



Проект финансируется
Европейским Союзом



ЦЕНТР РЕЛИГИОВЕДЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ
КЫРГЫЗСТАНА



Internews
Local voices. Global change.

РАДИКАЛИЗМ ОНЛАЙН: АНАЛИЗ СМЫСЛОВ, ИДЕЙ И ЦЕННОСТЕЙ НАСИЛЬСТВЕННОГО ЭКСТРЕМИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Отчет по итогам исследования,
проведенного в рамках проекта

«Усиление устойчивости к радикализации
и дезинформации в Центральной Азии»,
финансируемый Европейским союзом и
реализуемый Internews

Бишкек, Кыргызстан

2021



УДК
ББК

Радикализм онлайн: анализ смыслов, идей и ценностей насильственного экстремизма в Центральной Азии – Бишкек: 2021. – 144 с.

ISBN

Эта публикация создана при финансовой поддержке Европейского союза. Ответственность за содержание публикации несут Центр религиоведческих исследований Кыргызстана и Internews. Мнения, представленные в данной публикации, не отражают официальную точку зрения Европейского союза.

Авторы исследования и Европейский союз не разделяют точку зрения и не поддерживают мнения радикальных авторов, чьи идеи и сообщения приведены в данном исследовании.

ISBN

УДК
ББК

Отпечатано в полиграфическом салоне «КПД»
Проспект Чуй 32а
Бишкек, Кыргызстан

	Список сокращений	4
	Ключевые определения	5
	Резюме исследования.....	9
	Введение.....	15
	Методология	18
Глава 1.	Анализ сообщений экстремистских групп	25
	Казахстан	29
	Кыргызстан.....	31
	Таджикистан.....	34
	Туркменистан.....	38
	Узбекистан.....	42
Глава 2.	Целевая аудитория и каналы получения информации	46
	Каналы распространения НЭ контента по результатам контент-анализа.....	47
	Целевая аудитория и предпочитаемые каналы получения информации, по результатам полевого исследования	51
Глава 3.	Влияние идейных установок на восприятие действительности и ценности целевой аудитории	62
	Ценностные ориентиры молодежи Центральной Азии	63
	Политико-идеологические ценности и установки	67
	Триггеры эмоционального состояния и доверия окружению ...	73
Глава 4.	Концептуальные основы для стратегий реагирования на радикальные нарративы в различных видах медиа.....	77
	Способы медиа-пропаганды и манипуляций.....	78
	Ценностно-психологические основы пропаганды насильственного экстремизма	80
	Возможные задачи для медиастратегий институтов государ- ственной власти, местного самоуправления, общественных организаций и медиа.....	82
	Заключение.....	85
	<i>Приложение 1. Кабинетное исследование факторов радикализации, нарративов, каналов распространения информации и аудитории экстремистских групп</i>	<i>92</i>
	<i>Приложение 2. Технологический процесс сбора и очистки данных и его результаты ..</i>	<i>124</i>
	<i>Приложение 3. Команда исследователей.....</i>	<i>129</i>
	<i>Приложение 4. Категории и единицы контент-анализа</i>	<i>132</i>
	<i>Приложение 5. Протагонисты насильственного экстремизма.....</i>	<i>135</i>
	<i>Приложение 6. Анкета.....</i>	<i>139</i>

Список сокращений

ИГ/ИГИЛ /ДАИШ	– Исламское государство Ирака и Леванта
ИБТ	– иностранные боевики-террористы
КР	– Кыргызская Республика
НПО	– неправительственные организации
НЭ	– насильственный экстремизм
ОБСЕ	– Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе
ОДКБ	– Организация Договора о коллективной безопасности
ПИВТ	– Партия исламского возрождения Таджикистана
ПНЭ/ПНЭ	– предотвращение и/или противодействие насильственному экстремизму
РК	– Республика Казахстан
РТ	– Республика Таджикистан
РФ	– Российская Федерация
СМИ	– средства массовой информации
СНГ	– Содружество Независимых Государств
ТЗ	– техническое задание
ТМ	– трудовые мигранты
ЦА	– Центральная Азия
Covid -19	– Коронавирусная инфекция COVID-19 (Coronavirus disease of 2019)

Ключевые определения¹

Запрещенные экстремистские группы – организации, деятельность которых на территории одного из государств Центральной Азии запрещена судом.

Коммуникационная стратегия – система действий и инструментов, направленных на достижение поставленных коммуникативных задач. Включает описание всех участников, условий и механизмов коммуникации между стейкхолдерами и аудиторией.

Коммуникация – процесс передачи информации от отправителя получателю так, чтобы она одинаково понималась обоими участниками. Значимая часть информации называется содержанием, а результат процесса передачи – сообщением.

Нарративы – (от английского narratives) представляют собой набор идей, фактов, концепций и опыта, которые отражают то, как человек или группа людей воспринимают свое место в окружающем их мире². С точки зрения гуманитарных наук, *нарративами* называют «изложения взаимосвязанных событий, которые организованы, связаны и ориентированы на определенную аудиторию»³.

Нарративы насильственного экстремизма – у социологов и экспертов в данной области нет четкого определения, часто трактуются как послания, распространяемые радикальными организациями.

Исследования, в которых рассматриваются нарративы насильственных групп, подчеркивают различия между метанарративами, или мастер-нарративами (связанными с культурной идентичностью), и «мономифами»⁴.

Рональд Дено и Йос Мануэль Комец-Пэрес⁵ (2019) предлагают классифицировать нарративы экстремистских и террористических групп следующим образом:

- культурные нарративы представляют культурную идентичность и основаны на традициях⁶. Такие нарративы ориентированы на широкую аудиторию⁷;
- стратегические нарративы представляют групповую идентичность, основаны на идеологии и соответствуют радикализации на мезоуровне⁸;

¹ Используемые понятия предлагаются исследовательской группой и важны для данного исследования. Предложенный понятийный аппарат может быть неактуальным в других условиях.

² Лена Слахмюльдер. Трансформация насильственного экстремизма: руководство миротворца [Transforming Violent Extremism: A Peacebuilder's Guide], - Вашингтон, округ Колумбия: «Поиск общих интересов» (2017), стр. 8, <https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2017/04/Transforming-Violent-Extremism-V2-August-2017.pdf>.

³ Riessman, Catherine Kohler, Narrative Analysis. In: Narrative, Memory & Everyday Life, University of Huddersfield, Huddersfield (2005), pp. 17, http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/4920/2/Chapter_1_-_Catherine_Kohler_Riessman.pdf.

⁴ WANA Institute, 2017, From Blades to Brains, New Battleground.

⁵ Denaux Ronald, Jose Manuel G´omez-P´erez, 2019 Textual Analysis for Radicalisation Narratives aligned with Social Sciences Perspectives.

⁶ Такие нарративы подразумевают конкретные рассказы из истории ислама (например, популярные среди современных моджахедов рассказы о ранних битвах Пророка за торжество ислама, либо награды, обещанные мученикам/шахидам). При изучении текстов радикалов ЦА важно иметь в виду, что такие рассказы призваны придать сакральный смысл акциям радикалов, снять естественный физиологический страх перед смертью обещанием рая и т.п.

⁷ Cind Du Bois. Literature Review on Radicalisation. Technical Report October, TRIVALENT, 2017.

⁸ Набор критических текстов и стратегий, понятных в узком кругу идеологов радикальной группы. В том числе при построении нарративов и аргументации, дискредитирующей «других» (конкурентов, неверных, плохих политиков и т.п.).

- местные и индивидуальные нарративы – это рассказы о конкретных местах и людях⁹; они соответствуют радикализации на микроуровне.

Насильственный экстремизм – это убеждения и действия людей, которые пропагандируют, поддерживают или используют идеологически мотивированное насилие для достижения радикальных идеологических, религиозных или политических целей.

Согласно исследованию ГИИП и SecDev Group¹⁰, законодательные определения экстремизма четырех стран Центральной Азии включают следующие компоненты: насильственное изменение основ конституционного строя, нарушение территориальной целостности страны, разжигание вражды (розни), ненависти и унижения человеческого достоинства по признаку расы, национальности, религиозной принадлежности или принадлежности к определенной социальной группе.

В отчете используется с приставкой «религиозно мотивированный», поскольку: а) запрещенные в ЦА организации, обосновывают свою деятельность религиозными аргументами; б) эти аргументы серьезно мотивируют вовлеченных (завербованных) персон, поддерживая их уверенность в религиозной легитимности участия в войне.

Онлайн-радикализация к насилию – это процесс, в ходе которого человек вовлекается в систему идеологических посылов и верований, отличающуюся от общепринятой системы верований экстремистскими воззрениями, преимущественно через использование онлайн-медиа¹¹.

Противодействие насильственному экстремизму – это деятельность, направленная на убеждение отдельных людей или группы лиц отказаться от радикализации и вербовки в насильственные экстремистские группировки и от использования идеологически мотивированного насилия для достижения социальных, экономических, религиозных или политических целей¹².

Радикализация – это процесс, посредством которого индивид или группа людей начинают принимать все более жестокие и экстремальные политические, социальные, культурные и религиозные идеологии¹³.

Уязвимость к радикализации – это состояние, возникшее в связи с персональным риском и защитными факторами, которые могут сделать человека более восприимчивым к движущим силам насильственного экстремизма на уровне сообщества и, в конечном счете, к радикализации, ведущей к насильственному экстремизму¹⁴.

⁹ Речь преимущественно об использовании стратегии радикалов, старающихся «играть» на личных проблемах тех, кого вовлекают в группы НЭ.

¹⁰ ГИИП, the SecDev Group. Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2018), https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Violent-extremism-online_public_rus.pdf.

¹¹ U.S. Department of Justice, Online Radicalization to Violent Extremism (2013), <http://www.theiacp.org/portals/0/pdfs/RadicalizationtoViolentExtremismAwarenessBrief.pdf>.

¹² НКО «Поиск общих интересов» совместно с Центром «Хедая»: Противодействие насильственному экстремизму: вводное руководство по концепциям, разработке программ и передовой практике/ Адаптировано для Центральноазиатского региона, 2019 https://www.sfcg.org/countering-violent-extremism/SFCG-Countering_Violent_Extremism-An_Introductory_Guide_Russian.pdf.

¹³ Там же.

¹⁴ Там же.

Религиозные понятия:

Аджами (аджамы) – мусульмане неарабского происхождения.

Амир – араб. «глава», в изученном контенте применяется к главам вооруженных групп от 20 и до 100 человек.

Ваххабизм – идеологическая и богословская доктрина, основанная Мухаммадом ибн Абд аль-Ваххабом (1703–1792). Наиболее радикальное крыло этой антимодернистской идеологии выступает за возврат уммы к строгому следованию принципам шариата.

Дават/Даъват – от араб. «дават», словарное значение – «призыв, воззвание, публичная прокламация» (имеется в виду призыв к вере). В изученном контенте используется в значении «пропаганда», в контексте пропаганды и легитимации джихада.

Дар ал-Зулм – араб. «территория гнета», территория, где преследуются («угнетаются») мусульмане. В изученном контенте применяется к России, странам ЦА, Европы. Единственное условие превращения Дар ал-Зулм в Дар ал-Ислам – внедрение шариатского правления вместо авторитарных или демократических.

Дар ал-Харб – араб. «территория войны», территория, где ведется война против мусульман.

Джихад – от араб. «усилие, усердие», согласно хадисам, существовало два вида джихада: «великий джихад (против собственных мирских привязанностей, освоение знаний об исламе и т.п.); «малый джихад», понимаемый как война против иноверцев. В изученном контенте используется преимущественно в значении «война против немусульман», «борьба против отступников (мунафикун)», «демократических режимов» и тех, кто не поддерживает идеологию моджахеддинов.

Ибн Ханбал – Абу 'Абдаллах Ахмад ибн Ханбал (780-875), основатель и эпоним ханбалитского мазхаба. У пропагандистов НЭ его сочинения («Муснад», комментарии к Корану, сочинения по фикху, антимутазилитские опровержения и др.) особенно популярны и служат подтверждением таких доводов, как «обязательность всеобщего джихада» для современных мусульман.

Кафир – «неверный», применяется к представителям других конфессий, атеистам и рационалистам. Производное «такфир» – «выведение из веры» тех мусульман, кто нарушает основные догматические или правовые предписания.

Мазхаб – «метод, способ», богословско-правовые школы.

Моджахед (мн.ч. моджахедин) – воин, воюющий против «неверных» либо защищающий «Дар ал-ислам». В изученном контенте относится к вооруженным группам, вовлеченным в конфликты, либо к террористам-одиночкам.

Муртад – отступник, так называют верующих, отступающих от норм шариата, предпочитающих сочетать их с «национальными обычаями» или заимствованными из других традиций праздниками.

Мунофиқи – отступники, лицемеры, мусульмане, не следующие всем ритуальным и догматическим предписаниям ислама, не поддерживающие джихад и отказывающиеся признать его религиозную легитимность. В текстах применяется также к «официальным» имамам и политикам.

Салафизм – фундаменталистское суннитское движение, очень разнородное по составу и проповедующее возвращение к образу жизни «благочестивых предков» (ас-салаф ас-салихун), или «золотой эпохи» времени Пророка и его ближайших сподвижников. Современные исследователи салафизма обычно подразделяют это течение на три направления: а) квиетистов (их большинство), которые придерживаются принципа «ат-тасфия ва тарбия» (очищение и образование). Этот принцип направлен на «очищение религии от нововведений (бид'ат)» и возвращение к религии времени Пророка, отказу от своих обычаев, в том числе и национальных; б) политический салафизм – воинствующее и политическое понимание ислама. Стратегическое направление активности – создание политических партий, профсоюзов, исламских объединений для мирного завоевания власти или оказания давления на последнюю при электоральном перевесе мусульман. Политика понимается как современный инструмент на службе пропаганды; в) джихадисты (или «революционный салафизм»). Для них единственное средство повсеместной победы ислама – «война на пути Аллаха».

Сунна – совокупность слов и деяний Пророка, вдохновляющая каждого мусульманина. Этот термин иногда применяется ко всему корпусу суннитских теологических текстов.

Такфир – обвинение в неверии (куфре).

Тагут (тогут) – идол, вводящий в заблуждение. В текстах относится к президентам, чиновникам, лояльным к ним имамам и богословам.

Устоз (учитель) – прозвище пропагандистов в виртуальном пространстве, либо применяемое к именам и никнеймам знаменитых пропагандистов.

Фард ал-'айн – араб. «очевидное предписание/обязанность», имеются в виду догматические и ритуальные предписания вроде признания единобожия, статуса Пророка, ежедневные молитвы и т.п. В изученном контенте джихад квалифицируется как «Фард ал-'айн», тогда как ханафитские богословы считают его «Фард ал-кифая» обязанностью, которую достаточно выполнять лишь части общины (подобно похоронам мусульманина и пр.).

Хиджрат ва-л-джихад – иммиграция из родной страны (по религиозным мотивам) с целью участия в джихаде.

Хукм – богословско-правовое решение по любому вопросу веры, личной, семейной или социальной жизни, а также политической сферы.

Шахид – погибший в джихаде.

Резюме исследования

Центр религиоведческих исследований (Кыргызстан) провел исследование значений/смыслов, идей и взглядов, сообщений контента, созданного запрещенными экстремистскими группами и распространяемого ими онлайн среди местных сообществ Центральноазиатского региона.

Центром был проведен кабинетный анализ, контент-анализ 1 610 164 сообщений, содержащих религиозную риторику, а также полевое исследование, в котором приняли участие 4005 респондентов.

Исследование позволяет составить представление о смыслах и идеях сообщений проповедников радикального ислама, целевой аудитории и каналах распространения сообщений протагонистов насильственного экстремизма, влиянии их идей на целевую аудиторию, а также о возможной направленности коммуникационных стратегий противодействия распространению радикальных идей.

Идеи, смыслы и содержание сообщений радикального характера

Сообщения радикального характера занимают 0,56% от всего объема общедоступного информационного поля, которое посвящено вопросам понимания и исповедования ислама. Несмотря на низкую долю данного контента, с учетом популяризации террористическими группами «одионого джихада», она является достаточной для вовлечения и последующей вербовки определенного количества молодых людей.

Сообщения радикальных групп не предназначены для случайного пользователя. Они изобилуют специфическими, трудными для восприятия терминами, которые сложны для неподготовленной аудитории, впервые столкнувшейся с таким контентом. Таким образом, информационное поле, формируемое последователями радикальных идей, не является местом первичной радикализации, а укрепляет приверженность данным идеям тех пользователей, которые уже достаточно информированы и имеют определенный жизненный опыт, который делает привлекательными идеи радикалов.

На информационное поле Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана влияют идеи одних и тех же протагонистов ислама, а в Туркменистане и Таджикистане большее влияние имеет страновой контент.

Исследование позволило сделать и другие важные наблюдения для оценки реальной эффективности используемых

Только 0,56% сообщений, содержащих религиозную риторику, несут в себе радикальные смыслы.

странами ЦА мер противодействия распространению радикальных идей в кибер-пространстве. Используемые запретительные меры (блокировки сайтов и каналов НЭ, ограничения их доступа и т.п.) малоэффективны, поскольку возможности современных электронных средств доставлять информацию разнообразны.

Более того, попытки «богословских ответов и опровержений», к которым прибегают на своих каналах и сайтах независимые богословы и т.н. «государственные муллы» в споре с радикалами, также показывают, что им и их аудитории вполне доступна «запретная информация». Это означает, что администраторы каналов НЭ полностью интегрированы в систему глобальных сетей и выработали стратегии многоканальных доступов к потенциальным реципиентам (например, с помощью дублирующих каналов на разных платформах, в чатах, личных рассылках, репостах и пр.). Следовательно, у широкой аудитории сохраняется доступ к информации радикального свойства, вопреки запретительным мерам.

С другой стороны, запреты усложняют экспертам контроль за сетями, в частности, необходимый мониторинг динамики смыслов сообщений, динамики роста посетителей, свойств комментариев и т.п., необходимых для разработки обоснованных (evidence-based) коммуникационных стратегий по ПНЭ.

Сообщения всех экстремистских групп имеют так называемую общую идеологическую направленность и продвигают идеи чистоты веры, взаимопомощи единоверцам, борьбы с неверными и отступниками, неприятия секулярной власти и ее решений, стремления к созданию халифата и антисемитизм. Также общей тенденцией является поддержка существования теории мирового заговора и призывы противостоять ему.

Все сообщения радикальных пропагандистов имеют общую идеологическую направленность, вписанную в социально-экономический и социально-политический контекст каждой отдельной страны региона.

Отрицание культурных и других светских «прозападных» ценностей является ещё одной общей тенденцией для всех сообщений.

Определенные особенности в сообщениях представителей радикальных групп имеют прямую связь со страновым социально-политическим и социально-экономическим контекстом. Таким образом, в Казахстане это – межэтническое противостояние, в Кыргызстане – призывы игнорировать выборы и бороться с институтами гражданского общества, в Таджикистане – суннито-шиитское противостояние и оценка опыта религиозных политических партий, в Туркменистане – призывы сохранить религиозные традиции, а в Узбекистане особенности странового контекста заключаются в призывах к иммиграции по религиозным мотивам, обо-

сновании необходимости разрушить традиционные семейные взаимоотношения и оправдании прошлых поражений радикальных групп, что может свидетельствовать о сомнениях в успешности доктрины среди целевой аудитории.

Целевая аудитория и каналы получения информации

Согласно проведенному кабинетному исследованию, основной целевой аудиторией распространителей радикального контента является молодежь в возрасте от 18 до 30 лет. Риск быть вовлеченными в обсуждение и распространение радикального контента не зависит от пола или места проживания целевой аудитории, но зависит от уровня образования и рода занятий.

Пропагандисты радикальных идей дублируют свои сообщения и используют максимальное количество ресурсов для их распространения. На каждом ресурсе ведется модерируемая дискуссия, насыщенная массой религиозных, социальных и политических нарративов, что может быть свидетельством командной работы и наличия большого количества помощников.

Согласно результатам *автоматизированного контент-анализа*, популярность онлайн-платформ, на которых наиболее часто встречается религиозный радикальный контент (не обязательно призывающий к насилию) и язык вражды, разнится от страны к стране. В Таджикистане наиболее используемыми социальными сетями являются Facebook (56%) и «Одноклассники» (37%); в Казахстане – «ВКонтакте» (74%) и Facebook (20%); в Кыргызстане – Facebook (48%) и «Одноклассники» (28%); в Узбекистане – Facebook (55%) и «Одноклассники» (37%); в Туркменистане – «ВКонтакте» (37%), «Одноклассники» (28%) и Facebook (25%)¹⁵. Это не означает, что реципиенты посещают только один канал. Посещения более динамичны и зависят от наиболее упрощенного и полноценного доступа.

Полевое исследование показало, что такие социальные сети, как Instagram и YouTube, чаще используются в Казахстане (Instagram – 83%, YouTube – 48%), Таджикистане (Instagram – 18%, YouTube – 27%) и Кыргызстане (Instagram – 38%, YouTube – 21%). YouTube также является второй по популярности социальной сетью в Узбекистане (36%), однако там самой популярной сетью является Telegram – 95% (Таблица 1).

Интерес пропагандистов лежит в сфере как личного участия целевой аудитории в их действиях, так и в поиске финансовой и социальной поддержки.

¹⁵ Следует обратить внимание, после вторичной чистки контента по Туркменистану осталось 120 сообщений, при этом ручная обработка показала практически отсутствие НЭ контента, производимого на туркменском языке в самой стране. Указанные выше проценты относятся к 120 публикациям, которые содержат в себе религиозный, местами радикальный, контент.

Таблица 1. Часто используемые социальные сети в Центральной Азии.

