.A. Psychological features of symbolization in the hearing-impaired during adolescence. Diss. for the application of uch. art. cand. Psychological Sciences, Rostov-on-Don, 2013, 158 p.
6. Kostina A.V. Fundamentals of advertising: a textbook / A.V. Kostina, E.F. Makarevich, O.I. Korpukhin. – 2nd ed., supplement – M.: KNORUS, 2009. - 400 p.
7. Memo (recommendations) to organize preventive maintenance on the Internet. Institute of Management and Business Psychology. SFU Publishing House. 2014, 48 p. <http://dstu.ru/studentam/profilaktika-terrorizma/metodicheskaja-literatura-po-profilaktike-terrorizma-i-ehkstremizmu/pamjatka-rekomendacii-po-organizacii-profilakticheskoi-raboty-v-seti-internet/>
8. Pochentsov G. Strategy. Tools for managing the future. Wacker refl-book, 2005, 377 p.
9. Psychology of influence: Mechanisms, strategies, possibilities of counteraction / edited by A.A. Zhuravlev, N.D. Pavlova. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, 2012, 368 p.
10. Watson J. Psychology through the eyes of a behaviorist. [www.gumer.info](http://www.gumer.info)
11. Jung K. Man and his symbols. Moscow, SMYSL publishing house, 1997, 343 p.
12. Yanovsky M.I. Problems of cinema research in psychology.// Psychological Journal, 2010, No. 5, pp. 79-88.