

ТЕРРОРИЗМ И ИНТЕРНЕТ

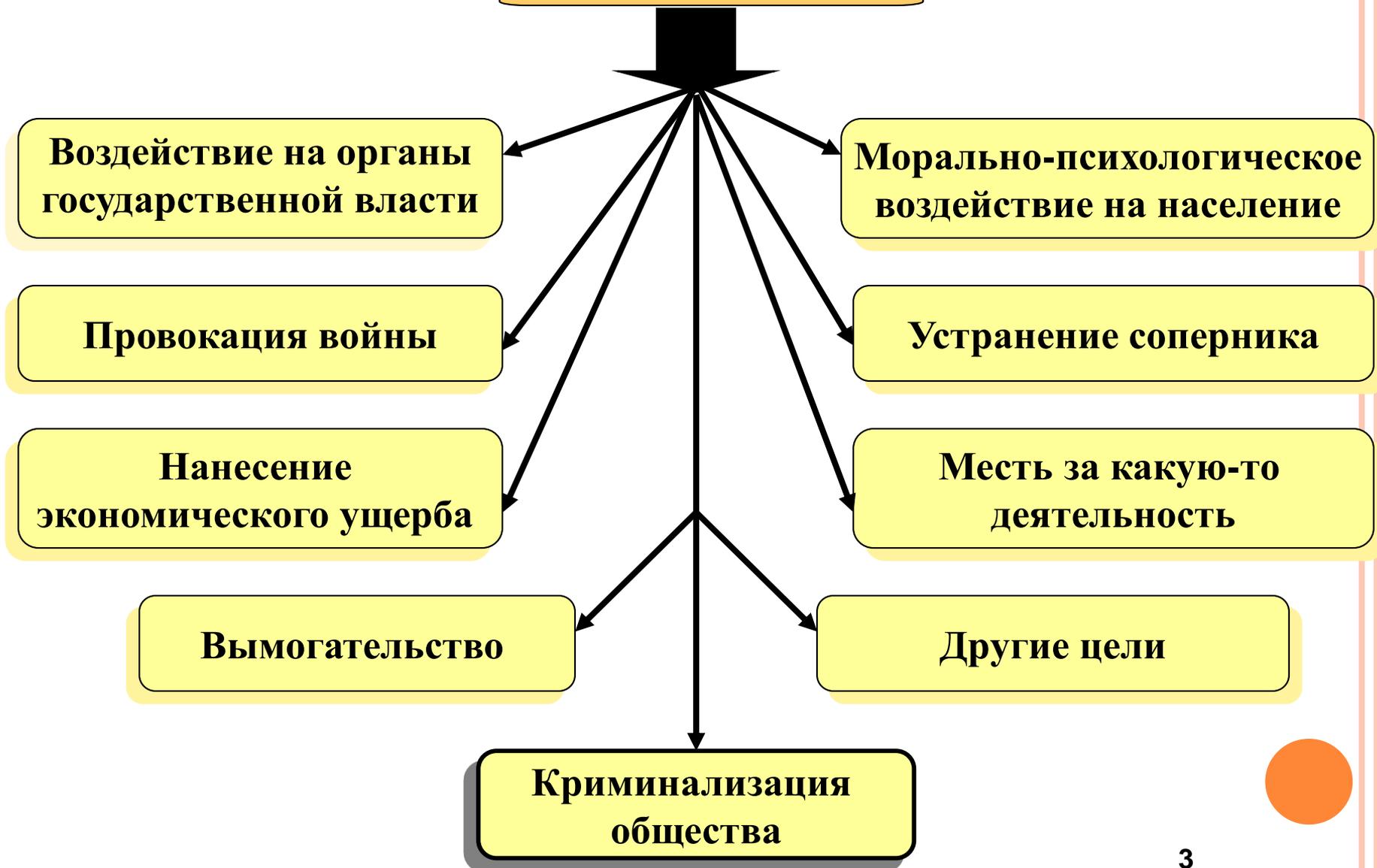
РАЗДАТОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Мастер – класс
Александра Кичаева
www.kichaev.ru