КАЗАХСТАН	ТАДЖИКИСТАН	КЫРГЫЗСТАН	УЗБЕКИСТАН
83% Instagram	18% Instagram	38% Instagram	95% Telegram
48% YouTube	27% YouTube	21% YouTube	36% YouTube

Во всех четырех странах, где проводился опрос, наиболее распространенными причинами использования социальных сетей являются: а) коммуникация с друзьями и/или родными, б) обзор новостей и в) просмотр видео.

Предпочитаемым языком получения информации в Казахстане (53%) и в Кыргызстане (54%) является русский язык, в то время как респондентам из Узбекистана (88%) важно получать информацию на узбекском языке, а респонденты из Таджикистана отдают равное предпочтение таджикскому (31%) и русскому (32%) языкам при получении информации.

В Узбекистане и Таджикистане молодежь предпочитает получать информацию от соседей и близких людей, то есть при живом общении, в то время как Кыргызстан и Казахстан больше информации черпают из соцсетей и новостных порталов. Телевизор остается одним из источников информации, но постепенно он теряет свою популярность.

Согласно собранным данным, во всех четырех странах наибольшую ценность пользователи придают информационному контенту. Однако существуют некоторые страновые различия: например, в Узбекистане и Таджикистане считают ценной информацию про близких и друзей (26%), в то время как в Казахстане выделяют образовательные материалы (38%). В Кыргызстане отдают приоритет развлекательному контенту и образовательным материалам.

Мессенджер WhatsApp по итогам опроса оказался самым популярным приложением для связи среди опрошенных в Казахстане и Кыргызстане. В Узбекистане самой большой популярностью пользуется приложение Telegram, в то время как в Таджикистане среди других мессенджеров наиболее используемым оказалось приложение, предназначенное для видеобщения Imo, по своим техническим функциям схожим со Skype. Imo также популярен в Туркменистане.

Ценности молодежи и влияние идейных установок протагонистов радикального ислама

Проведенное полевое исследование и сопоставление полученных данных с данными контент-анализа показало, что радикальные проповедники имеют достаточно широкую аудиторию для распространения своих сообщений и вербовки среди меньшинства, у которого нарушено чувство справедливости и безопасности, по сравнению с большинством.

Полевое исследование показало, что наиболее уязвимой целевой аудиторией являются молодые люди в возрасте от 18 до 21 года, независимо от пола и места проживания. Уровень образования также может стать фактором влияния на количество присоединившейся сочувствующей молодежи, так как люди со средним образованием больше склонны доверять старшим, особенно в случае, если их родители или родные сами пропагандируют подобные идеи или демонстрируют высокий уровень толерантности к ним.

Молодые люди старших возрастных групп (до 35 лет) также могут представлять определенный интерес для пропагандистов насильственного экстремизма в силу того, что они уже достигли определенного уровня финансовой независимости, и та часть этой аудитории, которая восприняла идеи НЭ, может оказать финансовую поддержку реализации идей радикалов.

Низкий уровень приверженности ценностям личностного развития и самоутверждения, предпочтение групповых и социальных ценностей личным, а также убеждение в том, что вера в Бога является показателем успешности молодого человека, способствуют тому, что люди охотнее воспринимают идеи проповедников насильственного экстремизма. Значительное количество сообщений, идей и нарративов, выявленное в сообщениях НЭ, направлено на то, чтобы вызвать чувство сострадания, побудить к защите ближнего путем поддержки идей радикального ислама, а также отказать от личного блага в пользу группового путем поддержки радикальных групп.

Прослеживается корреляция между ценностями молодежи и сообщениями протагонистов ислама и их последователей, видна специфика региона и страны. В целом, анализ целевой аудитории и ее ценностных установок в корреляции с сообщениями исламских радикалов свидетельствуют о том, что радикальные коммуникационные стратегии преимущественно направлены на недовольное меньшинство, которое способно на них отреагировать, и не затрагивают умеренное большинство. По большому счету, при том, что вера в Бога является универсальной ценностью, у

Сострадание и соучастие, а также чувство справедливости являются ценностью, которая широко используется радикальными пропагандистами.

радикальных групп отсутствует необходимость в формировании первичного информационного поля для своих идей, так как в сознании большинства эта идея уже имеет место быть, поэтому радикальные нарративы, в ряде случаев, будут «додуманы правильно». Такой же принцип применим к использованию «правильного ислама» в интерпретации радикальных групп.

Концептуальные основы для стратегий реагирования на сообщения радикальных пропагандистов посредством медиа

Активность местных медиа в социальных сетях может существенно сократить целевую аудиторию для проводников радикального контента.

Концептуальные стратегии пропагандистов радикального ислама имеют систематический, продуманный характер, и ни в коей мере не являются спонтанной реакцией на существующие вызовы. Свидетельства о том, что радикальные пропагандисты отслеживают формальное информационное поле и опережают его при помощи контраргументов, являются четким указанием на то, что национальные и региональные средства массовой информации с их стандартизированными подходами, политиками и принципами не могут быть основными игроками в реализации стратегий контрпропаганды. Их роль, скорее, в создании фонового позитивного информационного пространства, разоблачении теорий заговора и борьбе за аудиторию, которая должна воспринимать их как мерило достоверности.

Усиление коммуникаций органов местного самоуправления и общественных организаций – критически важная задача для предотвращения вовлечения молодежи в радикальные идеи.

Учитывая уровень концентрации пропагандистов насильственного экстремизма и их узкую целевую группу, усиление представленности, динамичности и привлекательности локальных медиа в социальных сетях может существенно рассеять целевую аудиторию, подверженную их идеям. Обсуждение местных новостей и потребление местного развлекательного и образовательного контента способно переключить внимание потенциальных потребителей радикального контента.

Анализ технологий вербовки и ценностно-психологических основ радикальной пропаганды, усиление коммуникационных стратегий органов местного самоуправления и общественных организаций, оказывающих разносторонние услуги населению (включая защиту прав и психологическую помощь), может составить конкуренцию пропагандистам радикального контента и значительно снизить количество потенциально вовлеченных потребителей.

Уязвимость стран Центральной Азии к насильственному экстремизму все еще остается актуальной проблемой¹⁶. Немаловажную роль в этом играют общий экономический спад, политические и общественные кризисы. Постсоветское развитие всех стран региона характеризуется наличием большого количества системных кризисов, выражающихся в коррупции, политической клановости и трайбализме, стремлении к авторитаризму, ангажированным правосудием, экономическим спадом и общим снижением уровня жизни населения. Отсутствие устоявшихся демократических институтов и общественного сознания приводят к общественному поиску радикальных решений этих кризисов. Это выливается либо в череду перманентной политической нестабильности, влекущей за собой социальные и экономические неурядицы, угрозу безопасности. Либо в стремлении законсервировать политическую систему в режиме регионального авторитаризма. Однако и авторитаризм при внешней стабильности несёт в себе всё те же пороки развития – коррупцию, трайбализм, ограничение свобод, неравенство, несправедливость.

Такая ситуация в условиях господства в обществе традиционных ценностей чревата общественным разочарованием в ценностях демократического устройства и светского характера государства. Приемлемой или даже единственной альтернативой такому политическому строю может выступать в глазах общества исламизация общества и государства. Примером такого общественного движения по поиску альтернативы светскому развитию является Исламская революция в Иране в 1979 году¹⁷.

Уязвимость стран центральноазиатского региона вызвана возможностью внешнего идеолого-информационного влияния на граждан этих республик благодаря большим миграционным потокам. Трудовые мигранты, как и представители других уязвимых групп населения, попадающие в фактическую социальную, культурную, языковую, религиозную изоляцию, являются очень удобным объектом религиозной радикальной пропаганды¹⁸.

Ещё одним фактором радикальной исламизации региона является влияние нестабильной обстановки в Афганистане и исходящая оттуда угроза террористической деятельности, направленной против центральноазиатских государств¹⁹. В самом Афганистане ИГ бросает вызов талибам и/или афганскому правительству, пытаясь установить контроль над различными территориями, что приводит к еще одной потенциальной линии конфликта и насилия²⁰. Афганистан остается нестабильным, а контроль над ним со стороны «Талибана» и других группировок

¹⁶ Steve Swerdlow. Applying a Human Rights-Based Approach to the Prevention of Violent Extremism. Case Study: Central Asia, October 2019, UNDP.

¹⁷ Исламская революция в Иране: прошлое, настоящее, будущее. Сборник статей. - М., Институт востоковедения РАН, 1999, - 214 с.

¹⁸ См. Приложение 1 «Кабинетный анализ».

¹⁹ Arkadiy Savitsky, "ISIS in Afghanistan: Central Asia Faces Risk of Spillover," Strategic Culture, July 2018. At: <https://www.strategic-culture.org/news/2018/07/26/isis-afghanistan-central-asia-faces-risk-spillover.html>.

²⁰ "Islamic State Khorasan (IS-K)", CSIS, 2018: <https://www.csis.org/programs/transnational-threatsproject/terrorism-backgrounders/islamic-state-khorasan-k>.

усиливается, и он будет оставаться источником серьезной угрозы безопасности для всех центральноазиатских государств²¹.

С развитием информационно-коммуникационных технологий главный информационный фронт продвижения религиозных меседжей, в том числе и радикальных, стала Всемирная сеть интернет и множество мессенджеров. При этом информационные просторы интернета используются не только в качестве инструмента продвижения своей идеологии и вербовки адептов, но и в качестве информационной площадки для координации своей радикальной деятельности, мобилизации и консолидации сочувствующих.

Таким образом, проблемы предупреждения и противодействия насильственному экстремизму и пропаганды насильственного контента онлайн становятся все актуальнее для стран Центральной Азии. Несмотря на активизацию усилий мирового сообщества по противодействию насильственному экстремизму и удалению соответствующего контента из всемирной сети, проблема противодействия экстремизму онлайн всё больше обостряется²². Последнее исследование SecDev отмечает, что, несмотря на мониторинг со стороны социальных платформ и правительства, контент НЭ все еще можно найти в открытых социальных сетях в Центральной-Азии. С августа по октябрь 2018 года аналитики организации выявили 140 центральноазиатских аккаунтов в социальных сетях, активно распространяющих контент НЭ среди более чем 324 000 подписчиков²³.

Рекомендации международных организаций подчеркивают малоэффективность практики блокировки и удаления НЭ контента. Как отмечает Кристина Аркетти, нарратив – это не просто история, это история, которую постоянно пересказывают. Идея о том, что распространение радикальных нарративов может быть остановлено путем вмешательства в коммуникационные каналы группы, основана на том, что история рассказывается в одностороннем порядке²⁴. В действительности существует слишком много каналов, чтобы можно было остановить распространение. Автор также отмечает, что нарративы лишь отчасти активно продвигаются руководством организаций; причина, по которой они продолжают существовать, заключается в том, что такое постоянно пересказывается и переиздается более широкой аудиторией²⁵.

Несмотря на множество исследований по ПНЭ в ЦА, остается мало изученным то, что именно в этих нарративах и транслируемых ими ценностях находят отклик у населения и начинают ретранслироваться аудиторией. Конечно, мы можем предположить, исходя из понимания драйверов радикализации, однако это не дает полной картины. Более того, не может считаться достаточным для разра-

²¹ Ситуация в северных регионах Афганистана: анализ рисков и угроз для Центральной Азии [28/09/2020]/ URL: <https://cacds.org.ua/?p=9643> Будущее радикальных групп в Афганистане в условиях межафганского мирного процесса. URL: <https://cabar.asia/ru/budushhee-radikalnyh-grupp-v-afganistane-v-usloviyah-mezhafganskogo-mirnogo-protsesssa/>.

²² Benjamin Lee Countering Violent Extremism Online: The Experiences of Informal Counter Messaging Actors, 11 July 2019, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/poi3.210>.

²³ Sec Dev, VE in Central Asian cyberspace: A survey of digital violent extremism in Central Asia, SecDev /Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2019).

²⁴ Archetti, C. (2017) "Narrative Wars: Understanding Terrorism in the Era of Global Interconnectedness," in A. Miskimmon, B. O'Loughlin, and L. Roselle (eds) Forging the World: Strategic Narratives and International Relations (Ann Arbor: University of Michigan Press), pp. 218-245. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/321921269_Narrative_wars_Understanding_terrorism_in_the_era_of_global_interconnectedness.

²⁵ Там же.

ботки соответствующих контр- и альтернативных нарративов. Более четкое понимание того, как этот процесс осуществляется, какие ценности транслируются и получают отклик, поможет разработать более обоснованную политику и практику, коммуникационную стратегию противодействия информационному распространению религиозного экстремизма в регионе.

Именно на это направлен проект «Усиление устойчивости к радикализации и дезинформации в Центральной Азии», в рамках которого и проведено данное исследование.

Информация о проекте

Проект «Усиление устойчивости к радикализации и дезинформации в Центральной Азии» реализуется Интерньюс в Кыргызстане, Казахстане, Таджикистане, Туркменистане и Узбекистане при финансовой поддержке Европейского союза. Основная *цель проекта* – содействие усилению устойчивости граждан к радикализации и дезинформации, ведущей к насильственному экстремизму, путем поддержки СМИ, гражданского общества, государственных институтов, религиозных лидеров и активных граждан в Центральной Азии.

В целях разработки актуальных коммуникационных стратегий по реагированию на радикальный контент в странах Центральной Азии, Центр религиоведческих исследований (Кыргызстан) при поддержке Интерньюс провел исследование по изучению проблем радикализации, ведущей к насильственному экстремизму в странах региона. Данное исследование опирается на результаты и рекомендации двух региональных исследований, проведенных в рамках завершеного проекта «Содействие миру и стабильности в Центральной Азии», который был реализован в 2018-2019 годах²⁶.

Цель исследования

Цель настоящего исследования – изучить значения/смыслы, идеи и взгляды, сообщения и контент, созданные запрещенными экстремистскими группами и распространяемые ими онлайн среди местных сообществ центральноазиатского региона. Результаты исследования положены в основу коммуникационной стратегии для продвижения позитивных рассказов/нарративов среди уязвимых в отношении радикализации групп, реализуемой государственными органами, НПО, представителями СМИ, религиозными лидерами и гражданам. Акцент в коммуникациях сделан на молодежи.

Задачи исследования

Исходя из цели, задачами исследования являются:

1. Определение и оценка взглядов, понятий, идей, ценностей и контента, распространяемых запрещенными экстремистскими организациями в интернете и получающих наибольший отклик молодежи в странах Центральной Азии;

²⁶ «Информационные потоки и радикализация, ведущая к насильственному экстремизму в Центральной Азии. Насильственный экстремизм в Центральной Азии». - https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Information-flows_public_rus.pdf

2. Анализ источников распространения и язык радикальной идеологии на местном уровне: контент на местных языках (таджикском, узбекском, кыргызском, казахском, русском) и на внешнем глобальном уровне – нарративы, размещенные и распространяемые в социальных сетях и мессенджерах. Изучение коммуникационных концепций радикальных групп, в т.ч. каналы связи и приложения для обмена мгновенными сообщениями, направленные на аудиторию стран Центральной Азии;
3. Анализ языка вражды и ненависти, распространяемых радикальными группами. Роль языка вражды и ненависти в радикализации молодежи в странах Центральной Азии;
4. Анализ вовлечения молодежи в полемику и обсуждение призывов запрещенных радикальных групп в социальных сетях, мессенджерах и приложениях для обмена мгновенными сообщениями: какие вопросы задают и какие вопросы обсуждают.

Методология

Интерес к нарративам обусловлен растущим осознанием того, что как терроризм, так и борьба с ним не ограничиваются материальными и военными аспектами, а имеют место в сфере коммуникации, восприятия и убеждения²⁷. Дэвид Бетц, рассматривая борьбу западных демократических стран и «Аль-Каиды», говорит, что «глобальная война с террором» включает, наряду с военными действиями, и «виртуальное, информационное пространство, в котором воюющие стороны борются со словами и образами для создания стратегических повествований, которые более убедительны, чем повествования другой стороны, и лучше структурируют реакцию других на развитие событий»²⁸. Такой подход привел к развитию теорий, объясняющих феномены насильственного экстремизма и радикализации²⁹. Однако единая теория не может объяснить всех радикалов; однако понимание множественных теоретических причин помогает осознать мотивы, поведение и мировоззрение этой группы населения гораздо больше, чем упрощенное представление о том, что они являются «иррационально действующими лицами с клиническими психологическими проблемами»³⁰.

Специалисты выделяют три наиболее перспективные теории³¹: теорию социальных движений, социальной психологии и обращения (конверсии). Социальная психология объясняет, по большому счету, взаимодействие внутри уже сложившихся групп и организаций. Теория обращений, широко используемая в религиоведении для понимания обращения в новые религиозные движения, больше

²⁷ Archetti, C. (2017) "Narrative Wars: Understanding Terrorism in the Era of Global Interconnectedness," in A. Miskimmon, B. O'Loughlin, and L. Roselle (eds) *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations* (Ann Arbor: University of Michigan Press), pp. 218-245. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/321921269_Narrative_wars_Understanding_terrorism_in_the_era_of_global_interconnectedness.

²⁸ Betz, D. (2008) "The Virtual dimension of Contemporary Insurgency and Counterinsurgency," *Small Wars & Insurgencies*, 19(4): 510-540. P.510. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/233096326_The_Virtual_Dimension_of_Contemporary_Insurgency_and_Counterinsurgency.

²⁹ C. Crossett and J. Spitaletta, *Radicalization: Relevant psychological and sociological concepts* (Ft. Meade, MD: U.S. Army Asymmetric Warfare Group, September 2010), 10. <https://info.publicintelligence.net/USArmy-RadicalizationConcepts.pdf>.

³⁰ Там же.

³¹ Borum, Randy. "Radicalization into Violent Extremism I: A Review of Social Science Theories." *Journal of Strategic Security* 4, no. 4 (2012): : 7-36. DOI: <http://dx.doi.org/10.5038/1944-0472.4.4.1/>.

рассматривает этот процесс как духовный и религиозный поиск. Теория новых социальных движений изучает социально-культурные и исторические контексты формирования движений, конструирование и распространение ими смыслов/фреймов, волнующих аудиторию, и принятие ею данных нарративов.

Исходя из задач исследования, последняя теория была отобрана в качестве основной концептуальной рамки исследования. Это помогло сфокусироваться на идеях, ценностях и коммуникативных практиках экстремистских организаций. Таким образом экстремистские нарративы, в данном случае, рассматривались как целенаправленные усилия экстремистских групп по продвижению собственной идентичности в регионе. Теория социальных движений также позволяет задать рамки для дальнейшей разработки актуальных коммуникационных стратегий. Так, применительно к данной задаче проекта, наибольшую реакцию/отклик сообщения (рамки) получают, когда они коррелируют с предпочтениями и стремлениями личности или группы – конкретной аудитории потребления, т.е. с ее ценностными ориентациями. Данное утверждение также является ключевым при разработке коммуникационных стратегий в области ПНЭ. Рекомендации по разработке контр- и альтернативных нарративов также отмечают, что «важно создавать нарратив, не только полагаясь на то, какие эмоции он вызывает, но и транслируя в нем определенные ценности»³².

Ограничения модели фрейминга заключается в том, что теория сосредоточена на социальном движении и на тех, кто создает рамки рекрутинга, и не дает полной оценки причин на индивидуальном уровне. Данная теория не объясняет, почему некоторые люди более привержены к идеологиям экстремистских движений, а некоторые нет и требует дальнейшего психологического анализа³³. Таким образом, в задачи данного исследования не входит попытка ответить на вопрос, почему при одинаковых драйверах радикализации, большинство не радикализируется в сторону насильственного экстремизма.

Для реализации задач исследования имплементирующий партнер – Центр религиозоведческих исследований (Кыргызстан) – в течение 10 месяцев 2020 года проводил сбор и анализ данных в пяти странах Центральной Азии.

Были применены следующие основные методы исследования и анализа:

- **кабинетный анализ, который** включал в себя обзор уже проведенных исследований по данной тематике в период с 1 января 2019 года по 1 апреля 2020 года;
- **контент-анализ онлайн-платформ**, посредством которого были определены ключевые нарративы (идеи и ценности), транслируемые НЭ организациями и личностями в социальном пространстве Центральной Азии. Контент-анализ сочетал *автоматизированный*, при помощи системы «Brand analytics», и *качественный анализ* (кейс-анализ/case study). Автоматизированный позволил собрать данные в разрезе ключевых слов, качественный - проанализировать и определить ценностные ориентиры, транслируемые насильственными экстремистскими группами, набравшие наибольший отклик и популярность видеоролики, посты блогеров и официальные обращения, а также комментарии к ним на шести языках (русском, узбекском, ка-

³² Исследование альтернативных и контрнарративов в медиапространстве Кыргызстана. ГИИП, 2019 - <https://internetpolicy.kg/2019/06/29/issledovanie-alternativnyh-i-kontr-narrativov-v-media-prostranstve-kyrgyzstana/>.

³³ Wheelans C. (2016), Analyses of Government Responses to Stem the Flow of Foreign Fighters. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:930091/FULLTEXT01.pdf>

захском, кыргызском, таджикском, туркменском). Контент-анализ включал в себя публикации за период с 1 января 2019 года до 1 мая 2020 года. Кроме того, отдельно были изучены закрытые группы и террористические сайты, к которым удалось получить доступ;

- **полевое исследование.** Определение ценностной ориентации молодежи ЦА было получено путем опроса населения региона в возрасте от 18 до 35 лет. Кроме того, в задачи опроса входило выявление медиапредпочтений молодежи в Казахстане, Кыргызстане, Узбекистане и Таджикистане. Всего было анкетировано 4000 человек. Туркменистан не включен в полевое исследование в связи со спецификой политической ситуации в стране.