ПСИХИКА И МИРОВОЗЗРЕНИЕ ТЕРРОРИСТОВ

- смещение чувства времени — прошлое включено в настоящее;
- стирание границ между реальностью и фантазией;
- наивность в сочетании с размытостью моральных ограничений;
- смешанность границ добра и зла, наличие апокалиптических переживаний и фантазий в сочетании с идеями мессианства;
- садомазохистическая позиция — жалость к себе и своим соплеменникам в сочетании с ненавистью к реальному или мифологическому противнику и готовностью к самопожертвованию;
- идентификация с агрессором, то есть наличие идей типа: «если я сам буду агрессором, то не стану объектом агрессии»;
- ограниченная способность понимать и принимать инакомыслящих;
- определенная утрата рациональности, особенно в сфере представлений о доступных и недоступных целях и идеалах; при этом, если цель недоступна, эрзац-целью может стать тотальная ориентация на разрушение всего, что препятствует достижению цели, даже если это никак не приблизит реализацию последней.

ЦЕЛИ ТЕРРОРА



ТЕРРОРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:

- а) организацию, планирование, подготовку, финансирование и реализацию теракта;
- б) подстрекательство к теракту;
- в) организацию незаконного вооруженного формирования, организованной группы для реализации теракта, а равно участие в такой структуре;
- г) вербовку, вооружение, обучение и использование террористов;
- д) информационное или иное пособничество в планировании, подготовке или реализации теракта;
- е) пропаганду идей терроризма, распространение материалов или информации, призывающих к осуществлению террористической деятельности.



ВИДЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ТЕРРОРИЗМА:

1) **информационно-психологический** – влияние на СМИ, интернет для распространения дезинформации, слухов, демонстрации мощи террористических организаций; воздействие на операторов, разработчиков, представителей информационных и телекоммуникационных систем путем насилия или угрозы насилия, подкупа, использование методов НЛП, гипноза, для ввода информации в подсознание и т. д.;

2) **информационно-технический** – нанесение ущерба отдельным физическим элементам информационной среды государства; создание помех, использование специальных программ, стимулирующих разрушение систем управления, или, наоборот, внешнее террористическое управление техническими объектами (в т. ч. самолетами), биохимические средства разрушения элементной базы и т. д.; уничтожение или активное подавление линий связи, искусственная перегрузка узлов коммутации и т. д.





Схема 1. Структурно-логическая схема понятия «терроризм»