Кабинетный анализ

Кабинетный анализ, главным образом, проводился путем изучения доступных онлайн- публикаций по теме исследований³⁴. В частности, были просмотрены сайты международных и научно-исследовательских организаций, которые в последние годы реализовали проекты, так или иначе затрагивающие вопросы насильственного экстремизма и терроризма в регионе. Исходные материалы были отобраны из материалов, опубликованных с 1 января 2019 года по 1 апреля 2020 года. Однако там, где данная сфера оказалась менее изученной (Узбекистан, Казахстан, Таджикистан, Туркменистан), а также исходя из целесообразности, в обзор включены работы, выходящие за пределы указанных временных рамок.

Материал был идентифицирован посредством поиска по ключевым словам, подобранным на основе опыта экспертов, а также использован метод «снежного кома», т. е. отслеживание цитат в литературе, обращение к рекомендациям сайта (к статьям по схожей тематике). Для целей настоящего обзора любая статья, относящаяся к ПНЭ, была включена независимо от принятого конкретного определения насильственного экстремизма. Кроме того, авторы обращались к библиотекам по противодействию насильственному экстремизму различных исследовательских институтов, как RAN, Hedayah, ICCT, RUSI и др.

Кабинетное исследование включало анализ имеющихся исследований по следующим темам:

- угроза насильственного экстремизма в ЦА;
- драйверы радикализации, ведущей к насилию в ЦА;
- запрещенные экстремистские группы в ЦА;
- нарративы НЭ характера: значения, смыслы, ценности;
- авторы/аудитория отправителя и каналы коммуникации;
- обзор государственной политики стран ЦА в сфере ПНЭ;
- изучение текущего контекста (политический, экономический, культурный и т.д.);
- обзор коммуникационных стратегий и опыта по противодействию экстремизму онлайн в ЦА;
- обзор ранее проведенных исследований по ценностным ориентирам молодежи в каждой целевой стране (за исключением Туркменистана).

Контент-анализ

³⁴ Использование, главным образом, онлайн-источников было продиктовано введением карантина и ограничением передвижения, связанных с распространением COVID 19 на который выпало проведение кабинетного анализа.

Сбор данных в системе автоматизированного мониторинга Brand Analytics (далее - система) был запущен 9 июля 2020 в 10.00 и закончился 19 июля в 11.42 (по московскому времени). Мониторингом были охвачены все индексируемые алгоритмом системы источники – СМИ, форумы, блог-платформы, социальные сети и информационные каналы мессенджера Telegram. Общее количество упоминаний с 1 января 2019 года по 19 июля 2020 года – 1 610 164

Формирование поисковых запросов проходило с учётом требований Brand Analytics³⁵. Поскольку система имеет ограничение в 50 ключевых слов/словосочетаний, поисковые запросы были распределены на 4 темы, благодаря чему обеспечили полноценный охват медиапространства без ограничения по географии и языку (см. Приложение 4. Категории и единицы контент-анализа).

Полученный массив был очищен от нерелевантного контента в три этапа:

1. На этапе формирования поисковых запросов внутри системы были протестированы все ключевые фразы и выявлены «стоп-слова», наличие которых не предполагает, что это упоминание относится к теме исследования. При обнаружении в сети информации с этими словами упоминания не заносились в массив и не увеличивали объём собранной информации. Данные после первой фазы чистки составили 637 488 упоминаний.
2. После завершения ретроспективного сбора данных произведена очистка массива с помощью фильтров внутри интерфейса. Например, по ключевому слову «джихад/Jihad» были удалены 62 сообщества об электронной музыке и более 6000 упоминаний творчества арабского диджея с творческим псевдонимом Jihad. Чистка нерелевантных источников была проведена во всех источниках: удалены аккаунты легально существующих общественных организаций и социально-политических сообществ, чьи комментаторы допускали использование ключевых слов вне исследуемого контекста. По завершении второго этапа обработки количество упоминаний, уже без учёта исключительно российского контента, в основном идущего из северокавказских республик, уменьшилось до 267 828.
3. Ручная обработка массива данных состояла в профилировании авторов наиболее релевантных сообщений и выявлении степени виральности как публикаций, так и конкретных терминов. Для этого были привлечены шесть волонтеров, прошедших предварительный тренинг по работе с системой. В результате третьей фазы отбора релевантных сообщений (ручной сортировки массива данных) осталось 8 673 упоминания.

³⁵ Руководство по созданию поисковых запросов. - <https://br-analytics.ru/blog/sozдание-poiskovyh-zaprosov-1/>

Полевое исследование

Опрос в Казахстане, Кыргызстане, Узбекистане и Таджикистане проводился в 4-е этапа:

- подготовительный (перевод анкеты, инструктаж и пилотаж) – 16-21 ноября 2020 года;
- массовый опрос – 21 ноября - 5 декабря 2020 года³⁶;
- чистка и обработка базы (перевод ответов с национального языка на русский) – 6-8 декабря 2020 года;
- частотный и корреляционный анализ данных – 9-11 декабря 2020 года.

Согласно методологии исследования, выборка была репрезентативной. В Кыргызстане, Таджикистане, Узбекистане использовалась процедура случайного отбора, а в Казахстане – «снежного кома»³⁷, поскольку репрезентативная выборка должна была учитывать регион и тип населенных пунктов (городские и сельские). Кроме этого, была установлена квота по возрасту (18-21, 22-25, 26-35 лет) - не более 30% в каждой возрастной группе. А также был установлен лимит по гендеру – не более 55% одного пола.

Для расчета выборки в целевых странах были использованы данные Национальных статистических ведомств на начало 2019 год, учитывающие людей в возрасте 18-35 лет в каждой стране. В целом, по каждой стране была рассчитана пропорция целевой аудитории к общему населению и далее рассчитано количество респондентов - на основе данных по регионам, полу и местности проживания. Всего было опрошено 4005 респондентов из 4 стран:

КАЗАХСТАН

1002

респондента

КЫРГЫЗСТАН

1003

респондента

ТАДЖИКИСТАН

1000

респондентов

УЗБЕКИСТАН

1000

респондентов

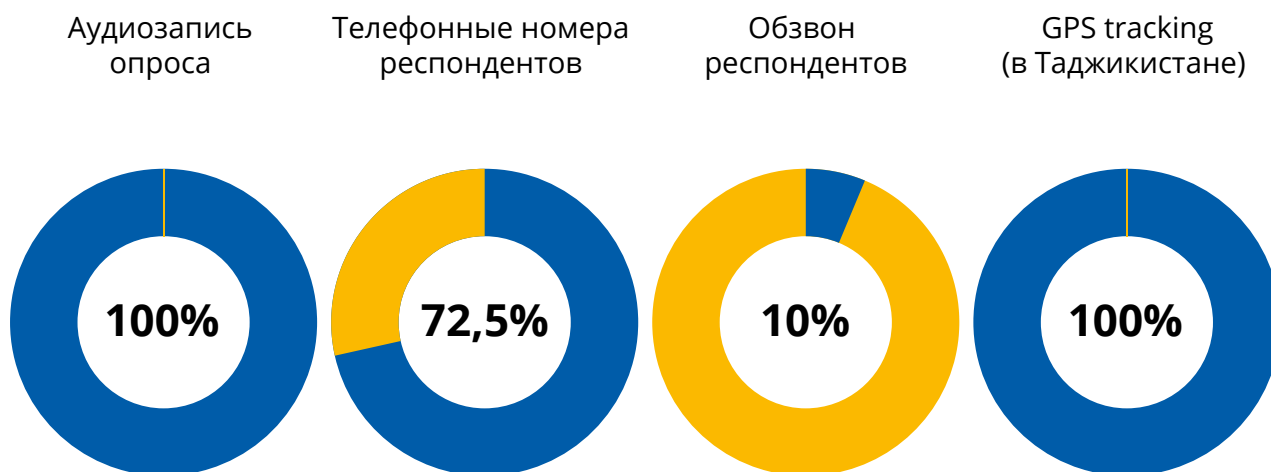
Опрос проводился с использованием структурированной анкеты, и ее заполнение заняло в среднем 15-20 минут. Анкета содержала 19 основных вопросов и состояла из следующих блоков:

- | | | |
|------------------|----------------------|--------------------------------|
| 1 Медиапривычки; | 4 Интонации; | 6 Доверие; |
| 2 Ценности; | 5 Имидж и репутация; | 7 Характеристика респондентов. |
| 3 Драйверы; | | |

³⁶ В Узбекистане сроки проведения опроса сдвинулись до 24 декабря 2020 года из-за необходимости согласования у местных властей.

³⁷ В связи с ограничениями, связанными с пандемией Covid 19.

В зависимости от особенностей странового контекста, были использованы следующие методы сбора данных: face-to-face и дистанционно (по телефону и Skype/Zoom). Для контроля качества опроса сделаны аудиозаписи 100% опросов и 72,6% телефонных опросов от общей выборки (728 из 1002, 274 чел. отказались предоставлять свои номера):



Подробная информация о методологии, инструментарии, методах использования и результатах представлена в приложениях 2, 4, 6.

Глава

1

АНАЛИЗ СООБЩЕНИЙ ЭКСТРЕМИСТСКИХ ГРУПП



Данная глава подготовлена по результатам проведенного контент-анализа, полевых работ, кабинетного исследования. Она включает в себя результаты литературного обзора (Приложение 1), а также анализ информации, представленной в двух отчетах: «Информационные потоки и радикализация, ведущая к насильственному экстремизму в Центральной Азии»³⁸, сделанном международной некоммерческой организацией «Поиск общих интересов», и «Насильственный экстремизм в Центральной Азии»,³⁹ подготовленном некоммерческой организацией «Гражданская инициатива интернет-политики».

В процессе проведения контент-анализа и полевых работ исследователи столкнулись с рядом существенных ограничений. В первую очередь, ограничения касаются отсутствия четкого законодательного определения понятия экстремистского контента и критериев, по которым можно судить, является ли тот или контент экстремистским или радикальным, а также какой уровень общественной угрозы несут в себе те или иные взгляды, идеи и высказывания, содержащиеся в конкретных сообщениях.

Исходя из данных предыдущих исследований, основным фокусом настоящего контент-анализа являются сообщения в социальных сетях, так как абсолютное большинство пользователей признают данный источник информации приоритетным и проводят в них времени, достаточного для того, чтобы сформировать картину мира и жизненную позицию⁴⁰. Кроме того, отдельно были изучены закрытые группы в социальных сетях, к которым удалось получить доступ в период проведения исследования.

Вторым существенным ограничением является невозможность определения единых драйверов радикализации, которые представляют собой совокупность различных факторов и причин. Наиболее действенными факторами, влияющими на уязвимость к радикализации, эксперты называют поиск различных форм идентичности (индивидуальной, групповой, религиозной, национальной и др.), дискриминацию и неравенство. Также подавляющее большинство исследователей и экспертов выделяют значимость структурных факторов, таких как общественно-политические и экономические отношения (см. Приложение 1).

Исходя из данных ограничений, анализ контента был построен на выявлении и анализе ключевых слов, которые чаще всего используют запрещенные экстремистские организации в пяти странах региона, а также их ключевые нар-

Ни в одной стране региона не существует четких критериев оценки уровня радикальности информационных сообщений.

³⁸ https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Information-flows_public_rus.pdf.

³⁹ https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Violent-extremism-online_public_rus.pdf.

⁴⁰ «Информационные потоки и радикализация, ведущие к насильственному экстремизму в Центральной Азии», с. 60.

Только 0,54% сообщений с религиозной риторикой содержат признаки наличия опасных идей, взглядов и смыслов.

ративы и сообщения, которые национальные суды признали экстремистскими⁴¹.

В результате контент-анализа, проведенного при помощи системы Brand Analytics⁴², с 1 января 2019 года по 1 мая 2020 года было выявлено 1 610 164 сообщения, включающие в себя религиозные термины, словосочетания, которые ранее употреблялись в контексте языка ненависти и разжигания межрелигиозной вражды, а также имена персон, считающихся пропагандистами радикальных настроений.

После трехэтапной очистки массива данных от нерелевантных сообщений (Приложение 2. Технологический процесс сбора и очистки данных и его результаты), исследователи получили 8 673 сообщения, в которых эксперты исследования усмотрели наличие экстремистских идей, установок, взглядов и смыслов. Идеями, содержащими экстремистские смыслы, признаются как насильственный экстремистский контент, так и публикации, содержащие элементы разжигания вражды (розни), ненависти и унижения человеческого достоинства по признаку расы, национальности, религиозной принадлежности или принадлежности к социальной группе.⁴³ Таким образом, количество подобных сообщений составляет 0,54% от всего массива сообщений, в которых присутствует религиозная терминология и риторика.

Необходимо отметить, что экстремистский контент, распространяемый в общедоступных социальных сетях, имеет достаточно общий характер и не является контентом, обеспечивающим прямую вербовку адептов представителями запрещенных течений. Исходя из данных, полученных в результате литературного обзора и анализа контента, вербовка происходит следующим образом и включает в себя несколько этапов:

1. Предварительный этап. Вбрасывание целевой информации в групповые чаты, последующий отбор отреагировавших в индивидуальный или групповой чаты. Инфор-

⁴¹ Категории и единицы анализа даны в ряде региональных исследований, в частности, «Лингвистические паттерны для выявления контента, относящегося к насильственному экстремизму» предложены в рамках исследования ГИИП и SecDev. - https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Violent-extremism-online_public_rus.pdf. Данные единицы были дополнены авторами, исходя из результатов кабинетного анализа (см.: Приложение 3. Категории и единицы для контент-анализа).

⁴² <https://br-analytics.ru/about/>

⁴³ Антиэкстремистское законодательство центральноазиатских стран в определении экстремизма не предусматривает разделение насильственных и ненасильственных форм экстремизма, а также уже включает в определение язык вражды. При этом определение экстремистских материалов включает три ключевых критерия: призыв к экстремистской деятельности, оправдание и обоснование экстремистской деятельности (См.: «Насильственный экстремизм в Центральной Азии, 2018» - https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Violent-extremism-online_public_rus.pdf). В связи с чем при определении экстремистского контента в данном исследовании использовались переменные, обозначенные в исследовании «Насильственный экстремизм в Центральной Азии, 2018», ст. 8.

мация на этом этапе, чаще всего, нейтрального характера (например, обучение основам ритуальной практики), однако уже целенаправленная, закладывающая основы групповой идентичности, путем интерполяций кратких фраз в уроки по этике поведения «благочестивого мусульманина». По признанию одного из опрошенных, в ролике о порядке ритуального очищения (тахара/тахарат) «учитель» обычно вставлял фразы примерно такого содержания: *«Мы, мусульмане, самая чистая телом нация. Неверные и мушрики не придают такого значения чистоте тела, поэтому от них плохо пахнет. И поэтому они придумали себе одеколоны или духи...»*⁴⁴. Тогда же закладываются основы коллективной идентичности, так как молитвы (вместе с проповедями) – действие социальное и психологически действуют как фактор укрепления социальной идентичности.

«Устаз/Учитель» анализирует вопросы или комментарии своих реципиентов, выделяет тех, у кого личные проблемы, психологические травмы, аморфная идентичность.

2. Второй условный этап связан с отбором наиболее внушаемых реципиентов и предложением присоединиться (подписаться) в «отдельный чат братьев». Индивидуальная работа (в виде переписки) с реципиентом проводится чаще и более целенаправленно. Этот этап вовлечения связан с узкой социализацией сознания реципиента, вектор которого направлен на формирование групповой идентичности. С этого момента реципиенты имеют прямую связь с основным пропагандистом, который отвечает на их вопросы, дает советы личного характера и т. п. Пропагандист, прибегая к сочувствию и утешениям, старается внушить виктимность актуального состояния своих «учеников», переформатировать их индивидуальные проблемы в общемусульманские.

В случаях групп, объединенных в чаты, у реципиентов на этом этапе появлялось также реальное ощущение принадлежности к «тайному сообществу», что тоже стало стимулятором для групповой идентичности и помогало соединить реальность с виртуальностью. На этом же этапе закрепляются формы макро- («община мусульман») и микро- («братья-моджахеды») групповых идентичностей. В сознание вводятся другие конфессиональные индикаторы («настоящий мусульманин», «чистый ислам» и т. п.).

Другой инструмент, закрепляющий групповую идентичность – подбор особых нарративов (в виде аудио- и видеороликов), формирующих чувство внутренней группы («Мы»). Это фрагменты из фильмов о первых годах молодой исламской общины, которая «мечом и Кораном» завоевывала свое духовное и географическое пространство (сюже-

Все радикальные сообщения содержат большое количество религиозной терминологии и направлены на подготовленную аудиторию, которая в состоянии понять их смысл.

⁴⁴ Из архива авторов исследования.

Визуализация, основанная на героике и военной романтике, имеет не меньшее воздействие на аудиторию, чем контент сообщений. Более того, она побуждает к реальным действиям.

Пропагандисты с невысоким уровнем религиозной подготовки часто прибегают к аргументации, построенной на этнической ненависти, склонны к прямым насильственным призывам, а также отстаивают идеи изменения политического и социального устройства.

ты о Пророке, его сподвижниках и пр.). Среди отправляемого на этом этапе материала – любительские фильмы об истории мусульман в советское время, либо о гражданской войне в Таджикистане как примере вооруженного подавления мусульман, их героического сопротивления и победе и т. п.

Основная задача таких сообщений заключается в том, что они подпитывают предубеждения (отрицательные эмоции) по отношению к целевым аут-группам («неверным», «лицемерам», силовым структурам, действующим политикам и др.), что служит одним из идейных оснований для формирования общей идентичности «угнетенных мусульман» (как образец ин-группы). На этом этапе, скорее всего, преимущественно работают более глубинные психологические мотивы. Хотя цель пропаганды и вербовки чаще всего достигается набором довольно ограниченных способов воздействия, а реакция групп вовлеченных бывает позитивной. Воображение реципиентов наполняется галереей «самоотверженных героев», готовых отдать жизнь «за Аллаха и священную веру». Виртуальные образы их роликов становятся частью реальной жизни, подавляя способность рациональной оценки и мышления. Тем более, что основой групповой идентичности становится религия, которая априори подавляет агностику и снижает способности рационального осмысления действительности.

3. Третий этап – это прямой призыв (даъват). На этом этапе реципиенты получают ролики, которые делятся на два основных блока: первый блок содержит религиозное обоснование джихада (со ссылками на Коран и хадисы); второй блок включает в себя прямые репортажи с боевых полей (преимущественно с Ближнего Востока), в которые вставлялись краткие интервью молодых боевиков или амиров (командиров подразделений). Они напрямую обращались к «неравнодушным братьям-мусульманам» с просьбой помочь моджахедам, а лучше вообще присоединиться к ним.

Таким образом, авторы сообщений радикального характера, распространяемых в социальных сетях, обеспечивают первый и второй этап процесса вербовки, воздействуя на формирование определенных убеждений и соответствующего информационного поля.

Сообщения экстремистского характера

В результате контент-анализа выявлена группа экстремистских сообщений, которая транслируется в социальных сетях и представляет собой основу для различных вариаций радикального контента, распространяемого индивидуальными пользователями. Необходимо отметить роль автора в процессе репостов – даже в тех случаях, когда автор репоста адаптирует сообщения для своей аудитории, сохраняется имя автора первоначального сообщения (источника). Таким образом, в радикальном контенте имеет значение не только смысл сообщений, но и его источник. Авторами выявленных НЭ сообщений, признанных представляющими интерес для настоящего исследования, являются Абдулла Зуфар, Абу Салох, Махмуд Абдальмуми, Абдулло Бухари, Ровшен Газаков и др. (см. Приложение 5. Протагонисты насильственного экстремизма).

Казахстан

По итогам контент-анализа в Казахстане, популярны призывы противостоять кафирам, держаться подальше от них, а также имеет место демонизация символов других религий и светской жизни. Например, на канале «Ханафилер аймағы» имеется пост о том, что нужно остерегаться «праздников врагов Аллаха», а подражание другим религиям и поздравление кафиров с их праздниками – харам и отступничество. Таргетной группой данного сообщения являются люди, которые только встали на путь ислама. При этом для создания благоприятного психологического настроения для восприятия материала автор использует обобщающее представление о казахах как о людях, любящих подражать другим народам.

«Известно, что казахи очень спокойный, любящий подражать другим народ. Мы подражаем другим народам, несмотря на то, что это противоречит нашей религии и традициям. Самое опасное – это празднование чужих религиозных праздников...»⁴⁵.

Вторыми по популярности являются сообщения, направленные на борьбу с отступниками (тагутами).

В своем видеоролике «Сражайся со слугами тиранов» Шейх Абдуллах Костекский называет тагутами правителей некоторых стран Центральной Азии, которые притесняют мусульман на своих территориях – запрещают им носить бороды, хиджаб (в частности, упоминаются Таджикистан и Узбекистан). В своем обращении он призывает противо-

Крупные пропагандисты радикального ислама так или иначе концентрируют свое внимание на смене государственного устройства. Их сообщения различаются по уровню воздействия на аудиторию и наличием или отсутствием прямых призывов к насилию.

⁴⁵ Перевод с казахского. Из архива исследования.

стоять тагутам, публично указывать на их ошибки, ненавидеть всем сердцем и даже воевать против них, как это делают моджахеды, и тем самым совершать благое дело для мусульман всего мира.

Для обоснования своей позиции автор ссылается на истории из жизнеописания пророка. В частности, упоминается пример с иудеями, с которыми мусульмане жили мирно, но вскоре пришлось их прогнать со священной земли за нарушение мирного договора и попытку убить пророка: *«Когда иудеи предали уговор с пророком и хотели убить его, пророк сделал хукм, чтобы их убивать, 700 иудеев убили – за что? За то, что они хотели убить пророка»*⁴⁶.

Крупные пропагандисты радикального ислама так или иначе концентрируют свое внимание на смене государственного устройства. Их сообщения различаются по уровню воздействия на аудиторию и наличием или отсутствием прямых призывов к насилию.

Автор осуждает всех тех, кто поддерживает тагутов, выстраивая с ними взаимоотношения и продвигая их ценности, ведь как тогда, так и сейчас иудеи и другие тагуты продолжают подавлять мусульман.