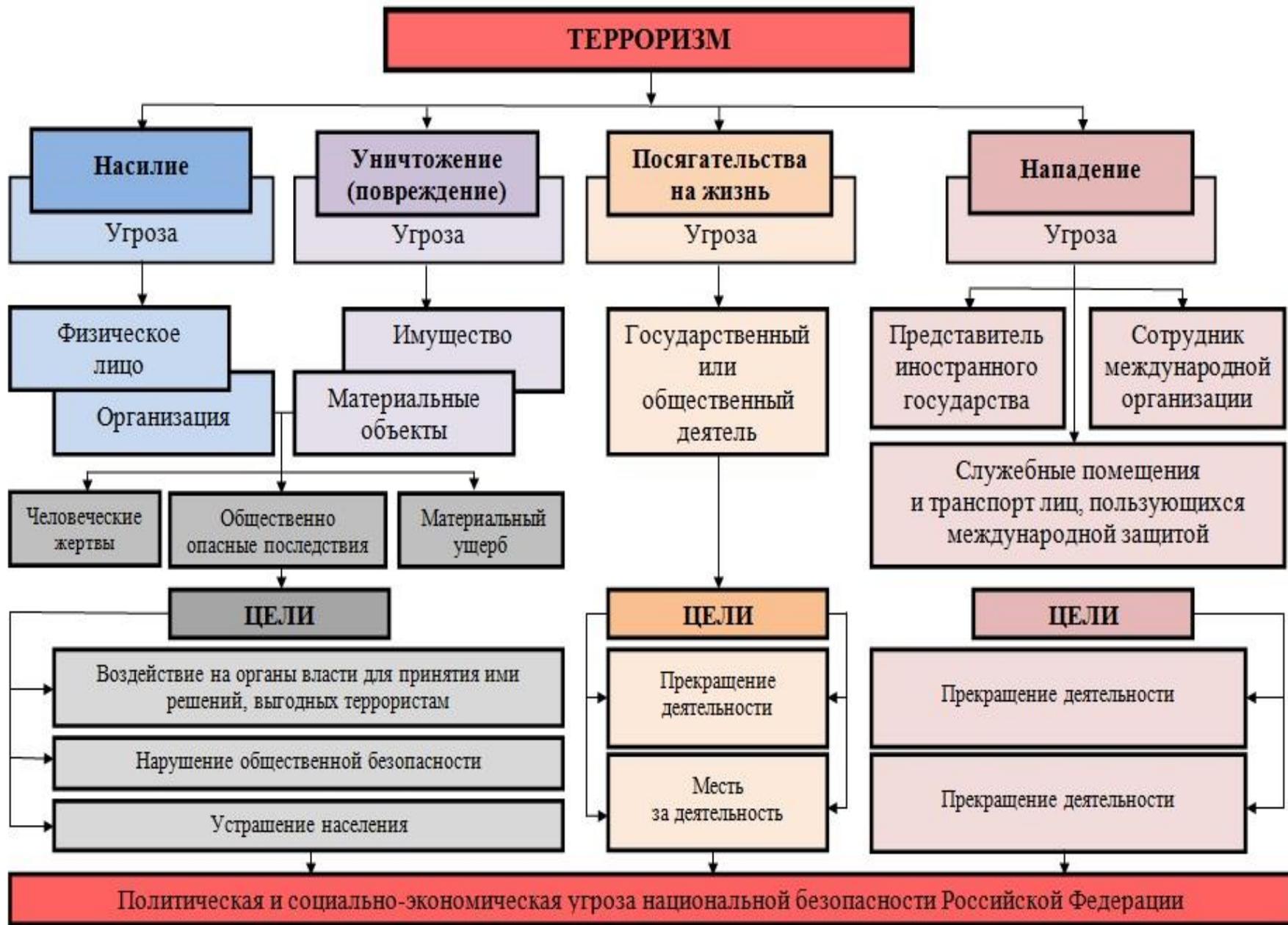
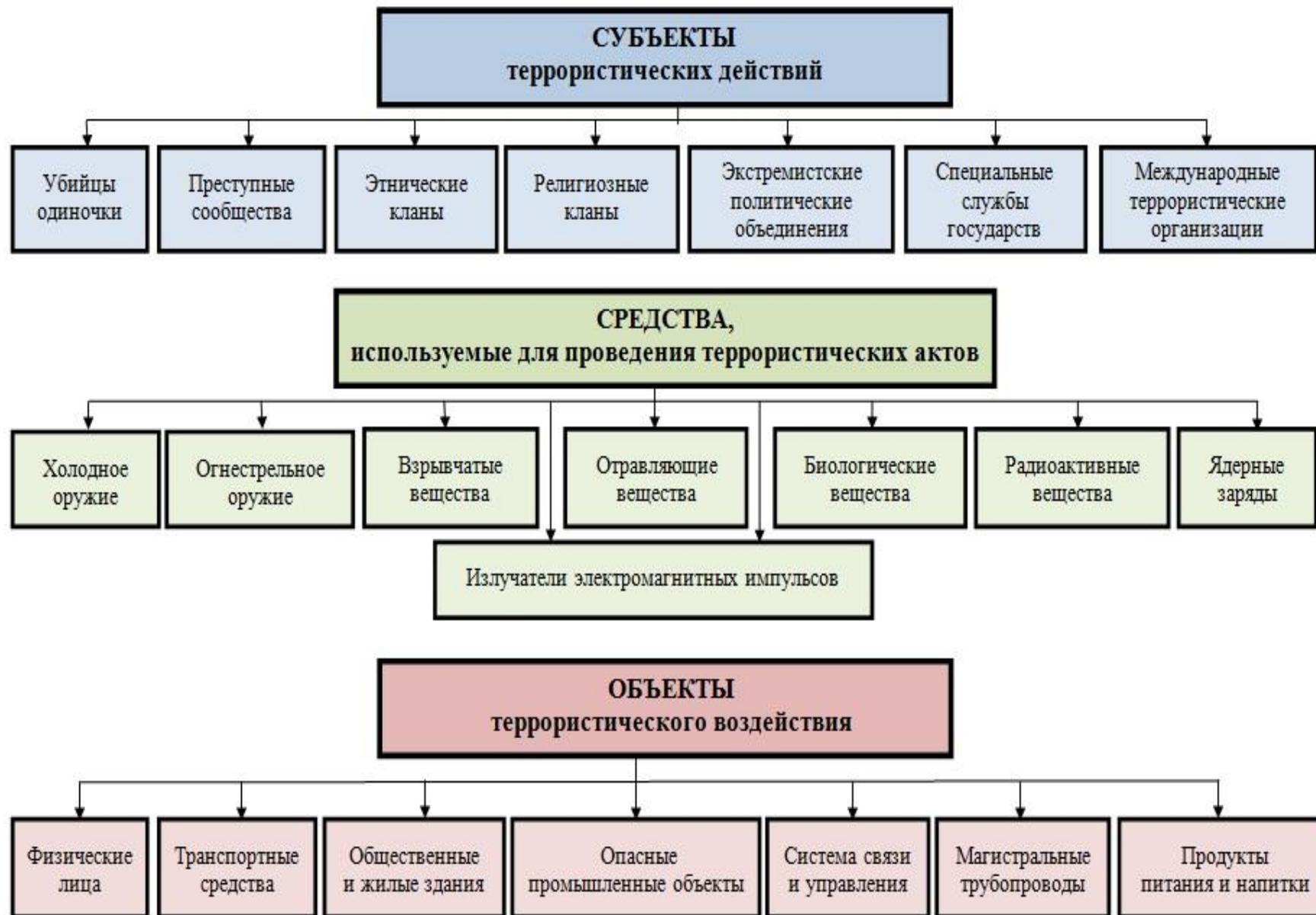