Помимо исторических теологических примеров, авторы таких сообщений используют риторику, направленную против судебной системы Казахстана, считая, что светские власти не имеют права судить мусульманина.

Тема ограничения сферы влияния тагутов светской властью получила распространение в связи с пандемией Covid-19.

На одной из страниц с исламским контентом в ВК был опубликован пост по поводу страха людей перед коронавирусом, но отсутствии страха перед Аллахом: *«Когда говорят тагуты: “Бойтесь этого вируса и не выходите из своих домов” – это веление вы исполняете беспрекословно! А когда вам говорят: “Бойтесь Того, Кто сотворил вас!” – Вы не воспринимаете это всерьез !!!!!»*⁴⁷.

Другой кейс – видеоролик на популярном в Казахстане YouTube- канале Namys.TV (196 тысяч подписчиков), где рассказывается про то, что коронавирус придумали, чтобы такие люди, как Билл Гейтс, ввели всеобщую вакцинацию с целью снизить численность человечества. Видеоролик построен на конспирологии и утверждении, что западные миллиардеры специально раздувают миф о коронавирусе, чтобы ввести всеобщую вакцинацию и тем самым сделать людей бесплодными.

Помимо этого контента, в казахстанском медиаполе присутствует контент, популяризирующий джихад, поддерживающий теории заговора и демонизирующий Запад.

⁴⁶ Цитата из видеоролика. Из архива исследования.

⁴⁷ Из архива исследования.

Также в стране зафиксированы опасные сообщения, направленные на разжигание межнациональной розни на почве религиозной сегрегации/превосходства.

Среди выявленного контента главным объектом языка вражды выступают этнические меньшинства в Казахстане и китайцы.

Показательным кейсом является публикация рядового пользователя Facebook, который возмущается, что казашка замужем за гражданином Китая. Автор поста описывает, как он поехал в Астану, чтобы помешать этой свадьбе, и поднимает популярную среди населения Казахстана тему китайской экспансии и возможных негативных последствий для страны. Главный смысл сообщения - полуторамиллиардное население Китая является угрозой для Казахстана, а казахский народ не должен позволить китайцам "поработить" себя. Пост получил множество перепостов в Facebook и вызвал шквал ксенофобских комментариев со стороны других пользователей.

Также объектом языка вражды и ненависти в Казахстане являются дунгане. Несмотря на то, что дунгане являются мусульманами, их обособленность и образ жизни вызывает теологические споры и предположения о том, что разные группы мусульман должны встречать разное отношение со стороны тех, кто верует в Аллаха «правильно», а остальные признаются отступниками и попадают в зону влияния сообщений о противодействии отступничеству.

Кыргызстан

Анализ кыргызского сегмента демонстрирует, что в социальных сетях активно используется религиозная тематика с употреблением религиозных, порой экстремистских терминов, но она чаще носит нейтральный характер. Религиозная риторика больше представлена в контексте цитирования аятов Корана и хадисов, содержащих одно из ключевых слов, заданных в выборке. Наиболее часто встречающееся понятие «капыр» (кафир/неверный), которое, скорее, относится к языку вражды, нежели является активной продуманной экстремистско-террористической пропагандой.

За исключением специализированных каналов (например, «Чечим Исламда/Решение в исламе»), язык вражды распространяется рядовыми пользователями. Обнаруженные аккаунты с насильственным экстремистским контентом не производили собственных сообщений, а использовали репосты и ссылки на внешние ресурсы. К примеру, активный аккаунт Almaz Soltonoev содержит раз-

Проповедники радикального ислама в Казахстане сами являются последователями теорий заговоров либо поддерживают их.

Основные усилия пропагандистов направлены на сохранение влияния посредством борьбы за чистоту веры, традиций и поведения последователей.

нообразные темы, включая изучение арабского языка, вопросы поклонения. Помимо этого, на канале представлены ссылки на различные видео салафитского и джихадистского характера, например, ролики Саида Бурятского (Александра Тихомирова), описание событий в Сирии и Палестине. Приведенные ссылки переводят на YouTube-каналы Takvabook.com, IslamicFront, SharqiArmi и др.

Пропаганда радикального ислама доступна на трех языках: кыргызском, узбекском и русском, с явным доминированием контента на узбекском языке, который составил более 70%.

В Кыргызстане протагонисты радикальной и насильственной идеологии представляют собой разрозненную аудиторию, которая в ряде случаев представлена автономными (независимыми) авторами (к примеру, Зуфаром), в других случаях, авторами, аффилированными с запрещенными организациями (например, Абдульмумин, Абу Салохом). Не последнюю роль в распространении материала и вербовке играют медиаактивисты запрещенных организаций (например, Faruq Shami).

Сообщения кыргызстанского сегмента имеют следующую специфику:

Кыргызоязычный сегмент социальных сетей скорее ретранслирует идеи региональных протагонистов ислама, нежели производит собственный уникальный контент

Арстан Алай и тенгрианство посягают на догмы ислама и порочат единого бога. Это сообщение стало популярно на фоне скандала, разгоревшегося вокруг заявлений Арстана Алая о его божественной природе и способности управлять политическими и природными процессами. Более религиозная аудитория крайне негативно отреагировала на такие высказывания, в жаркой и длительной дискуссии повсеместно использовался язык вражды и экспрессивные выражения.

Взаимоотношения между мусульманами и представителями других религий также широко обсуждаются. Следует отдельно выделить крайне враждебное отношение к лицам, «перешедшим» из ислама в другую веру. Тот же Абдулмумин, отвечая на вопрос *«Мени кошунам яхудий, ошол менен маамиле кылсам болобу?»* (Мой сосед иудей, могу ли я с ним работать?)⁴⁸, отметил, что нужно разграничивать прозелитов и представителей других религиозных течений. Автор ссылается на практику, ранее существовавшую в мусульманских странах, которая сначала призывала отступника вернуться к вере, если же призыв оставался без внимания, то его публично казнили. Мирные мусульмане должны прекратить связь с муртадами, их богатство не считается благородно нажитым имуществом и поэтому

⁴⁸ Из архива исследования.

не оставляется наследникам и уничтожается. Само видео заканчивается словами «Мамлекет элди чогултуп, динден кайткан адамды олтургон.» (Государство собирало народ и казнило отступников веры)⁴⁹. При отсутствии прямого призыва слушатели остаются с самостоятельным выбором, как поступать в современных условиях.

Светские праздники (Нооруз, День Святого Валентина, Новый год, Хеллоуин и др.), особенно западные, угрожают традиционным ценностям и духовности кыргызского общества. Это сообщение созвучно тезисам, транслируемым во всех странах региона, и представляет собой общее направление в радикальной пропаганде.

Призывы к неприятию и/или уничтожению китайцев и россиян. Часто вопрос о взаимодействии в России понимается в среде кыргызских мигрантов, при этом Россия позиционируется как территория войны (Дар-ал Харб), и мигранты, работающие там, также считаются ее сторонниками; любые взаимодействия невозможны, убийство не считается грехом. В риторике запрещенных организаций, действующих в Сирии, данные нарративы связаны с участием России в войне на Ближнем Востоке и «оккупацией Сирии».

Антикитайская риторика фиксируется в связи с положением мусульман-уйгуров, экспансией Китая (планированием китайского логистического центра, передачей рудников) и распространением Covid-19. Такого рода посты сопровождалась комментариями, призывающими «уничтожить кафиров-китайцев». Большинство подобных материалов публикуются самими исламистами, как умеренными, так и радикально настроенными.

Противостояние между религиозной общиной и светскими властями выражено намного ярче и агрессивнее, чем в соседнем Казахстане. Для всех стран традиционен контекст противодействия ограничениям на ношение хиджаба, посещение мечетей в период карантина и возможности получения религиозного образования несовершеннолетними. Помимо этого, кыргызстанские пропагандисты и пользователи призывают к отделению мусульманской общины от гражданского общества.

Пропагандисты призывают мусульман не признавать выборы, не участвовать, не агитировать и не быть в составе демократических партий, созданных кафирами. Повествуется о двойных стандартах соблюдения карантинных мер для агитации в парламентских выборах и закрытия мечетей, критике подвергаются секулярная власть и так

Тематика радикальных сообщений в Кыргызстане не поддерживает межрелигиозную и межэтническую вражду.

В Кыргызстане, контекст противопоставления мусульманских общин светской власти приобретает формы призывов к разделению и абстрагированию от гражданского общества.

⁴⁹ Из архива исследования.

Представление об общественных организациях как о пропагандистах западных ценностей и ЛГБТ-сообщества создает образ врага и вряд ли способствует тому, что представители институтов гражданского общества могут стать надежным оплотом для противодействия пропаганде насилия.

называемые «государственные муллы». Всех имамов и муфтия называют «предателями веры», «идиотами» и «лжецами», которые неправильно доносят каноны ислама в пользу секулярной власти. Депутатов сравнивают со «стадом баранов», которые возомнили себя законодателями, не признавая законы Бога, тем самым создавая систему куфра. Подобные материалы заканчиваются призывом ко всем истинным мусульманам одуматься и действовать против секулярной власти, иначе имеется риск остаться под натисками кафи́ров.

Также значительную долю информационного пространства занимают нарративы джихадистко-такфиритской пропаганды, которые сфокусированы на идеях совершенного хиджры, легитимности джихада как обязанности всех мусульман, помощи мусульманам, оказавшимся под гнетом кафи́ров: *«во всем мире джихад является фарду́ль айн (обязанностью), так как кафи́ры завладели всеми землями, они установили свои законы, эти муртады не установят хукм Аллаха»*⁵⁰. Ссылаясь на Ибн Темийю, пропагандисты утверждают, что при нападении неверных на земли мусульман джихад является обязанностью (фарду айн). Все близлежащие мусульманские страны должны выступить в защиту, если им не удастся – это уже обязанность всех мусульман. Все, кто рядом, должны помочь, если они не справляются, то все должны встать. *«После веры в Аллаха главной обязанностью является защита от нападения врагов»*⁵¹. Данный нарратив помощи мусульманам, женщинам и детям, подвергающимся насилию со стороны «муртадов» и «кафи́ров», является центральным для распространяемого в Кыргызстане контента на различных языках.

Отдельного внимания заслуживает группа сообщений, призывающая противостоять общественным некоммерческим организациям и институтам гражданского общества, особенно их мероприятиям, направленным на защиту и продвижение прав женщин и сексуальных меньшинств. Такие действия считаются действиями в угоду западному миру, целью которого является уничтожение традиций и духовности кыргызстанского общества.

Таджикистан

Контекст таджикского информационного поля пропаганды насильственного экстремизма в значительной степени подвержен влиянию государственной политики, которую светские власти проводят против религиозных сообществ. Исходя из фактов участия таджикских граж-

⁵⁰ Из архива исследования.

⁵¹ Из архива исследования.

дан в качестве участников и наемников боевых действий в разных странах, а также других угроз радикализации, Таджикистан ввел существенные ограничения в сфере религиозных практик населения, которое встречает значительное противостояние.

Помимо характерных для других стран региона сообщений и контента, направленных на протест против ограничений в одежде, религиозного образования и отправления культа женщинами и подростками, а также контроля религиозных учреждений, в информационном поле Таджикистана значительную долю занимают нарративы салафитских и фундаменталистских группировок и организаций.

Контент-анализ таджикского сегмента социальных сетей показал значительное превалирование материалов, основной посыл которых – обвинение в неверии по отношению к людям, не соблюдающим определенные каноны ислама (намаз, пост, дресс-код, нормы поведения и др.); представителям других религиозных течений; оппонентам (всем тем, которые считаются «чужими»), и тем, кто пользуются оккультными услугами. Центральным посылом выступает призыв «*бенамоз кофир аст (не читающий намаз является кафиром)*».

Определенную долю социального пространства, охваченного мониторингом, занимают сообщения, содержащие призывы к разжиганию межконфессиональной розни с использованием элементов языка вражды.

Обсуждаемые вопросы касаются, главным образом, условий взаимодействия с представителями шиизма и зороастризма: «*Оё зарфҳои кофIRONу маҷусиёно истифода бурдан ҷои аз аст? (Разрешается использовать посуду кафиров и маджусов (огнепоклонников)*⁵². Если в отношении последних имеется определенная терпимость, то в отношении таджиков, идентифицирующих себя в качестве атеистов, звучат более агрессивные послания: «*Инхел Тоҷики кофIRONу яқум бор мебинум Ба Аллах Касам инхел одама куштан чиход АСТ (Первый раз вижу такого таджика-кафира. Клянусь Аллахом, убийство такого человека является джихадом)*»⁵³.

Отличительной особенностью Таджикистана от других стран Центральной Азии заключается в том, что на информационное пространство направлены мощные внешние ресурсы как представителей салафизма, так и, частично, агрессивного шиизма: множество интернет-ресурсов, ко-

В Таджикистане фиксируется не только межрелигиозный и религиозно-секулярный конфликт, но и внутррелигиозный конфликт между разными течениями в исламе.

⁵² Из архива исследования.

⁵³ Из архива исследования.

которые публикуют свой материал кириллицей на таджикском (персидском) языке, и большинство из них основаны на их учении и идеологии. Данные течения активны в пространстве социальных сетей и распространяют свое убеждение посредством качественной аудиовизуальной продукции, которая «маскируется» под традиционный для региона ханафизм.

Довольно распространен в публикациях и комментариях к ним антишиитский и антизападный компонент: *«Эшони Нуриддин Шеъа Шудаст? Шеъа Кист? Оё шеъаро кофир гуфтан Равост? (Эшон Нуриддин стал шиитом? Кто такой шиит? Можно ли назвать шиита кафиром?)»*⁵⁴. В данном посте подвергся критике известный в Таджикистане религиозный деятель Эшон Нуриддин⁵⁵ - за высказывание проповедника о том, что день казни внуков Посланника для всех мусульман является траурным днем.

Следующий пост представляет собой авторское стихотворение, в котором во всех бедах мусульман и жителей Ближнего Востока обвиняются США, религиозное и политическое руководство Ирана и суннитских государств Персидского Залива. По мнению автора, все войны происходят из-за нефти и таких наёмников, как ИГ, «Талибан», сторонников «Братьев-мусульман»: *«Янкиву охунду шайхи рӯсиёҳ, Кардаанд аҳволи дунёро табоҳ...(Плохие янки, охунды (подразумеваются шииты – религиозные и политические деятели Ирана) и шейхи (подразумеваются сунниты – религиозные и политические деятели Персидского залива) превратили мир в хаос...)»*⁵⁶.

Идентичность мусульманина и его отличия от представителей других религий: религиозное самосознание против национального, а также характеристики и специфика «чистого» ислама и его пропаганда. К группе таких сообщений относятся сообщения, осуждающие все нововведения, пропаганда против празднования Нового года, Навруза и других традиционных и светских праздников. В последние годы особой критике джихадистов подвергается светская интеллигенция – за ее «конформизм» в отношении официальной власти. Также данный нарратив включает в себя обоснование салафитских постулатов, таких как запрет на музыку и применение принципов борьбы с отступниками, к которым они относят суннитов, шиитов и светскую власть.

⁵⁴ Из архива исследования.

⁵⁵ Представитель семейства Турадзон, старший брат экс-кадия Таджикистана Ходжи Акбара Турадзонзода.

⁵⁶ Из архива исследования.

Отдельно стоит выделить пропаганду джихадистов, которая включает в себя популяризацию правил и обоснование необходимости ведения джихада, создания исламского государства на основе шариата – единого Халифата. В таджикском контексте джихадисты составляют относительно небольшую, но самую активную часть радикальных пропагандистов. Как правило, они относятся к конкретной политической организации, в основном, ИГИЛ, «Ансоруллох» и «Хизб ут-Тахрир», которые отрицают вооруженный джихад в настоящее время, но относят его к последней фазе своей политической программы.

Необходимо отметить, что сообщения радикальных групп в Таджикистане отличаются достаточно жестким видеорядом, в котором используются сцены насилия, «адский» огонь и другая визуализация, способная негативно подействовать на психику потребителя и убедить его в страшных последствиях отступничества или терпимости по отношению к другому укладу жизни.

Другой отличительной особенностью сообщений радикальных групп в Таджикистане является то, что идеи противодействия неверным затрагивают не только уровень глобальной геополитики и теории заговора, но и напрямую относятся к региональному геополитическому контексту.

В основном эти сообщения посвящены межграничным отношениям в Ферганской долине. Примером такой пропаганды является ролик *«Shah Kenjaev_Хабари чанг (Ворух) Барои касоне ки дар чанг шаҳид шуданду захмӣ. Марҳамат»* (Известие о войне (Ворух) для ставших шахидами и получивших ранения. Вашему вниманию)⁵⁷. В данном ролике на рэп наложен смысловой ряд о страданиях мирных граждан Таджикистана в Ворухе. Посыл публикации заключается в том, что из-за проблем на границе с Кыргызстаном погибают и получают ранения мирные жители Таджикистана. Рэперы приравнивали убитых мирных граждан к шахидам и призвали к скорейшему решению данной проблемы. Использование религиозной терминологии в ролике, прежде всего, направлено на мобилизацию масс, так как, согласно канонам ислама, защита своего дома является важнейшей задачей правоверного мусульманина.

Помимо этого и несмотря на противостояние светских властей и религиозных групп, высказывание Рахимзода Рамазон Хамро, министра внутренних дел Таджикистана, о том, что *«наилучший джихад – это защита государственной границы и чести и достоинства матери и сестры»*⁵⁸,

Помимо глобального геополитического контекста, радикальные сообщения в информационном поле Таджикистана затрагивают проблемы противостояния между суннитами и шиитами.

⁵⁷ Из архива исследования.

⁵⁸ Из архива исследования.

стало очень популярным в таджикском информационном поле и было подхвачено радикальными пропагандистами. Сообщение, распространяемое с целью усиления патриотизма и осознания важности защиты государственной границы (Афганистан, спорные участки с Кыргызстаном), показывает как концепция джихада может принимать национально-патриотические формы.

Туркменистан

В отличие от других стран Центральной Азии, где радикалы активно используют интернет для распространения своих нарративов, в туркменском сегменте интернета (включая соцсети) в настоящее время отсутствует систематическая и интенсивная пропаганда, направленная на усиление влияния радикальных исламистских групп внутри страны.

Показательно, что использование системы Brand Analytics для поиска информации за период с 1 января 2019 года по 1 мая 2020 года дало для туркменоязычных ресурсов незначительный результат⁵⁹.

Наличие лишь небольшого числа материалов на туркменском языке, связанных с тематикой проекта, частично может быть объяснено крайне жестким правительственным контролем за интернетом. Туркменистан входит в десятку стран мира с наиболее жесткими ограничениями, занимая в ней 4-ое место. Ни одна другая страна региона в первые две десятки не входит⁶⁰.

⁵⁹ В отношении всего контента на разных языках программа Brand Analytics (далее – BA) выявила в соцсетях за указанный период 120 материалов (тексты, репосты, комментарии и т. п.), предположительно связанных с Туркменистаном и содержащих термины из словника, согласованного в рамках методологии проекта. Просмотр аккаунтов авторов этих материалов (помимо небольшого числа заблокированных, удаленных или закрытых для просмотра) показал, что регулярно обращаются к исламской тематике авторы менее половины выявленных BA текстов. В подавляющем большинстве они проявляли интерес к различным аспектам исламской тематики, не связанным с темой проекта. При этом далеко не все авторы, указавшие свою локацию как Туркменистан, в действительности находились в этой стране или были связаны с ней. Так, некий Julaybib Ibn Ahmad, якобы проживающий в Ашхабаде и использовавший при оформлении страницы элементы символики джихадистов (<http://ok.ru/profile/553099539961>), судя по содержанию аккаунта и списку друзей является выходцем из узбекской общины юга Кыргызстана. К Туркменистану его материалы отношения не имеют. Страница Julaybib Ibn Ahmad (91 подписчик) является наиболее радикальной из обнаруженных BA в «туркменском сегменте» соцсетей. Из других «туркменских радикалов» можно отметить этнического азербайджанца из Красноводска Habil Mahmudoglu, 43 лет (200 друзей), разместившего, помимо прочего, репосты из TikTok эмоциональных выступлений северо-кавказского салафитского проповедника Имама Мицаева на русском языке (<http://ok.ru/profile/507803264853>). Пользователь Ishankuli Fayzullaev (<http://www.facebook.com/ishankuli.fayzullaev>), вероятно, также является уроженцем Туркменистана. На своей русскоязычной странице в Facebook он декларирует неприятие терроризма, при этом репостит материалы о притеснении мусульман в мире; спрашивает читателей, почему мир слабо реагирует на притеснения уйгуров в Китае и узников Гуантанамо; призывает туркмен к бойкоту французских товаров из-за позиции Макрона в связи с карикатурами на Пророка (28/10/2020). Судя по некоторым комментариям, это уже не молодой человек. Аудитория его постов небольшая. Еще несколько выявленных BA «туркменских пользователей» пытаются систематически размещать религиозные лекции и другие материалы по исламу. Из всех этих авторов лишь в отношении Julaybib Ibn Ahmad есть основания предполагать его возможную связь с одной из насильственных религиозно-экстремистских организаций.

⁶⁰ Paul Bischoff. Internet Censorship 2020: A Global Map of Internet Restrictions // comparitech.com, 15.01.2020 (<http://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/internet-censorship-map/>).

Действующие ограничения являются беспрецедентными для Центральной Азии⁶¹. Последней, примерно три года назад, была заблокирована российская социальная сеть «Одноклассники» (OK.ru). Некоторые пользователи имеют доступ к блокируемым сетям через VPN-сервисы, однако доступ к ним тоже блокируют, и постоянно приходится искать новые варианты обхода блокировок⁶².