Схема 2. Типовая характеристика террористических действий



КАК НАМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИНТЕРНЕТ?

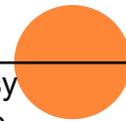
- Сайт организации
- Общественная приемная – подраздел сайта
- Горячая линия – форум, чат
- Вебинары по актуальным темам
- Блоги, сообщества по интересам
- Создание страниц по организации помощи жертвам
 - Превентивно
 - Оперативно

Что можете добавить?



ЭТАПЫ ВЫСТУПЛЕНИЯ НА ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИИ, ВЕБИНАРЕ

Начало выступления			
Начало	Подготовить аудиторию (Представиться, коротко рассказать о себе)	Завладеть вниманием, привлечь интерес. Вызвать доверие.	Рассказать необычное и удивительное.
Завязать МЫСЛЬ	Определить зачем мы здесь	Показать актуальность темы. Вызвать интерес	Вызвать интерес
Изложение мысли	Донести план	Обеспечить понимание	Затронуть интересы аудитории
Главная часть			
Информирование	Представить предмет	Коротко, емко и наглядно представить компанию и продукт	Определить понятие, дать трактовку
Аргументация и работа с сопротивлением	Донести сущность до понимания	Обосновать решение., проговорив преимущества и выгоды, которые получит клиент	Привести аргументацию в пользу вашего предложения и опровергнуть доказательства, обработав возражения
Установка на действие	Дать установку на деятельность (надо....)	Связать теорию с практикой	Привести примеры из практики, сославшись на позитивный опыт других клиентов, партнеров
Заключение			
Напоминание	Закрепить мысль	Повторить основной тезис	Возвратится к предмету встречи
Обобщение	Убедить в достижимости цели	Подвести к заключению	Подытожить сказанное
Пожелание	Направить деятельность (призвать принять решение о покупке)	Поставить задачи (заключить договор, приехать на пр-во и т.п.)	Обрисовать перспективу (приобретя, вы сможете оптимизировать расходы)



ПРИЕМЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ НА ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИИ, ВЕБИНАРЕ

1. Использование метафор.

- Метафора – это иносказание. Метафоры действуют на подсознание собеседника, и именно по этой причине они очень убедительны. Метафоры обладают также долгосрочным действием, то есть они надолго запоминаются, и удачно подобранная метафора будет еще долго после встречи греть душу вашего клиента.
- «Такая продукция в арсенале профессионального специалиста также будет греть душу, как огонь в камине согревает в холодные вечера...»

2. Ссылка на нормы, авторитеты, публичных людей, статистику и т.д.

3. Правило «Потому что» или принцип «Выгоды».

Разъясняйте причины того или иного.

4. Контекст согласия.

- Три ответа «Да» бессознательно заставляют клиента дать положительный ответ и на четвертый вопрос



ПРИЕМЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ НА ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИИ, ВЕБИНАРЕ

5. Использование наречий.

- Наречия усиливают уверенность, правдоподобность: «естественно», «безусловно», «разумеется», «конечно», «особенно».
- «Это то, что вам нужно» - звучит неплохо. «Это действительно то, что вам нужно». Такая фраза, окрашенная соответствующей интонацией, звучит безупречно.

6. Правило сравнения.