В связи с этим, исходя из анализа доступности средств обхода блокировок через поисковую систему Google, предполагается, что граждане Туркменистана получают доступ к радикальному религиозному контенту, находясь за пределами страны. Также вопрос использования VPN позволяет предполагать, что доступ внутри страны затруднен, но не невозможен.

Исходя из имеющихся ограничений, данный анализ фокусируется на изучении доступных экспертных мнений и медиаматериалов, а также на результатах контент-анализа, который подтвердил наличие определенного контента радикального характера, произведенного туркменскими авторами для туркмен. В то же время, в силу ограничений, исследователями сделана попытка создать картину радикального информационного поля в стране на основе имеющихся данных, однако исследователи не выражают уверенности в том, что она в полном объеме отображает действительность.

Изучение ресурсов, доступных в результате контент-анализа, показало наличие в социальных сетях нескольких больших собраний аудио- и видеолекций и выступлений трех проповедников, двое из которых – Атагелди-ага и Ровшен-ага – являются известными фигурами туркменского салафитского движения и до сих пор популярны среди туркменской мусульманской молодежи. Третий проповедник – Абу Омар ат-Туркмен – мало известен, предположительно, он является участником зарубежной джихадистской организации времен пика сирийского кризиса.

⁶¹ Turkmenistan Increases Crackdown On Internet Access As Living Standards Continue Downward Spiral // Free Radio, September 19, 2020 - <https://www.rferl.org/a/turkmenistan-increases-crackdown-on-internet-access-as-living-standards-continue-downward-spiral/30846977.html>.

Кроме того, согласно частному сообщению, полученному автором раздела от источника в Ашхабаде (28.10.2020), в стране уже не один год заблокированы YouTube, Facebook, LiveJournal, Whatsapp, Viber, Twitter, VK, OK, WeChat, Line и др.

⁶² Одно из описаний таких проблем см.: «Праздник приближается. В Мары резко снизилась скорость интернета» // Радио Азатлык, 17.09.2019 (<http://rus.azathabar.com/a/30168340.html>).

Туркменистанские радикалы более осторожно ретранслируют свои идеи, тем не менее, их сообщения несут идентичную с другими странами смысловую нагрузку.

Ярким представителем этого нового поколения стал Ровшен Газаков (Абу Абдулла), 1980 г.р., арестованный в Сирии в 2013 году⁶³. Сегодня записи выступлений Атагелди и Газакова, доступные в соцсетях, имеют не только историческое значение, но и активно востребованы интересующейся исламом частью туркменской молодежи, выезжающей на работу или учебу за пределы Туркменистана.

Центральной темой большинства проповедей является разъяснение значения веры и чтения намаза в жизни туркменского мусульманина.

Обращаясь к туркменской аудитории, Атагелди критикует стремление к богатству и меркантилизм туркменов, игнорирующих исламские ценности, то, что во многих туркменских семьях не все члены читают намаз, женщины не соблюдают исламские нормы одежды и поведения, танцуют и поют на свадьбах и т.д. Он также неоднократно и резко критикует распространенную в Туркменистане традицию ношения аладжа (оберегов, одеваемых на запястье): *«Что это - твоя аладжа? Она не поможет тебе искупить твои грехи. Она не показывает твои намерения в исламе! Чтение намаза — вот что показывает, насколько сильно ты верен своей вере»*⁶⁴.

Атагелди призывает туркменских мусульман четко отделять себя от кафиров (неверных): *«Мы - не те, кто будут идти вслед за ними (кафирами), неважно, насколько они важны и нужны в этом мире..., неважно, насколько мы можем нуждаться в них, мы не будем с ними вместе. У нас есть наш Аллах»*; *«Книги кафиров должны остаться в стороне»*.

*«Между мусульманином и кафиром стоит намаз, - подчеркивает Атагелди. - Тот, кто не читает или перестает читать намаз, становится кафиром. Аллах не любит кафиров!»*⁶⁵.

Для исправления ситуации с недостаточным распространением исламских норм в жизни туркмен в одном из выступлений он предлагает, чтобы его слушатели хотя бы на своей улице распространяли информацию об исламе, и со временем эти религиозные ценности примет большинство. Отношение к туркменскому государству в доступных записях практически не затрагивается.

⁶³ «Сирийский джихад превращает оппозицию в радикалов» - <https://www.vesti.ru/article/1881219>, <https://www.youtube.com/watch?v=O2MUkoRfWxE>.

⁶⁴ Из архива исследования.

⁶⁵ Из архива исследования.

Другим видным исламским протагонистом туркменского происхождения является Ровшен Газаков. Страница самого Газакова в соцсетях недоступна, но его файлы размещены сейчас многими другими туркменскими пользователями. Эти лекции включают широкий спектр тем, изложенных, по некоторым оценкам, последовательно и грамотно, на хорошем туркменском языке. Среди них – разъяснение религиозных понятий и терминов, комментарии к отдельным сурам Корана и др. Однако целый ряд файлов содержит агрессивную и эмоциональную риторику в адрес кафиров (неверных), а также против распространенных среди туркмен традиций, не соответствующих, по мнению автора, принципу единобожия.

Сообщения Газакова несут следующую смысловую нагрузку:

Осуждение традиционных ценностей и поведения. Газаков подвергает резкой критике традицию посещения могил «святых» в Дашогузском велаяте. Он подчеркивает, что, несмотря на 360 могил «святых», Дашогуз – самая бедная в экономическом отношении провинция Туркменистана. И похороненным в Дашогузе людям нужна милость Аллаха, а не те денежные пожертвования, которые попрошайки у могил используют потом для покупки героина или совершения других грязных дел.

Антисемитские высказывания. Автор считает, что туркмены потеряли собственное духовное наследие из-за влияния евреев, в частности, вместо «Assalam Aleýkum» стали употреблять приветствие «Salam», являющееся производным от еврейского «Шолом». Газаков рассуждает о готовности туркменов принять чужие и противоречивые подходы к своему прошлому, не основанные на исламе, вследствие чего они испытывают кризис идентичности. «Если я хочу быть похожим на своих предков, они говорят: «Ты - ваххабит». Тогда все статуи, которые мы отливаем, - статуи ваххабитов!... Я - сын своего отца, я - не сын еврея или обезьяны!»⁶⁶. В другой записи критикуются туркмены, которые «пытаются быть всем», в частности, приезжая в Индию, скрывают свою веру, чтобы «увидеть Кришну».

В ряде выступлений затрагивается проблема глобального противостояния ислама и неверных. Подчеркивается, что мусульмане должны защищать свою религию, стремиться к единству.

Также, как и представители радикальных течений других стран, туркменские авторы транслируют сообщения антисемитского характера, склонны пропагандировать теорию мирового заговора и призывать к активным действиям против ее авторов.

⁶⁶ Из архива исследования.

В записи Musulmanlara terror di'ip garalamak отмечается, что мусульманские земли стали американскими, европейскими, китайскими и русскими колониями, «нет неверных, которые не колонизировали эту умму». Мусульман-салафитов, которые стремятся возродить истинный ислам и освободить мусульман от колониальной зависимости, клеветнически характеризуют словами «террор», «экстремист», «радикал», «ваххабизм», «ваххабит», «фундаменталист». «Но у истинного мусульманина, - подчеркивает Газаков, - нет другого имени, кроме «мусульманина».

В нескольких записях содержатся выпады в адрес христиан, евреев, коммунистов, дарвинистов и масонов. Мимоходом упоминаются попытки Джоржа Буша представить мусульман террористами, однако развернутая критика Америки, характерная для материалов многих исламистских групп, не прослеживается.

Узбекистан

Информационные материалы, пользующиеся популярностью в Узбекистане, имеют свои отличительные особенности. В первую очередь, их характеризует яркий визуальный ряд, который применяется не только к видео-, но и к аудиоматериалам.

Аудиоролики сопровождаются сменяющимися заставками: фото знаменитых пропагандистов современного джихада, краткая информация о канале, адреса и телефоны агентов вербовки, и более часто – тексты хадисов, легитимирующих джихад и особенно «джихад в Сирии (Шаме)». Иногда это символические рисунки, заимствованные, например, из коллажей, объясняющих теорию эволюции Дарвина.

Обязательная составляющая текстов – ссылки на Коран и Сунну (хадисы), включая истории Пророка и его сподвижников. Здесь особо значимы цитаты из религиозных текстов на арабском языке, что создает «эффект авторитета», формирующего смысл и норму правильного поведения (язык «религиозной истины»).

На узбекском языке доминируют сообщения, направленные на убеждение целевой аудитории в необходимости иммиграции по религиозным мотивам.

Самые распространенные сюжеты касаются иммиграции по религиозным мотивам (хиджрат) и вовлечения в «священный джихад в Шаме». Это прямая задача пропагандистов, однако самая сложная, поскольку приходится доказывать «очевидную религиозную обязанность» (фарз-и 'айн) этих действий с точки зрения их религиозной легитимности. Главный посыл этой многоступенчатой пропаганды – доказать, что

джихад ведется не на «чужой территории», а именно на «территории ислама» (Дар ул-ислам) и что участие в нем - обязанность всех мусульман. Все пропагандисты сошлись на том, что для тех, кто совершает исход/хиджрат, это первый шаг к джихаду.

Нормы поведения (этики) моджахеда включены в «Уроки» каждого из пропагандистов, с дежурными названиями вроде «Одоб дарсликлари/Уроки по этике». Эта серия адресована либо вовлекаемым персонам, либо, чаще, именно моджахедам, поскольку в их рядах наблюдалось массовое нарушение норм мусульманской этики: пристрастие к спиртным напиткам (иногда наркотикам), случаи групповых изнасилований моджахедами захваченных девушек зайдитов и шиитов и т. п. явления. Это побудило пропагандистов основать серию «уроков» с систематическим разъяснением этики поведения моджахеда.

Образ моджахеда-победителя. Здесь очевидно подражание видеопроодукции ИГИЛ, где моджахедаы предстают как братство стойких и идейных воинов, готовых отдать жизнь «ради торжества повелений Аллаха» и несущих победу ислама во всем мире. Созданный образ победителя «смуты неверных» поддерживается эффектными и зрелищными кадрами с полей боевых действий, интервью моджахедаов, рассказывающих о выпавшей на их долю «священной миссии», призывают сверстников не сидеть зря дома и присоединиться к ним. Видеоряды сопровождаются популярными в этой среде песнями джихадистов (нашида).

Нужно ли спрашивать разрешения на хиджрат и джихад у родителей? Эта тема самая обсуждаемая, и потенциальные реципиенты часто спрашивают об этом. Обычно большинство современных суннитских богословов при ответе на этот вопрос ссылаются на хадис от Пророка, у которого один из его сподвижников испрашивал разрешения на джихад. Однако Пророк знал о бедственном положении его родителей и посоветовал ему ухаживать за отцом и матерью, заявив, что «это будет лучшим джихадаом» для него. Аналогичная тема звучала и в таджикском контенте.

Пропагандисты отвергают достоверность этого хадиса и прибегают одновременно к догматическим и рациональным уловкам. По их рассуждениям, джихад возведен в ранг «иман» (вера) и ритуальной обязанности (‘ибадат). Из этого делается вывод, что ни на то, ни на другое у родителей разрешение не спрашивается.

Контент узбекско-язычного информационного поля радикального ислама отличается высоким качеством, наличием множества приемов, направленных на повышение уровня интереса и вовлеченности в сообщения.

Узбекоязычный контент содержит существенную конкретику, продвигает героизм священной войны и образ воина, а также направлен на разрушение первичных социальных связей на уровне семьи, повышение уровня осознания фатализма и управляемости последователей.

Эсхатология (особенно обсуждение признаков Судного дня) – один из излюбленных приемов убеждения предначертанности судьбы моджахеда, которому «выпала великая миссия участвовать в последнем, предписанном Пророком, джихаде с крестоносцами в области Шам (историческая Сурия/Сирия)», где ожидается появление Мессии (Махди). Сравнения подкрепляются ссылками на хадисы и на ранние истории Пророка и его сподвижников (сират). Манипуляции историческим прошлым, толкование которого чаще всего иррационально, помогают придать эмоциональный («священный») смысл как самой войне, так и тяжкому бремени и лишениям в это время. Именно так пересказываются и интерпретируются масса рассказов о героизме Пророка, его сподвижников, целой плеяды героев ислама времен арабских завоеваний 7-8 веков.

Критика «неправильного джихада», объяснение поражений. Ряд поражений ИГИЛ в войне на Ближнем Востоке все пропагандисты объясняют примерно одинаково: отсутствие дисциплины и моральной стойкости моджахедов, разлад между полевыми командирами, опьянение победами, трусость самих сирийцев.

«Мы» и «Они» в контексте вражды с «другими». В основе тотального отчуждения всех исламских радикалов (и особенно пропагандистов джихада) от «других» в качестве ориентира и изолированной самоидентификации остается пристрастно подобранная исламская догматика. Она структурирует идеи и поступки джихадистов. Отчуждение от «неверных», «политеистов» – это черта ислама, зафиксированная во многих аятах Корана, ниспосланных в то время, когда небольшой исламской общине приходилось завоевывать географическое и интеллектуальное пространство в окружении «иноверцев», нередко в вооруженных конфликтах. Прецеденты неприязни к «другим» обнаруживаются и в Сунне. Это определило эндогенное неприятие «иноверцев» в исламе, как, впрочем, подобное отчуждение было и остается естественным «родимым пятном» и в других монотеистических религиях. Эти исторические события, отраженные в Коране и Сунне, эксплуатируют радикалы и, особенно, джихадисты.

Необходимо отметить, что сообщения и их целевые аудитории в значительной степени накладываются друг на друга в силу глобального характера информационных каналов и распространенности языков сообщений.

Выводы по главе

Сообщения радикального характера занимают 0,56% от всего объема общедоступного информационного поля, которое посвящено вопросам понимания и исповедования ислама.

Сообщения радикальных групп не предназначены для неподготовленного пользователя, не имеющего первичных представлений об исламе и его терминологии. Они изобилуют специфическими, трудными для восприятия терминами, которые слишком сложны для общей аудитории, впервые столкнувшейся с таким контентом. Таким образом, информационное поле, формируемое последователями радикальных идей, не является местом первичной радикализации, а подкрепляет и углубляет приверженность данным идеям тех пользователей, которые уже получили достаточно информации для того, чтобы понять эти сообщения, а также имеют определенный жизненный опыт, заставляющий их сочувствовать идеям радикалов.

На информационное поле Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана имеют влияние идеи одних и тех же протагонистов ислама, когда в случае Туркменистана и Таджикистана большее влияние имеет местный страновой контент.

Запретительные меры, принимаемые на уровне государства, не прекращают существования радикальных идей и не делают их недоступными для широкой аудитории. Запреты делают невозможным отслеживание динамики развития контента, изменения смыслов сообщений, что может привести к тому, что динамика развития радикальных идей будет упущена вместе с их последователями, а взрыв станет неожиданно сильным.

Сообщения всех экстремистских групп имеют так называемую общую идеологическую направленность и продвигают идеи чистоты веры, помощи единоверцам, борьбы с неверными и отступниками, неприятия секулярной власти и ее решений, стремления к созданию халифата и антисемитизма. Также общей тенденцией является поддержка существования теории мирового заговора и призывы противостоять ей.

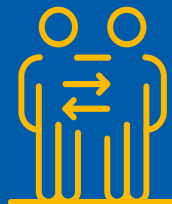
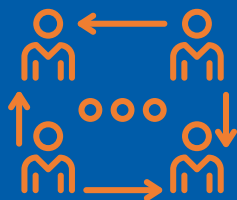
Отрицание традиционных и других светских «прозападных» ценностей является ещё одной общей тенденцией для всех сообщений.

Частности в сообщениях представителей радикальных групп имеют прямую связь со страновым социально-политическим и социально-экономическим контекстом. Таким образом, в Казахстане это – межэтническое противостояние, в Кыргызстане – призывы игнорировать выборы и бороться с институтами гражданского общества, в Таджикистане – призывы защитить своих сограждан на территории других стран, в Туркменистане – призывы сохраниться, а в Узбекистане особенности странового контекста заключаются в призывах к иммиграции по религиозным мотивам, обосновании необходимости разрушить традиционные взаимоотношения в семье и оправдании прошлых поражений радикальных групп, что может свидетельствовать о сомнениях в успешности доктрины среди целевой аудитории.

Глава

2

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ



Каналы распространения НЭ контента по результатам контент-анализа

Согласно результатам *автоматизированного контент-анализа*, популярность онлайн-платформ, в которых наиболее часто встречается религиозный радикальный контент (не обязательно призывающий к насилию) и язык вражды, разнится от страны к стране. В Таджикистане наиболее используемыми социальными сетями являются Facebook (56%) и «Одноклассники» (37%); в Казахстане – «ВКонтакте» (74%) и Facebook (20%); в Кыргызстане - Facebook (48%) и «Одноклассники» (28%); в Узбекистане - Facebook (55%) и «Одноклассники» (37%); в Туркменистане – «ВКонтакте» (37%), «Одноклассники» (28%) и Facebook (25%)⁶⁷. Необходимо сделать исследовательскую оговорку о том, что пропорциональные вычисления по Туркменистану обладают существенно меньшей репрезентативностью, нежели вычисления по другим странам. Исследовательская погрешность по данной стране вызвана непропорциональной, по сравнению с другими странами, выборкой, которая, в свою очередь, обусловлена жесткими ограничительными мерами, применяемыми властями страны к религиозным группам.

Во всех странах, менее значительно представлены такие социальные сети, как Instagram, YouTube, Twitter и мессенджер Telegram. Мониторинг *закрытых групп* показал, что чаще всего для радикального экстремистского и террористического контента используется Telegram и «Одноклассники» (70% отобранного материала). Видеоматериалы размещаются, главным образом, как на самих террористических сайтах, так и на YouTube.

Также, по результатам контент-анализа можно сделать вывод о том, что пропагандисты радикального ислама активно используют возможности многих существующих мессенджеров, отдавая предпочтение мессенджерам с надежным шифрованием.

Таблица 2. Каналы распространения радикального контента в Центральной Азии

Каналы и социальные сети	Виды и типы	Аудитория
«Одноклассники» (OK)	В основном, личные страницы пользователей.	В основном, малообразованные слои населения – трудовые мигранты, молодежь, простые пользователи.
Facebook	Различные группы как открытого, так и закрытого типа, личные страницы пользователей.	Студенты, образованная молодежь, интеллигенция, средний класс.
YouTube	Частные видео- и цифровые ТВ-каналы, видеоблоги, тематические видеоматериалы.	Все социальные группы.
Твиттер	Частные страницы, блоги, распространение месседжей и посланий, призывов.	В основном, более образованная часть.

⁶⁷ Следует обратить внимание, после вторичной чистки контента по Туркменистану осталось 120 сообщений, при этом ручная обработка показала практически отсутствие НЭ контента, производимого на туркменском языке в самой стране. Указанные выше проценты относятся к 120 публикациям, которые содержат в себе религиозный, местами радикальный, контент.

Viber, WhatsApp, Telegram	Группы, каналы и паблик-чаты большей частью закрытого характера, блоги, распространение месседжей и посланий, призывов.	Все социальные группы, в Telegram более образованная часть.
Каналы-попутчики и блогеры	Частные цифровые ТВ-каналы и видеоблоги – в основном, в YouTube. В последние годы основной тренд – рост числа частных каналов и блогов, принадлежащих трудовым мигрантам и непрофессиональным журналистам.	Основная аудитория значительной части этого вида медиа – трудовые мигранты в России и зарубежная диаспора.
	Каналы и блоги, относящиеся к различным политическим экспатам, проживающим за рубежом – в России, Турции, Иране и ЕС.	Основная аудитория – диаспоры, трудовые мигранты, молодежь, студенты.

Facebook⁶⁸ объединяет, по большей части, образованную часть населения ЦА, прежде всего, активистов гражданского общества: журналистов, экспертов и аналитиков, бизнесменов представителей политических партий; госслужащих, сотрудников банков, кредитных организаций, мобильных компаний, интеллигенцию, сотрудников научных и исследовательских организаций, студентов, магистрантов и т.д. С течением времени, Facebook превратился в платформу для подачи альтернативной информации, ведения дискуссий, обмена мнениями и общественной мобилизации. Соответственно, в сравнении с «ОК» и «ВКонтакте», создаваемый в Facebook контент также отличается более высоким уровнем анализа и дискуссии.

«Одноклассники» – пик популярности социальной сети пришелся на 2000-ые, после чего часть наиболее активной, образованной и социально активной аудитории стала уходить к конкурентам. Однако до сих пор, согласно данным исследования, «ОК» остаются популярной соцсетью в странах ЦА, особенно среди трудовых мигрантов, молодежи, обладающей средним или неоконченным высшим образованием, занятых неквалифицированным или малоквалифицированным трудом. Здесь же легко подписаться на распространение любого материала (репосты и пр.), поскольку администраторами не налажен контроль контента. В таких приложениях контент предельно упрощен, доступен для плохо образованной молодежи.

В сети резко снизился откровенно джихадистский контент, как и активность различных пропагандистов и сторонников политического ислама. В значительной части, данное явление объясняется тем, что в интернет-пространстве «Одноклассники» (как и другие российские соцсети) не считаются достаточно закрытыми и безопасными с точки зрения сохранения анонимности. Однако, так как для узбекоязычной аудитории (трудовых мигрантов) источник все еще является популярным, он довольно часто используется в качестве платформы для размещения радикального контента.

⁶⁸ Здесь и далее использованы материалы следующих ресурсов:

«Цифровая Центральная Азия: социальные сети и мессенджеры» - <https://www.caa-network.org/archives/12907>;
«Социальные интернет-сети: общая характеристика и направленность использования. Общая характеристика социальных сетей. Социальные сети общего характера» - <https://passportbdd.ru/rabota-s-pk/socialnye-internet-seti-obshchaya-harakteristika-i-napravlennost-ispolzovaniya-obshchaya-harakteristika/>;
«Характеристика социальных сетей» - <https://sites.google.com/site/socialnyesetischool24/--1>;
и выводы авторов исследования на основании контент-анализа, полученные при помощи системы Brand Analytics.

Telegram – данный мессенджер изначально был предназначен для обмена сообщениями и медиафайлами многих форматов. В то же время это наиболее закрытый из всех интернет-ресурсов, его руководство уделяет огромное значение вопросам безопасности информации, защиты данных пользователей и анонимности. Соответственно, в среде различных оппозиционных и радикальных групп Telegram считается наиболее безопасной и популярной платформой. Из-за закрытости мессенджера представленность его, при автоматизированном мониторинге социальных сетей, не была высокой. Однако мониторинг закрытых групп показал активное использование данного мессенджера экстремистскими и террористическими группами, особенно на русском и узбекских языках. Ранее зафиксированная высокая популярность Telegram⁶⁹ подтверждается и данным исследованием. Кроме того, пользователи центральноазиатских стран могут использовать доступ к закрытым группам на русском языке, специализирующимся на постсоветской аудитории.

Видеохостинг YouTube является сегодня наиболее популярным интернет-ресурсом, на котором размещаются видеоролики. Его аудитория является наиболее разноплановой, охватывает представителей самых разных социальных слоев, этнических и конфессиональных групп, возрастов и так далее. Из-а строгой цензуры и контроля над информационным контентом, введенными руководством видеохостинга в последние два года, салафитские и джихадистские каналы и видеоблоги не могут вести свою пропаганду открыто – во всяком случае, по сравнению с прежними временами. Они стали применять более гибкую политику, активнее действуют на других частных каналах, внимательнее работая над содержанием, подачей материала и т.д. В то же время, несмотря на цензуру, количество фундаменталистских материалов в YouTube постоянно растет. К примеру, в Таджикистане в последние годы резко выросло число каналов, принадлежащих сторонникам запрещенных в Таджикистане партий и движений, базирующихся за рубежом⁷⁰.

«ВКонтакте», Instagram, как показали исследования и анализ выбранного контента, не являются особо популярными среди пользователей, и размещаемая там информация экстремистского характера имеет случайный характер. Отдельных активных групп по религиозной радикальной тематике не выявлено, хотя имеют место отдельные личные страницы пользователей, размещающих экстремистский, а порой и террористический контент.

Все каналы весьма удобны для создания групповых чатов, размещения материала и комментариев, а также для репостов одним кликом на страницах выбранных «клиентов», позволяют одновременно открыть несколько адресов для общения с разными группами и т.п. Идеологи и пропагандисты экстремистских и террористических организаций используют возможности, предоставляемые онлайн-платформами, инструктируя своих слушателей о правилах пользования этими ресурсами, включая создание групп для заинтересованных и размещение репостов. Многие встраивают всплывающие подсказки в свои сайты или каналы. В зависимости от возможностей онлайн-платформ, создаются как открытые, так и

⁶⁹ По данным СМИ, Telegram активно использовался ИГИЛ: так, только в 2015 году, по сообщениям спецслужб, пропагандисты этой организации распространили материалы 14 тысячам подписчиков в более чем 30 каналах на различных языках. См: «Накликали беду: как исламисты через соцсети обсуждали и координировали теракты в Париже» - <https://lenta.ru/articles/2015/11/15/ismedia/>.

⁷⁰ В значительной своей части эти каналы рассматривают происходящие в стране процессы через призму отношений государство – религия. Среди этих каналов можно отметить: 'Tojikoni Poland' (таджикские политические экспаты в Польше), 'Group 24', 'Isloh.net', 'Payom.net' (экспаты в Иране), 'Politic.tj', 'Новый Таджикистан', 'Darvesh Tariqat' and 'Kuhistan.TV' (религиозные каналы), 'Taj.Net.TV' и т. д.

закрытые профили, в которых активно обсуждаются религиозные и богословские вопросы. Группы часто носят нейтральное название (например, «О чем говорит Коран?», «Разговоры об исламе», «Решение в исламе» и др.), однако становятся местом для дискуссий с участием как радикальных, так и умеренных мусульман. Для личных профилей также характерно, когда один и тот же пользователь открывает страницу для узкого круга посетителей (как правило, под нейтральным именем) и публичную страницу с собственным псевдонимом (например, Abdulloh Zufar). Условная публичная страница рассчитана на достаточно подготовленную аудиторию, имеющую навыки чтения и восприятия религиозной аргументации и отслеживающую события в мире. Здесь размещаются тексты на узбекском, таджикском, казахском, кыргызском и арабском языках (на арабском – в основном, сочинения современных идеологов джихада, вроде ал-Албани). Здесь же обнаруживаются наиболее сложные уроки по джихаду, в которых, например, максимально используются аргументы по легитимации джихада. Такого рода контент (чаще всего в виде аудиороликов) рассчитан на пропагандистов среднего звена, которые занимаются подготовкой к вербовке трудовых мигрантов, небольших групп в странах.

При этом один и тот же агент (пропагандист) размещает свои материалы на разных платформах, используя разнообразные адреса. Например, упомянутый пропагандист джихада Абдуллох Зуфар помещает свои материалы по меньшей мере на 15 каналах. Каналы и чаты пропагандистов на подобных ресурсах становятся своеобразными «дискуссионными клубами». Администраторы порой оставляют трезвые оценки или негативную критику в комментариях, направленную против пропаганды радикальных идей. Негативные или критические комментарии стимулируют бурные дискуссии, переходящие иногда в агрессивные выпады моджахедов или сформировавшихся носителей идеологии насильственного экстремизма, с использованием ненормативной лексики, идиом из тюремного вокабуляра. По всей видимости, регулируя количество и качество комментариев, администраторы используют критику и ответные выпады на нее со стороны идеологически готовых (по количеству явно доминирующих в комментариях) реципиентов, чтобы преодолеть сомнения колеблющихся.

В Туркменистане неразвитость интернет-сети, в то же время, является элементом, ограничивающим возможности использования онлайн-ресурсов для распространения радикального контента внутри страны. Интернет доступен лишь 26 процентам населения, и его регулярная оплата является серьезной нагрузкой для бюджета средней семьи. Скорость интернета в Туркменистане – самая низкая в мире⁷¹. Сеть интернет-кафе не развита и находится под жестким контролем. Существуют также проблемы низкого качества интернет-коммуникаций в отдельных регионах (в том числе, в областных центрах). В жилых районах Ашхабада, прилегающих к президентской трассе, отмечается повышенный уровень блокировок, чтобы, как сообщает местный источник, исключить «возможную трансляцию изображений через веб-камеры в реальном времени».

Все это серьезно ограничивает возможность радикальных групп в использовании интернет-ресурсов для непосредственного воздействия на аудиторию внутри Туркменистана. Можно предположить, что эти факторы влияют на то, что зарубежные религиозно-экстремистские группы, столкнувшись с туркменскими

⁷¹ При сравнении по 176 странам, см. Speedtest Global Index за октябрь 2020 (<http://www.speedtest.net/global-index>).

реалиями, не слишком стремятся тратить ресурсы на преодоление существующих жестких барьеров или на заметное расширение пропаганды на туркменском языке. Тем более что в Турции и в странах СНГ имеется большое число граждан Туркменистана, являющихся гораздо более удобным объектом идеологического воздействия.

Целевая аудитория и предпочитаемые каналы получения информации, по результатам полевого исследования

Результаты контент-анализа коррелируют с результатами полевого исследования в части отражения наиболее популярных форматов получения информации и выявляют аналогичные предпочтения в сфере выбора коммуникационных каналов. Опрос показал, что наиболее предпочитаемыми форматами получения информации во всех четырех странах являются: а) ток-шоу на ТВ, б) видеоклипы и в) текстовый формат (Рисунок 1). Наибольшую популярность ток-шоу имеют в Узбекистане (54%) и наименьшую в Кыргызстане (19%). Интерес к видеоклипам проявляет равное количество человек во всех странах (23-29%). Текстовый формат наиболее популярен в Казахстане (36%) и наименее - в Таджикистане (14%). При этом продолжительность просмотра телевизора (более 5 часов) характерна для Казахстана (около 10%). В Кыргызстане продолжительность просмотра телевизора составляет не более 30% у большинства респондентов.

Рисунок 1. Предпочитаемые форматы получения информации (%)



Источники информации, чаще всего используемые респондентами, были представлены в списке наиболее вероятных ответов, из которых респондент мог выбрать тот, который он предпочитает больше всего. В Таблице 1 показано распределение по источникам информации и времяпрепровождению в каждой стране. Так, например, наиболее популярным источником информации среди молодежи в Казахстане оказались социальные сети, больше всего времени у опрошенных уходит именно на данный канал. В Узбекистане – это общение с коллегами, в Таджикистане – живое общение с близкими людьми. В Кыргызстане доминирующий источник информации было невозможно выделить, так как внимание респондентов в равной степени распределено между «чатами и сообщениями с друзьями», YouTube, «близкими людьми» и «лентами социальных сетей».

Таблица 3. Общая статистика по источникам информации и времяпрепровождению (%)

Казахстан						
	Менее 30 минут	от 30 до 60 минут	от 1 до 3 часов	от 3 до 5 часов	более 5 часов	3/О
из телевизора	25%	28%	30%	7%	10%	0%
из чатов и сообщений с друзьями	25%	34%	30%	7%	4%	
из YouTube	46%	32%	19%	1%	1%	1%
от близких людей (при живом общении)	37%	31%	24%	6%	2%	0%
из ленты соцсетей	31%	30%	21%	3%	13%	2%
из тематических сообществ и каналов	50%	34%	12%	2%	1%	1%
из новостных порталов	53%	29%	11%	5%	2%	
от соседей	58%	31%	9%	1%	1%	
от коллег	65%	21%	10%	2%	2%	
от преподавателей	25%	28%	30%	7%	10%	0%
от религиозных организаций (мечети, церкви)	26%	33%	30%	7%	4%	
другое	46%	32%	19%	1%	1%	1%
Узбекистан						
	Менее 30 минут	от 30 до 60 минут	от 1 до 3 часов	от 3 до 5 часов	более 5 часов	3/О/ НЕТ
из телевизора	23%	33%	20%	4%	2%	18%
из чатов и сообщений с друзьями	27%	27%	17%	3%	2%	24%
из YouTube	18%	20%	16%	2%	1%	43%
от близких людей (при живом общении)	21%	26%	24%	7%	6%	16%
из ленты соцсетей	26%	33%	20%	3%	2%	16%
из тематических сообществ и каналов	24%	16%	7%	1%	0%	52%
из новостных порталов	30%	20%	8%	1%	0%	41%
от соседей	21%	14%	6%	0%	1%	58%
от коллег	17%	15%	9%	3%	11%	45%
от преподавателей	17%	15%	8%	2%	2%	56%
от религиозных организаций (мечети, церкви)	10%	7%	7%	0%	1%	76%

Таджикистан						
	Менее 30 минут	от 30 до 60 минут	от 1 до 3 часов	от 3 до 5 часов	более 5 часов	3/0
из телевизора	40%	29%	27%	3%	1%	0%
из чатов и сообщений с друзьями	52%	23%	17%	4%	2%	2%
из YouTube	39%	28%	26%	3%	3%	1%
от близких людей (при живом общении)	62%	14%	10%	2%	11%	1%
из ленты соцсетей	42%	30%	20%	4%	3%	1%
из тематических сообществ и каналов	41%	33%	21%	2%	2%	1%
из новостных порталов	55%	21%	19%	3%		2%
от соседей	74%	15%	7%	1%	2%	1%
от коллег	59%	18%	9%	7%	5%	2%
от преподавателей	27%	30%	24%	13%	5%	1%
от религиозных организаций (мечети, церкви)	67%	17%	17%			
Кыргызстан						
	Менее 30 минут	от 30 до 60 минут	от 1 до 3 часов	от 3 до 5 часов	более 5 часов	Не полу- чаю
из телевизора	36%	14%	5%	1%	1%	43%
из чатов и сообщений с друзьями	34%	23%	16%	4%	3%	20%
из YouTube	29%	24%	24%	4%	3%	16%
от близких людей (при живом общении)	36%	27%	18%	4%	3%	12%
из ленты соцсетей	37%	26%	18%	6%	3%	10%
из тематических сообществ и каналов	30%	12%	6%	1%	1%	50%
из новостных порталов	44%	17%	7%	2%	1%	29%
от соседей	24%	5%	3%	1%	0%	67%
от коллег	30%	14%	8%	2%	3%	43%
от преподавателей	20%	12%	7%	2%	3%	56%
от религиозных организаций (мечети, церкви)	15%	11%	7%	0%	1%	66%

Относительно предпочитаемых языков получения информации: в Казахстане (53%) и в Кыргызстане (54%) предпочтение отдают русскому языку, в то время как респондентам из Узбекистана (88%) важно получать информацию на узбекском языке. Респонденты из Таджикистана отдают почти одинаково равное предпочтение таджикскому (31%) и русскому (32%) языкам при получении информации (Таблица 3).

Таблица 4. Предпочитаемые языки получения информации (%)

Казахстан				
Английский	Русский	Казахский		
2%	53%	45%		
Узбекистан				
Английский	Русский	Узбекский		Не важно
0%	9%	88%		3%
Таджикистан				
Английский	Русский	Таджикский	Узбекский	Не важно
2%	32%	31%	5%	30%
Кыргызстан				
Английский	Русский	Кыргызский	Узбекский	Казахский
3%	54%	41%	1%	1%

Доверие к источникам информации

По итогам опроса было выявлено, что из предоставленного списка источников информации подавляющее большинство респондентов из всех четырех стран доверяют новостным передачам по ТВ (Казахстан – 54%, Узбекистан – 50%, Таджикистан – 71% и Кыргызстан – 46%). На втором месте по уровню доверия в Казахстане (50%), Узбекистане (43%) и Кыргызстане (46%) расположились информационные порталы, в то время как в Таджикистане на втором месте по уровню доверия оказались печатные газеты (55%). Наименьшее доверие во всех четырех странах вызывают рассылки, отправляемые в группы разных мессенджеров (Таблица 4).

Таблица 5. Общая статистика по уровню доверия к различным источникам информации (%)

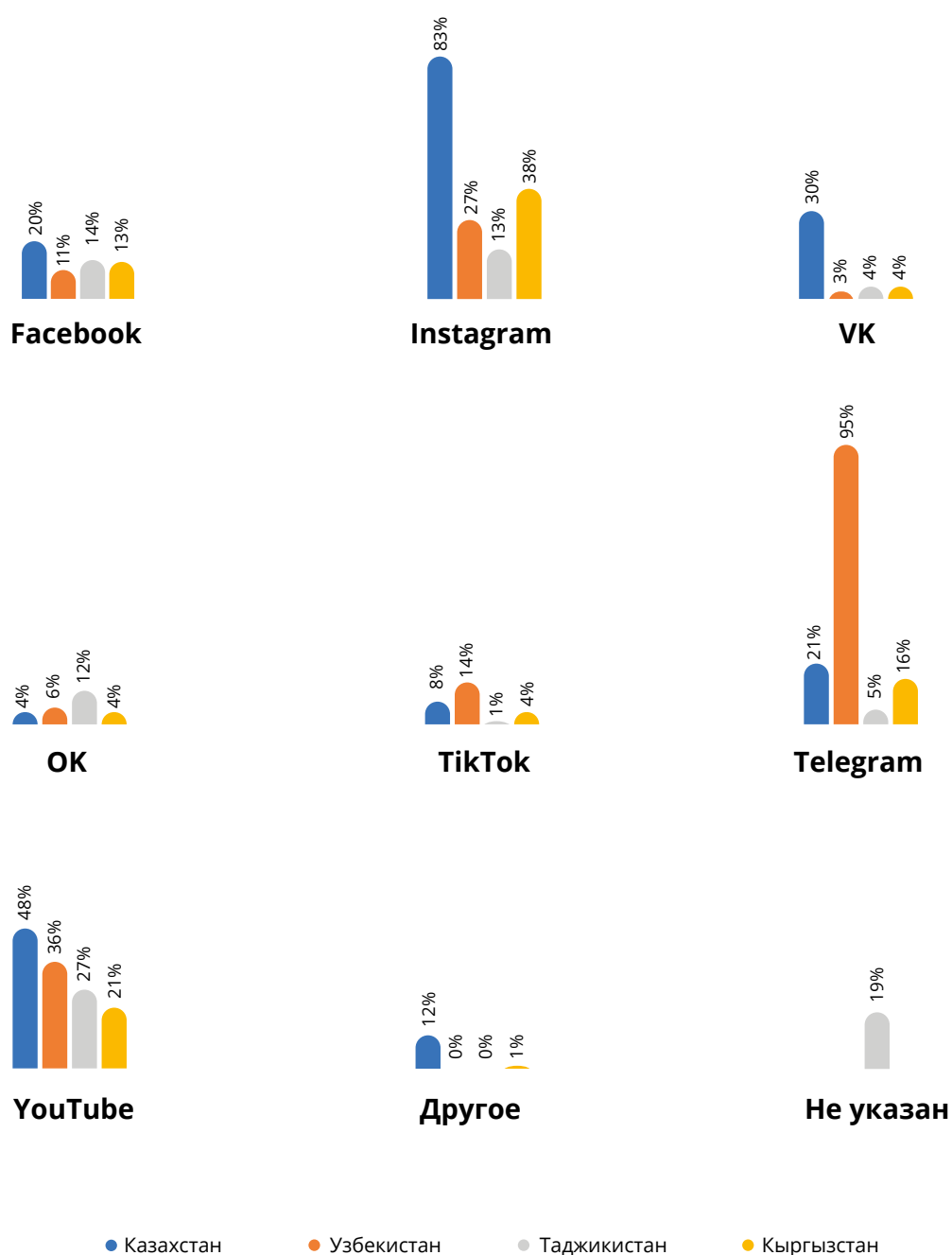
Казахстан						
	полностью доверяю	в целом доверяю	иногда доверяю	в целом не доверяю	нет доверия	З/О
Новостные передачи по ТВ	24%	30%	32%	5%	6%	3%
Радиопередачи/вещание	15%	26%	30%	7%	9%	13%
Соцсети («Одноклассники», Facebook и т.д.)	9%	21%	49%	9%	9%	3%
Информационные порталы	20%	30%	27%	7%	6%	10%
Газеты печатные (местные, республиканские)	23%	25%	22%	4%	8%	18%

Рассылки в мессенджер группах (WhatsApp, Viber и т.д.)	3%	9%	35%	17%	33%	3%
Узбекистан						
	полностью доверяю	в целом доверяю	иногда доверяю	в целом не доверяю	нет доверия	3/0
Новостные передачи по ТВ	35%	15%	35%	4%	10%	2%
Радиопередачи/вещание	20%	10%	21%	2%	17%	28%
Соцсети («Одноклассники», Facebook и т.д.)	7%	6%	27%	10%	36%	14%
Информационные порталы	30%	13%	26%	3%	18%	10%
Газеты печатные (местные, республиканские)	26%	10%	19%	2%	19%	24%
Рассылки в мессенджер группах (WhatsApp, Viber и т.д.)	6%	5%	24%	7%	50%	8%
Таджикистан						
	полностью доверяю	в целом доверяю	иногда доверяю	в целом не доверяю	нет доверия	3/0/ не использую
Новостные передачи по ТВ	57%	14%	22%	1%	4%	2%
Радиопередачи/вещание	38%	14%	20%	2%	9%	17%
Соцсети («Одноклассники», Facebook и т.д.)	8%	8%	20%	5%	20%	39%
Информационные порталы	18%	11%	17%	4%	24%	26%
Газеты печатные (местные, республиканские)	42%	13%	16%	2%	9%	18%
Рассылки в мессенджер группах (WhatsApp, Viber и т.д.)	11%	8%	19%	7%	37%	18%
Кыргызстан						
	полностью доверяю	в целом доверяю	иногда доверяю	в целом не доверяю	нет доверия	3/0
Новостные передачи по ТВ	22%	24%	33%	6%	10%	5%
Радиопередачи/вещание	14%	23%	30%	9%	14%	10%
Соцсети («Одноклассники», Facebook и т.д.)	10%	18%	41%	11%	17%	3%
Информационные порталы	17%	29%	31%	7%	12%	4%
Газеты печатные (местные, республиканские)	17%	23%	25%	5%	17%	13%
Рассылки в мессенджер группах (WhatsApp, Viber и т.д.)	4%	5%	20%	16%	51%	4%

Использование социальных сетей и мессенджеров

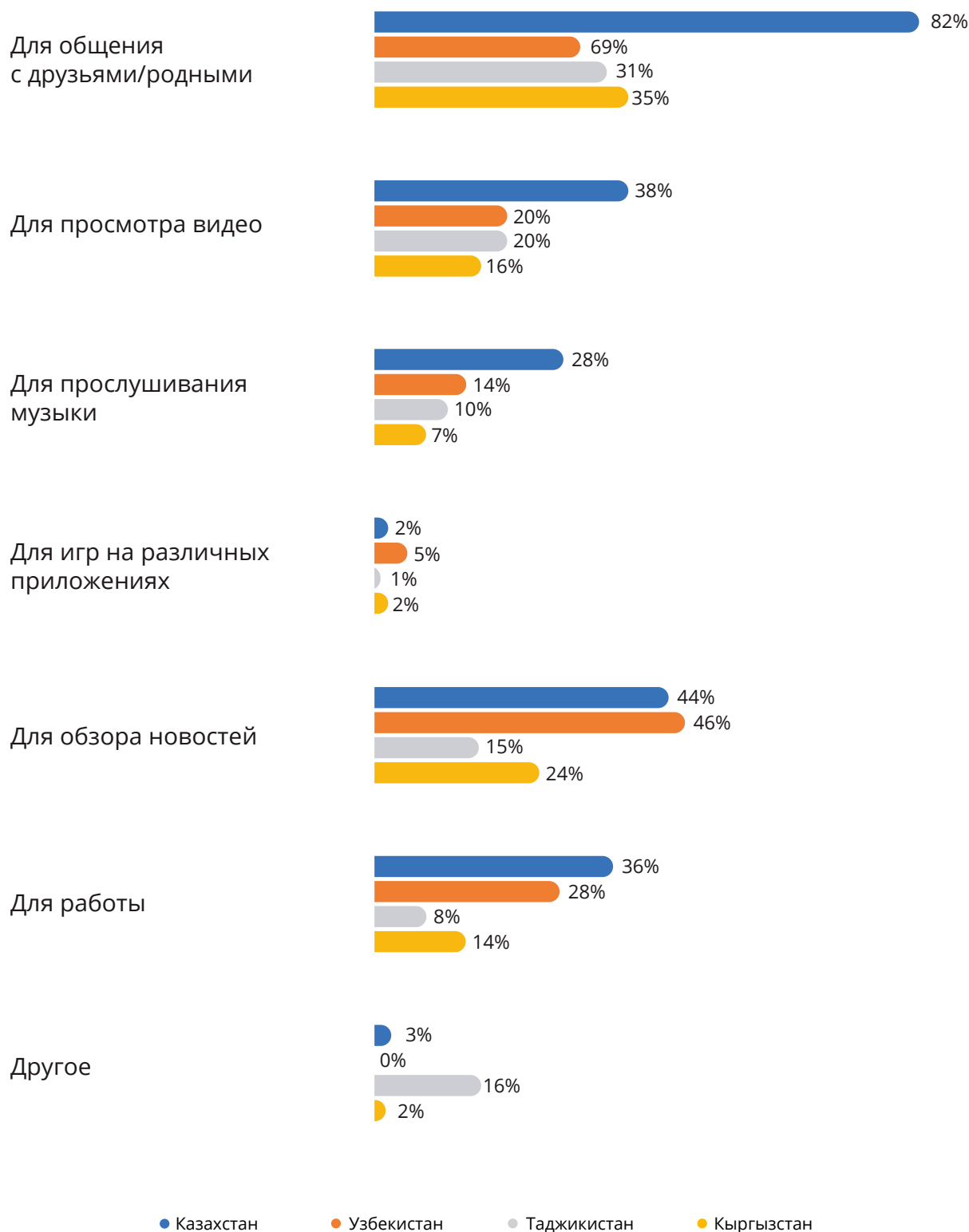
Как показали результаты опроса, такие платформы, как Instagram и YouTube, являются наиболее часто используемыми среди пользователей Казахстана (Instagram – 83%, YouTube – 48%), Таджикистана (Instagram – 18%, YouTube – 27%) и Кыргызстана (Instagram – 38%, YouTube – 21%). YouTube является второй по популярности в Узбекистане (36%), однако самой популярной платформой там является Telegram – 95%. Как показывает общая картина, Telegram как социальная платформа также популярен и в остальных трех странах, как и Facebook (Рисунок 2).