- Если вы используете в своей аргументации сравнения, то вы предоставляете клиенту точку отсчета, удобную для вас.
- «Если сравнивать наш товар с аналогичным, то он имеет следующие явные преимущества:»

7. Правило - воспоминание об аналогичном случае

8. Использование цифр и конкретных фактов

Этот прием повышает надежность и обоснованность ваших высказываний.

- «По статистике 8 профессиональных специалистов из 10 предпочитает качественное, пусть даже и более дорогое оборудование, чтобы быть уверенным в высоком уровне производимых работ ...»



ПРИМЕРЫ И НАЗНАЧЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ФРАЗ

Фразы, поднимающие значимость собеседника:

- «Я хотел бы с вами посоветоваться»,
- «Вы наверняка знаете»,
- «Для вас не секрет» и т. д.

Фразы, выражающие сочувствие, участие:

- «Я знаю ваши проблемы»,
- «Мне близки ваши заботы»,
- «Мне понятна ваша «головная» боль» и т. д.

Фразы, приглашающие к сотрудничеству:

- «Я жду от вас предложений»,
- «Я уверен в вашей компетентности»,
- «Я надеюсь на вашу помощь» и т. д.

Фразы, выражающие одобрение:

- «Я благодарю вас за участие»,
- «Я рад нашему взаимопониманию»,
- «Я в вас не ошибся» и т. д.

Фразы схожести:

- «Мы оба думаем одинаково»
- «Вот видите, у нас аналогичный опыт» и т.д.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОПРОСИТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Для удержания внимания, используйте вопросы во время презентационного монолога.

В презентацию можно включить вопросы:

1. Зачем эта инициатива нужна?
2. В чем ее преимущества?
3. Как этим пользоваться?
4. Почему именно мы хотим сделать это?

Эти вопросы постоянно крутятся в сознании в течение всей беседы. Именно поэтому их следует озвучить.

Вам следует иногда прерывать свою собственную презентацию вопросом к самому себе:

«Что же вы получите с запуском проекта?»

И далее, не делая паузы, отвечайте на вопрос, рисуйте картину будущей жизни вашего оппонента, преобразованную началом проекта. Именно эта, нарисованная вами картина, заставляет его прочувствовать, насколько ему необходим предлагаемый проект.

ТИПЫ КОНФЛИКТОГЕНОВ

Стремление к превосходству

- **Прямые проявления превосходства:** приказания, угрозы, замечания, критика, обвинения, насмешка, сарказм
- **Снисходительное отношение:** проявление превосходства с оттенком доброжелательности. Пример: «Не обижайся», «Как можно этого не знать?», «Вам ведь русским языком сказано»...
- **Хвастовство,** то есть восторженный рассказ о своих успехах, истинных и мнимых.
- **Категоричность, безапелляционность** – проявление излишней уверенности в своей правоте, самоуверенность. Пример: «Я считаю», «Я уверен». Конфликтогенами такого типа являются суждения родителей о молодежных тенденциях (пример: «Твой новый знакомый тебе не пара» вместо «Мне кажется, он несколько самоуверен, берется судить о том, в чем плохо разбирается. Но, может быть, я ошибаюсь, время покажет»)



ТИПЫ КОНФЛИКТОГЕНОВ

- **Навязывание своих советов.** Есть правило: давай советы лишь тогда, когда тебя об этом просят.
- **Перебивание собеседника, повышение голоса** и когда один поправляет другого. Тем самым показывается, что его мысли более ценны, чем мысли других, именно его надо слушать.
- **Утаивание информации.** Информация – это необходимый элемент жизнедеятельности. Отсутствие информации вызывает состояние тревоги.
- **Нарушение этики, намеренные или непреднамеренные.** Пример: воспользовался чужой мыслью, но не сослался на автора; нечаянно толкнул и не извинился.
- **Подшучивание.** Объектом обычно становится тот, кто почему-либо не может дать достойный отпор. В древности порицался порок злого языка (в первом псалме Давида насмешники осуждаются наряду с безбожниками и грешниками).