Рисунок 2. Распределение пользования социальными сетями во всех четырех странах



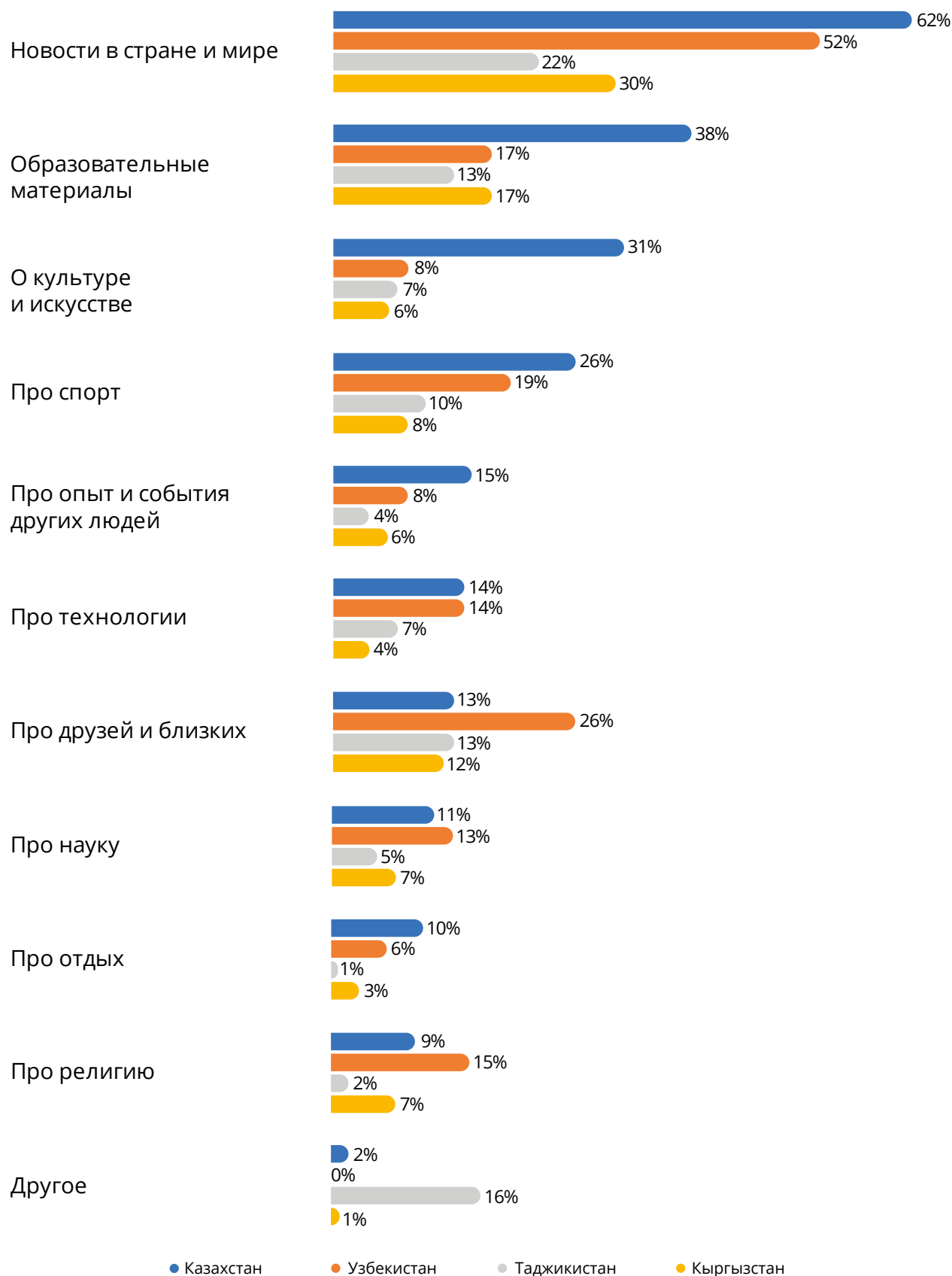
Во всех четырех странах были выявлены основные цели использования социальных сетей. И наиболее распространенными причинами являются: 1) коммуникация с друзьями и/или родными, 2) обзор новостей и 3) просмотр видео. Меньше всего социальные сети используют для игр на различных приложениях (Рисунок 3).

Рисунок 3. Мотивы использования соцсетей (%)



Согласно собранным данным, наибольший интерес пользователи имеют к информационному контенту. Так, большинство респондентов из всех стран отметили важность новостей в стране и мире (Рисунок 4). Однако в Узбекистане важной является информация про близких и друзей (26%), в то время как Казахстан выделяет значимость образовательных материалов (38%).

Рисунок 4. Оценка ценности информации в соцсетях (%)



Мессенджеры

Мессенджер WhatsApp, по итогам опроса, оказался самым популярным приложением для связи среди опрошенных из Казахстана и Кыргызстана. Почти все опрошенные из этих двух стран указали, что ежедневно пользуются мессенджером WhatsApp (Казахстан – 96% и Кыргызстан – 95%). В то время как Узбекистан (11%) и Таджикистан (21%) не часто используют WhatsApp каждый день.

Распределение пользователей Telegram относительно равномерное среди стран, занимает второе место среди мессенджеров, но ежедневно данное приложение используется в Узбекистане – 82%. Мессенджерами Facebook, Агентом Mail.ru и Skype каждый день пользуется только малая часть опрошенных во всех странах. Основная часть респондентов указала, что использует данные социальные сети лишь пару раз в год или почти не используют. Интересное наблюдение касается кейса Таджикистана, где среди других мессенджеров наиболее часто используемым оказалось приложение, предназначенное для видеообщения IMO, по своей технической функции схожее со Skype (Таблица 6).

Таблица 6. Общая статистика по использованию мессенджеров (%)

Казахстан						
	Ежедневно	Пару раз в неделю	Пару раз в месяц	Пару раз в год	Никогда	Затрудняюсь ответить
WhatsApp	96%	3%	1%	0%	0%	0%
Telegram	28%	30%	11%	3%	28%	0%
Skype	4%	4%	10%	7%	74%	1%
Агент Mail.ru	8%	10%	9%	7%	65%	1%
Facebook Мессенджер	13%	12%	10%	4%	60%	1%
Узбекистан						
	Ежедневно	Пару раз в неделю	Пару раз в месяц	Пару раз в год	Никогда	Затрудняюсь ответить
WhatsApp	11%	9%	4%	1%	70%	5%
Telegram	82%	12%	2%	0%	3%	1%
Skype	1%	1%	1%	1%	90%	6%
Агент Mail.ru	1%	2%	1%	0%	89%	7%
Facebook Мессенджер	6%	6%	3%	1%	78%	6%
Таджикистан						
	Ежедневно	Пару раз в неделю	Пару раз в месяц	Пару раз в год	Никогда	Затрудняюсь ответить
WhatsApp	21%	15%	5%	2%	56%	1%
Telegram	10%	6%	4%	1%	78%	1%
Skype	1%	1%	1%	0%	95%	2%
Агент Mail.ru	2%	2%	2%	1%	92%	1%
Facebook Мессенджер	11%	8%	3%	1%	76%	1%
Другое_ IMO	58%	30%	11%	1%	0%	0%

Кыргызстан						
	Ежедневно	Пару раз в неделю	Пару раз в месяц	Пару раз в год	Никогда	Затрудняюсь ответить
WhatsApp	95%	4%	0%	0%	1%	0%
Telegram	44%	27%	3%	1%	25%	0%
Skype	2%	3%	4%	5%	86%	0%
Агент Mail.ru	3%	3%	3%	2%	89%	0%
Facebook Мессенджер	20%	19%	10%	3%	49%	0%
Другое_Viber	0%	1%	1%	1%	97%	0%
Другое_IMO	1%	2%	1%	0%	96%	0%

Выводы по главе

Как показывает контент-анализ, пропагандисты радикальных идей дублируют свои сообщения и используют максимальное количество ресурсов для их распространения. На каждом ресурсе ведется модерируемая дискуссия, что может быть свидетельством командной работы и наличия большого количества помощников.

Полевое исследование также показывает, что современная молодежь региона предпочитает пользоваться несколькими социальными аккаунтами и мессенджерами. Такие социальные сети, как Instagram и YouTube, чаще используются пользователями из Казахстана, Таджикистана и Кыргызстана. YouTube является второй по популярности социальной сетью также в Узбекистане, однако там самой популярной является Telegram.

Мессенджер WhatsApp, по итогам опроса, оказался самым популярным приложением для связи среди опрошенных из Казахстана и Кыргызстана. В Узбекистане самой большой популярностью пользуется приложение Telegram, в то время как в Таджикистане среди других мессенджеров наиболее часто используемым оказалось приложение Imo, предназначенное для видеообщения и по своим техническим функциям схожее со Skype. Imo также популярно в Туркменистане⁷².

Таблица 7. Предпочитаемые форматы получения информации

	КАЗАХСТАН	УЗБЕКИСТАН	ТАДЖИКИСТАН	КЫРГЫЗСТАН
Ток-шоу на ТВ.	54%	50%	71%	46%
Видео клипы и текстовый формат.	50%	43%	55%	46%

Во всех четырех странах наиболее предпочитаемыми форматами получения информации оказались: 1) ток-шоу на ТВ, 2) видеоклипы и 3) текстовый формат (Таблица 7). Подавляющее большинство респондентов из всех четырех стран доверяют таким источникам информации, как новостные передачи по ТВ. На втором месте по уровню доверия в Казахстане, Узбекистане и Кыргызстане расположились информационные порталы, в то время как в Таджикистане на втором

⁷² «Цифровая Центральная Азия: социальные сети и мессенджеры» - <https://www.caa-network.org/archives/12907>

месте по уровню доверия оказались печатные газеты. Наименьшее доверие во всех четырех странах вызывают рассылки, отправляемые в группы разных мессенджеров.

Русский язык все еще остается предпочитаемым языком получения информации в Казахстане и в Кыргызстане, в то время как респондентам из Узбекистана важно получать информацию на узбекском языке, а респонденты из Таджикистана отдают равное предпочтение таджикскому и русскому языкам при получении информации.

В Узбекистане и Таджикистане молодежь предпочитает получать информацию от соседей и близких людей, т.е. при живом общении, в то время как Кыргызстан и Казахстан больше информации получают из соцсетей и новостных порталов. Телевизор остается одним из источников информации, но постепенно он теряет свою популярность.

Во всех четырех странах, где проводился опрос, наиболее распространенными причинами использования социальных сетей являются: а) коммуникация с друзьями и/или родными, б) обзор новостей и в) просмотр видео.

Согласно собранным данным, во всех четырех странах наибольшую ценность пользователи придают информационному контенту. Однако существуют некоторые страновые различия: например, в Узбекистане считают ценной информацию про близких и друзей (26%), в то время как в Казахстане выделяют образовательные материалы (38%).

Необходимо отметить, что результаты контент-анализа имеют корреляционную связь с результатами полевого исследования в следующих частях:

1. YouTube активно используется радикальными пропагандистами, он же является универсальной платформой для любого контента и используется молодежью во всех странах.
2. Мессенджеры также являются популярным коммуникационным каналом, который имеет универсальный характер.

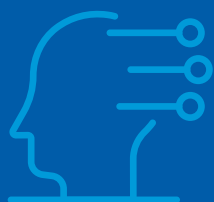
Исследованием выявлены каналы коммуникации с менее сильными корреляционными связями. Это платформы Facebook, «ВКонтакте» и «Одноклассники». Использование данных ресурсов разнится от страны к стране, а также каждая платформа имеет разный уровень контроля над распространяемым контентом. Результаты контент-анализа и полевого исследования показывают четкую связь между страной, каналом коммуникации и распространяемыми радикальными идеями. В то же время, лидирующая по популярности сеть Instagram содержит наименьшее количество радикального контента.

Радикальный контент распределяется аналогичным образом по каналам коммуникации, но чем ниже уровень контроля со стороны сети, тем откровеннее радикальные проповедники и их читатели. Можно констатировать, что в закрытых группах мессенджерах Telegram и социальных сетях «Одноклассники» и «ВКонтакте» и радикальные проповедники, и их последователи более откровенны в обсуждениях, склонны говорить на личные темы, в то время как в сети Facebook преобладают дискуссии общественно-политического или общерелигиозного характера с элементами языка вражды.

Глава

3

ВЛИЯНИЕ ИДЕЙНЫХ УСТАНОВОК НА ВОСПРИЯТИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ И ЦЕННОСТИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



Данный раздел описывает ценностные ориентиры молодежи стран центральноазиатского региона в сравнении с ценностями, транслируемыми пропагандистами насильственного экстремизма. Уровень влияния и привлекательности радикальных идей оценивается на основе созвучности экстремистских идей актуальным ценностям молодого населения стран Центральной Азии, а также социально-психологических основ влияния радикального контента. Данные для настоящего раздела получены в результате полевого исследования и последующего корреляционного сопоставления с данными контент-анализа. Подробная методология проведения полевого исследования описана в Приложении 4.

Ценностные ориентиры молодежи Центральной Азии

Ценностные ориентиры молодежи Центральной Азии были определены на основе изучения двух групп ценностей – личностных и общественных. В рамках исследования изучен следующий набор личностных ценностей⁷³:

- самостоятельность, которая включает в себя свободу мысли и действия (выбор, творчество, познание), обусловленные потребностью индивида быть автономным и независимым;
- стимуляция, полнота жизненных ощущений, новизна и состоятельность в жизни, необходимые для поддержания оптимального уровня активности организма;
- гедонизм, удовольствие, чувственное наслаждение, наслаждение жизнью;
- достижение, достижение личного успеха в рамках разделяемых культурных стандартов и вследствие этого – получение социального одобрения;
- власть, достижение социального статуса, престижа и влияния на других людей;
- безопасность, стабильность, безопасность и гармония общества, семьи и самого индивида;
- конформность, ограничение действий и побуждений, причиняющих вред другим или нарушающих социальную гармонию;
- традиция, уважение и поддержание обычаев, принятие и признание идей, существующих в определенной культуре и религии;

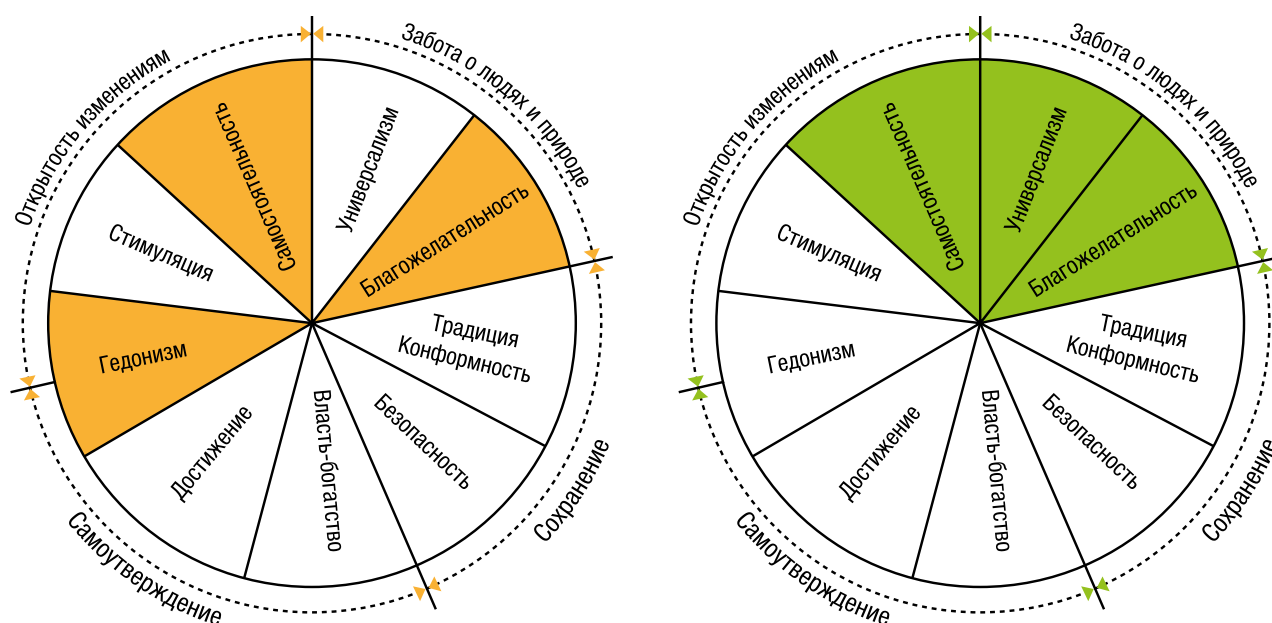
Понимание того, насколько радикальные идеи созвучны личным и общественным ценностям, как и чем они затрагивают то, что для человека действительно важно, является ключом к эффективным стратегиям противодействия вовлечению молодежи в насильственный экстремизм.

⁷³ Изучение ценностных ориентаций личности проводилось в контексте теории ценностей С. Шварца. - https://psy-journal.hse.ru/data/2013/10/30/1283379255/Schwartz_et_al_9-02pp43-70.pdf

- благожелательность, поддержание и повышение благополучия людей, с которыми человек находится в контакте;
- универсализм, понимание, благодарность, терпимость и поддержание благополучия всех людей и природы.

Опрос показал, что приоритезация этих ценностей среди молодежи региона скорее универсальна, полевое исследование демонстрирует различия только в разрезе Кыргызстана. Так, в Таджикистане, Узбекистане и Казахстане приоритетная ценностная выборка представлена триадой «благожелательность-самостоятельность-универсализм», в Кыргызстане же это «самостоятельность-благожелательность-гедонизм». Данные по Туркменистану недоступны в связи с отсутствием возможности проводить там полевые работы и опросы.

Рисунок 5. Приоритетные ценности молодежи (1) Кыргызстана и (2) Таджикистане, Узбекистане и Казахстане



Негативные ценности, ценности-аутсайдеры представлены следующим образом: Таджикистан – «стимуляция-власть-конформность», Казахстан – «достижения-власть-конформность», Кыргызстан и Узбекистан – «достижения-конформность-власть».

В процессе опроса респондентам необходимо было оценить значимость ценности для себя самого, в таблице ниже представлено количество людей, указавших для себя эту ценность как максимально значимую. Там же представлены доминирующие ценности, отмеченные в ходе полевого исследования.

Таблица 8. Превалирующие ценности молодежи Центральной Азии

Ценность	Утверждения	Ответы (%)			
		Тад	Каз	Кыр	Узб
Благожелательность	Человек всегда должен заботиться о своих близких и друзьях.	97,4	87,3	88,2	84,2
Универсализм	Человек хочет, чтобы со всеми поступали справедливо, даже с людьми, которых он не знает, особенно слабыми	91,1	78,8	82,5	71,7
Самостоятельность	Человек всегда должен быть свободным в планировании и выборе своей деятельности.	92,8	87,6	94,0	75,9
Гедонизм	Человек всегда должен получать удовольствие от жизни, наслаждаться жизнью.	88,6	74,6	84,4	71,9

Как видно из таблицы 8, «благожелательность» как ценность является превалирующей для молодежи центральноазиатских государств.