ТИПЫ КОНФЛИКТОГЕНОВ

- *Обман или попытка обмана.*
- *Напоминание о какой-либо проигрышной ситуации.*
- *Перекладывание ответственности на другого человека.*
- **Просьба «сделать одолжение».** Отказ вызывает неприятное чувство у просящего, но и удовлетворительные просьбы нередко приводят к конфликту: неблагодарность, отдают не вовремя, приходится напоминать, не отдают вообще и т.п.
- **Проявление агрессивности: природная агрессивность, ситуативная агрессивность**
- **Проявление эгоизма**

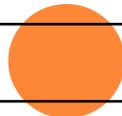
ДНЕВНИК ДЛЯ АНАЛИЗА КОНФЛИКТОВ

Время и дата конфликта _____

Первопричина (подоплека) конфликта _____

Участники конфликта _____

№ п/п	Вопрос	Ответ
1	О чем шла речь?	
2	Почему ситуация приобрела конфликтный характер?	
3	Кто и как себя вел?	
4	Кто и что сказал?	
5	Какие обстоятельства оказались важными?	
6	В чем проявился конфликт?	
7	Какие чувства это вызвало лично во мне?	
8	Как я реагировал?	
9	Что я сделал конструктивного?	
10	Где мои зоны развития (совершенствования)?	



КАК РАБОТАТЬ С ПРОВОКАЦИОННЫМИ ВЫПАДАМИ?

Действие	Ситуация	Причина	Поведение
Невысказанные замечания	По лицу вы заметили недовольство	Не может сделать замечание, боится перебить, скромн от природы	Необходим прямой диалог: «вы что то хотели спросить?»
Отговорки	Отвечает на вопросы – «да не знаю еще...»	Нерешительность, либо непонимание ситуации	Уточнить в чем причина непонимания и аргументировать
Предубеждения	Постоянный пессимист, видит во всем плохое –«все это предлагают»	Изначальный настрой, либо ошибочные аргументы, либо предыдущий опыт	Наведение мостов, выяснение мотивов и точки зрения, разграничение субъективного и реального
Ирония, шутки	Нет контакта со слушателем, ему не интересно, поэтому он «шутит»	Такой тип человека, или проверяет вас на силу характера	Пропустить мимо ушей, ответить шуткой
Позитивные вопросы	Задаёт вопросы по теме выступления	Неясность вашей позиции	Дать полный и исчерпывающий ответ
Желание проявить себя	Высказывает свое, собственное мнение, показывает свою значимость	Не может выступить против вас по теме, у вас слишком сильная аргументация	Не создавайте мнение что все выводы от вас, ссылайтесь на другие официальные и неофициальные источники
Замечание субъективного характера	«Все это мы уже слышали, хватит, спасибо»	Вы неубедительны, возможно, говорите не по теме, интересующей слушателя	Обратите внимания на проблемы аудитории, лучше готовьтесь к встречам
Объективные замечания	Не принял вашего решения	У него есть другой подход к проблеме	Не противоречить, довести что вы учитываете его взгляды и они обязательно будут учтены в будущем
Общее сопротивление	Как правило, вначале беседы и не конкретны	Если возрастает, то вы прогадали с темой, если стихает, то вы делаете все правильно	Определите тему беседы и аргументируйте
Последняя попытка	Снова и снова возвращается к ранее заданному вопросу	Пора заканчивать, слушатели уже устали	Не отвечать, а перевести в сторону и побыстрее закончить встречу

АЛГОРИТМ ОБРАБОТКИ ВОЗРАЖЕНИЙ

1. Выслушать, не споря и не перебивая и никаким образом не выказывая своего нетерпения

2. Выразить понимание с его правом на собственное мнение

3. Уточнить.

Оппонент. Все-таки, предлагаемый Вами вариант решения хуже, чем предлагает мне в подобной ситуации "Фронда- Мебель"

Вы. Когда-то и эта фирма была начинающей.. А что именно вас привлекло в ее предложении, не считая известности?

О. Качество продукции, естественно

В. Значит, качество все-таки важнее?

О. Конечно, это очень важно.

В. Это действительно очень важно, особенно в наше время качество дорогого стоит. Наше качество неоспоримо, а также мы сейчас активно проводим процедуры по совершенствованию системы документооборота, чтобы все в компании пришло к состоянию гармонии.

4. Ответить на возражение

5. Проверить надежность ответа

Здесь, если ситуация позволяет, можете спросить шутливо:

« Мне удалось хоть немного убедить Вас в том, что мы обязательно изменимся к лучшему"?

Или «Мне удалось ответить на ваш вопрос?»

Оппонент. Ну, немного удалось (наверняка с улыбкой)

Считайте, вы уже друзья. Время делать предложение.

6. Сделать предложение. Предлагаю обсудить варианты, как можно разрешить эту ситуацию