Так, практически 90% опрошенных молодых людей ЦА выделяют важность быть здоровым, преданным, иметь и обеспечивать семью, заботиться о близких. Именно эта ориентация нашла наибольший отклик в нарративах НЭ, *именно призыв помочь мусульманам, страдающим на Ближнем Востоке от рук несправедливых правителей, мусульманам, которые позиционируются как братья и сестры единой уммы, получил наибольшую представленность и отклик.*

При этом в НЭ нарративах четко дифференцируются те, кто может быть близким (например, братья/сестры по вере), а кого ни в коем случае нельзя рассматривать в качестве близких (тагут, кафир, муртад и т.п.). Родство определяется уже не по кровным узам, а по приверженности общей идее. Люди, не входящие в ближний круг, лишаются права на заботу и автоматически относятся к категории «Другие», противостоящей группе «Мы».

Наличие этой потребности в заботе может быть реализовано в самой стране, коммуникативная стратегия, указывающая направление этой помощи, позволит реализовать эту потребность социально одобряемым способом (помощь престарелым, детским домам и другим уязвимым группам).

Следующая ценность, занимающая доминирующее место в иерархии ценностных ориентиров молодежи ЦА – «универсализм», выражающийся в важности помощи и милосердии к другим людям, справедливости и благополучии всех людей, установлении мира.

Наличие потребности в заботе может быть реализовано внутри самой страны, коммуникативная стратегия, указывающая направление этой помощи, позволит осуществить эту потребность социально одобряемым способом.

*Опросы
показывают, что
навязываемый
идеологами
радикализма
религиозный
ригоризм плохо
или почти не
воспринимается
большинством
молодых людей*

Наиболее значима эта ценность в Таджикистане (91%) и Кыргызстане (82,5%), чуть менее в Казахстане (79%) и Узбекистане (72%). Эта ценностная ориентация наиболее ярко выражена в нарративах формирования образа героя, который приходит на помощь слабым, спасает их от несправедливости современного мира (Дар ул-Зульм). Согласно данным нарративам формируется как образ героя, так и образ врага. Врагом является абстрактный собирательный образ, от которого нужно защищать, но редко конкретный человек. Если речь идет о конкретном индивиде, то уровень враждебности ощутимо слабее.

Данная потребность, так же, как и вышеприведенная, может быть реализована с акцентом на помощь уязвимым группам в своей стране, но с упором на публичность, выраженную благодарность, масштабность и заметность оказываемой помощи.

Также значимая ценностная ориентация для молодежи в центральноазиатском регионе - «самостоятельность», которая понимается как важность для человека самому принимать решения, быть свободным, независимым, познающим мир.

Полевое исследование говорит о высокой значимости этой ценности для кыргызской (94%), таджикской (93%) и казахской (87%) молодежи. Менее значима, но находящаяся в группе доминирующих ценностей, самостоятельность у представителей узбекской молодежи (76%). В свою очередь, радикальные нарративы воздействуют лишь на некоторую часть данной ценности, на любопытство и интерес к миру. В контент-анализе было выявлено, что вовлечение в закрытые группы, где происходит индивидуальная вербовка, идет за счет основной темы «Узнай больше об исламе» и призывов увидеть настоящую войну и поучаствовать в значимых исторических процессах (священная война, возникновение халифата и др). Реализация данной потребности внутри страны возможна через активное вовлечение молодежи в яркие и богатые события мероприятия.

Ценностная ориентация «Гедонизм» транслирует значимость получения удовольствия от жизни, наслаждение всей полнотой жизни. В триаду приоритетных ценностей данная ценность входит только у молодежи Кыргызстана (84,4%), тем не менее удовольствие от жизни считают значимым и молодежь Таджикистана (88,6%), и Казахстана (74,6%), и Узбекистана (71,9%).

Между тем, изученные нарративы показывают, что идеологи НЭ предпочитают говорить об ограниченных физических удовольствиях (отвергая застолья, музыку, танцы)

и о том, что любое удовольствие должно быть оценено через призму «довольства Аллаха», т.е. с точки зрения норм и этики шариата в интерпретации идеологов НЭ.

Таким образом, опросы показывают, что навязываемый идеологами радикализма религиозный ригоризм плохо или почти не воспринимается большинством молодых людей. Например, в ходе полевых исследований выяснилось, что в понятие «полнота жизни», помимо обычных семейных ценностей, большинство опрошенных включает материальный достаток (деньги), успех в личном бизнесе и, одновременно, следование нормам шариата, служение Богу.

Следовательно, сами опрошенные, в особенности, молодежь не видят серьезных противоречий в таком сочетании обычных физических удовольствий (семейные и иные торжества с музыкой, концерты и пр.), с повседневным стяжательством ради выгоды, с одной стороны, и ограничительной религиозной этикой – с другой.

Отношение к гедонизму как к части земной жизни, при ограничениях религиозного порядка, показывает, что основной массе молодых людей вполне удастся сочетать несложные религиозные предписания, без аскетизма, ригоризма и фанатичности. Следовательно, получение удовольствий от жизни допускается в социально одобряемых формах. Именно эту традицию важно закреплять, когда речь идет о идеологических аспектах контрпропаганды. Иерархия ценностей не зависит от возрастной группы (респонденты сгруппированы следующим образом: 18-21 год, 22-25 лет, 26-35 лет), нет значительных различий по уровню образования и по типу местности (город-село) (Приложение 6. Корреляционная таблица «город-село»).

В ходе пилотного исследования помимо личностных ценностей исследователями изучались политико-идеологические установки, представления молодежи об успешности и триггеры эмоционального состояния и доверия окружающим.

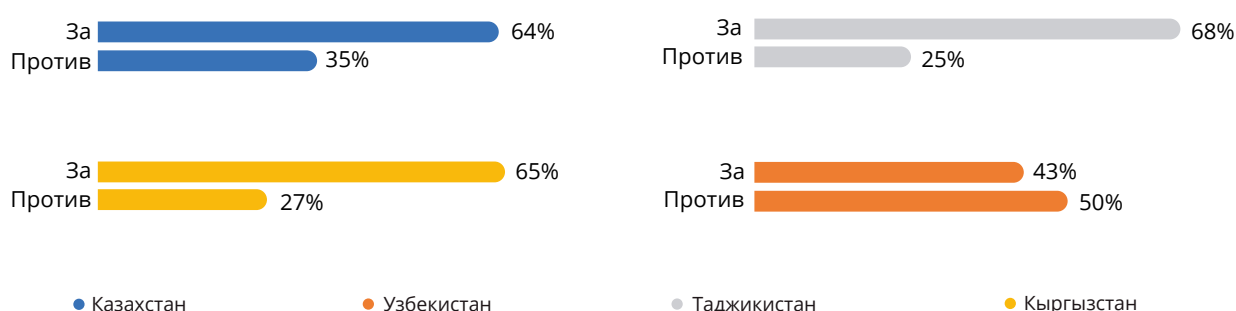
Политико-идеологические ценности и установки

Для оценки политико-идеологических установок молодежи респондентам были предложены несколько утверждений, касающихся восприятия иных этнических и религиозных групп.

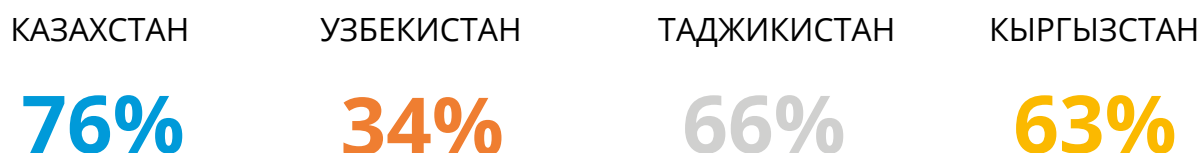
В контексте *ксенофобии и разделения на своих и чужих* молодежи предлагалось оценить приемлемость межнациональных браков. Подавляющее большинство респон-

дентов Казахстана (64%), Кыргызстана (65%) и Таджикистана (68%) позитивно оценили приемлемость таких браков. В Узбекистане наименьшее количество респондентов толерантны к бракам между представителями разных национальностей (43%). Доля респондентов, не согласных с данным утверждением, составляет 35% в Казахстане, 27% – в Кыргызстане и 25 % – в Таджикистане, 50% – в Узбекистане.

Рисунок 6. Отношение молодежи к межнациональным бракам.



Также примечательно, что казахстанская молодежь в своем большинстве поддерживает отношения с представителями других этнических групп (76%), когда такой показатель среди таджикской молодежи составляет 66%, а кыргызской – 63%. Выяснилось, что узбекская молодежь практически не поддерживает отношения с представителями других этнических групп, лишь 34% опрошенных согласились, что у них много друзей среди представителей других национальностей:



Эти убеждения также находят отражение в контенте радикальных сообщений, которые направлены на разжигание/поддержание ксенофобских настроений по отношению к представителям других национальностей. Также можно сделать вывод о трансформации данных сообщений, в зависимости от странового контекста. Если в формате оригинальных сообщений, исходящих от главных протагонистов радикального ислама, речь идет, в основном, о евреях, то в страновых сегментах социальных сетей эти призывы трансформируются против местных этнических меньшинств, как, например, против дунган в Казахстане.

Следующее утверждение полевого опроса – «мусульмане и христиане имеют много общего» - было направлено на оценку инклюзивных установок среди молодежи. Результаты показали, что среди молодых людей Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана нет единой точки зрения.

В Узбекистане 48% не согласны с тем, что мусульмане и христиане имеют много общего. В Кыргызстане 46% согласны с утверждением, а в Таджикистане согласные 47%. В Казахстане небольшой перевес наблюдается в сторону тех, кто соглашается с тем, что мусульмане и христиане имеют много общего – 56%.

Эти убеждения коррелируются с призывами всех радикальных проповедников и их последователей к тому, что нужно бороться с представителями других религий (неверными) и отступниками. Такие сообщения имеют благодатную почву, так как попадают в среду, которая более склонна к оцениванию инаковости религий, нежели их сходства.

В аспекте *политического переустройства* наибольшее количество респондентов в Таджикистане согласны с утверждением о важности соблюдения всех прав верующих (74%) и о том, что женщины должны иметь право носить хиджабы везде (59%). Казахстанская молодежь в большинстве поддерживает мнение о соблюдении прав верующих в республике (70%). Также среди молодежи Казахстана и Узбекистана преобладает мнение, что верующие женщины должны иметь право носить хиджабы везде – такое утверждение поддержали 58% опрошенных. Не согласны с этим утверждением в общей сложности 36% в обеих странах. В Кыргызстане 73% высказались положительно в отношении дозволенности ношения религиозной одежды и аксессуаров в общественных местах, а 21% высказались негативно.

С наличием *влияния религиозных лидеров на политическую жизнь в стране* согласны 47% респондентов в Таджикистане и Кыргызстане, 44% - в Узбекистане. Фиксируется амбивалентное отношение молодежи к утверждению о влиянии религиозных лидеров на политическую жизнь страны. Половина опрошенных хотела бы, чтобы религиозные лидеры имели большее влияние на политическую жизнь (50%) – это мнение чаще находит отклик среди молодежи села (56%) и представителей самой молодой возрастной категории от 18 до 21 лет (57%). Другая половина респондентов не согласны с тем, чтобы религиозные лидеры влияли на политическую жизнь. Такая установка более характерна для старших возрастных групп и горожан.

Желание видеть большее участие религиозных лидеров в политической жизни страны, показывает авторитетность этих лидеров по сравнению с политическими. С одной стороны, это демонстрирует некоторую дискредитацию политических, соответственно, светских институтов власти, а с другой разделение общества на рели-

Высокий уровень толерантности не должен вводить в заблуждение и минимизировать восприятие угрозы радикализации. Идеи радикальных проповедников направлены в сторону меньшинства, которое чувствует себя ущемленным по причине неприятия своих убеждений большинством.

гиозное и светское. Последнее, в нарративах насильственного экстремистского характера отражается в призывах бороться против светского государства, светских институтов власти и осуждении «официальных» мулл.

Важный индикатор ценностно-идеологических предпочтений молодежи – это *отношение к западной культуре*. В контексте враждебности в отношении Запада, респонденты считают необходимым запретить празднование Хэллоуина в их стране, поскольку оно противоречит их традициям и культуре: в Таджикистане это 61% опрошенных, в Кыргызстане 53%, в Узбекистане 37%, в Казахстане 57%.

Вместе с тем, по мнению еще большего количества респондентов, западная культура, музыка и фильмы, в том числе, вредят морали и духовности их общества. В Таджикистане так считают 75% респондентов, в Узбекистане – 57%. Опрос показал, что среди нового поколения казахстанцев и кыргызстанцев нет единого мнения по поводу влияния западной культуры на мораль и духовность в стране: 46% опрошенных в Казахстане и 49% в Кыргызстане в той или иной степени согласны с тем, что западная культура вредит морали и духовности, а 52% и 45%, соответственно, не согласны с этим утверждением.

Антизападная риторика также широко распространена в НЭ нарративах, нацелена на усиление противопоставления «Мы-Они». Эти убеждения подкрепляются склонностью радикальных проповедников к теориям заговора и другим конспирологическим теориям, которые активно ими транслируются.

В рамках тезиса о *сакрализации религиозных идей и символов*, абсолютное большинство согласны с тем, что люди, оскорбляющие религию и их ценности, должны быть строго наказаны. Опрошенные в Казахстане (80%), Таджикистане (77%), Кыргызстане (73%) и Узбекистане (58%) считают это недопустимым и требуют наказывать людей за оскорбление религии:

КАЗАХСТАН

80%

ТАДЖИКИСТАН

77%

КЫРГЫЗСТАН

73%

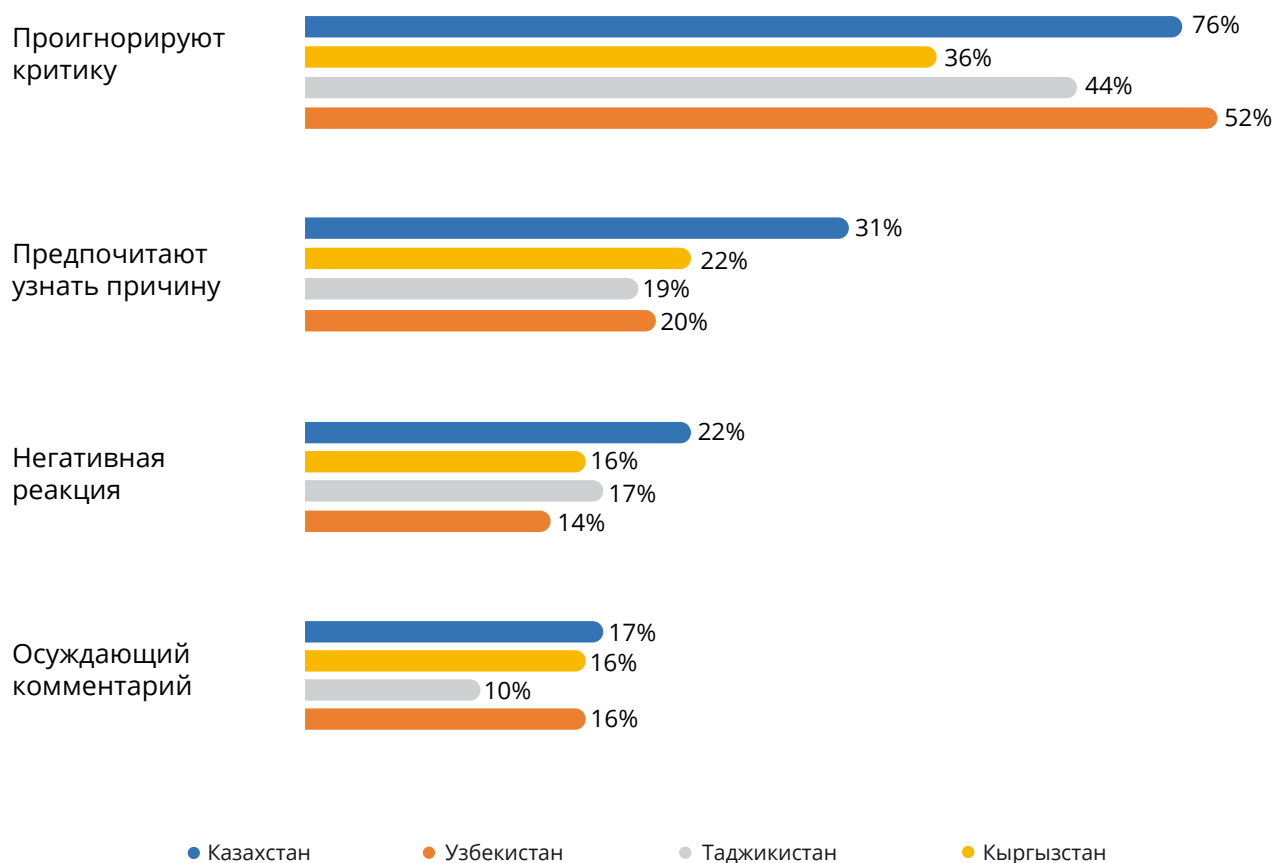
УЗБЕКИСТАН

58%

Относительно *критики религиозного контента в социальных сетях*, полученные результаты свидетельствуют, что самой распространенной реакцией является игнорирование. Именно так себя ведут около половины опрошенных в Казахстане (50%), Таджикистана (44%) Узбекистана (52%), когда они сталкиваются с негативными высказываниями в адрес своей религии. В Кыргызстане большинство, игнорирующих критику, составляет 36% респондентов. На втором месте среди реакций – задать вопрос автору и узнать, почему он так пишет: Казахстан (31%); Таджикистан (19%), Узбекистан (20%) Кыргызстан (22%).

В Казахстане 22% выбирают вариант «напишу осуждающий комментарий». 17% респондентов оставят негативную реакцию. В Кыргызстане 16% оставят негативную реакцию, а ещё 16% напишут осуждающий комментарий. 17% респондентов из Таджикистана, если увидят в социальных сетях ролик или пост, в котором критикуют его/ее религию или представителя его/ее религии оставить негативную реакцию и 10% напишут осуждающий комментарий. Респонденты из Узбекистана 14% оставят негативную реакцию, 16% напишут осуждающий комментарий.

Рисунок 7. Реакция молодежи на критику «своей» религии в социальных сетях



Аналогичные ответы получены на вопрос о том, как бы молодые люди повели себя, встретив в социальных сетях негативный пост/комментарий в отношении другой религии. Как и в первом случае, большинство представителей из всех стран предпочтут проигнорировать его. Основная разница между первой и второй ситуацией в том, что в случае критики другой религии заметно меньшее число пользователей готовы написать осуждающий комментарий, что, очевидно, связано с социальной дистанцией между своей и чужой религией.

В Казахстане проигнорируют – 54%, зададут автору вопрос – 27%, оставят негативную реакцию и напишут осуждающий комментарий по 14% соответственно. Если респонденты из Кыргызстана увидят в социальных сетях ролик или пост, в котором критикуют другую религию или представителя другой религии, проигнорируют – 46%. Зададут вопросы автору, почему он поделился этим/пишет так – 17%. Оставят негативную реакцию – 13% и напишут осуждающий комментарий тоже 10%.

Примечательно, что, в отличие от реакций на критику своей религии, в отношении критики другой религии или ее представителя абсолютное большинство в Таджикистане остаются безразличными (52%). Вместе с тем лишь 13% респондентов зададут вопрос автору, чтобы узнать причину, почему он так пишет, и оставят негативную реакцию. Опрошенные из Узбекистана проигнорируют, как и в предыдущих странах – 68%. Зададут вопросы автору, почему он поделился этим/пишет так – 18 и оставят негативную реакцию – 12%.

Данные результаты говорят о том, что наиболее уязвимой группой молодежи ЦА являются в среднем 16% молодежи, готовые активно отстаивать свою религию. Эти люди потенциально легче вовлекаются в дискуссии на религиозные темы,

порой в радикальной их интерпретации. Этой увлеченностью и готовностью дискутировать пользуются пропагандисты НЭ идеологий для дальнейшей индоктринации. В нарративах НЭ как раз в образе героя и врага и реализуется потребность в защите собственной религии от нападок и критики.

Анализ ценностей показывает, что радикальные идеи и послания могут стать созвучными 16% молодежи.

Представления об успешности

Аналогично результатам анализа личностных ценностей и политико-идеологических установок, в процессе анализа представлений об успешности приоритетными оказались личностные, семейные и религиозные показатели (Таблица 8).

Таблица 9. Представления молодежи об успешности

	● Казахстан	● Таджикистан	● Кыргызстан	● Узбекистан
Прочное финансовое положение для себя	40%	45%	40%	18%
Прочное финансовое положение для близких	45%	45,9%	45%	25%
Личностное саморазвитие	39%	18%	39%	16%
Создание собственной семьи	32%	38%	32%	33%
Служение Богу / Господу / Творцу	18%	32%	17%	31%

Свидетельство того, что человек верит в Бога, является важным показателем успешности для молодежи Центральной Азии.

Большинство респондентов в Казахстане и Таджикистане имеют схожие стремления в жизни. Для них важно наличие прочного финансового положения для себя (40%) и близких (45%). В то же время опрошенные в Кыргызстане имеют другое приоритетное стремление, такое как личностное саморазвитие – 16%, а в Узбекистане приоритетом является создание собственной семьи – 33%.

Вторым приоритетным стремлением для представителей Казахстана является личностное саморазвитие (40%) и создание собственной семьи (32%). В то же время респонденты из Кыргызстана и Таджикистана выбрали идентичные стремления и создание собственной семьи (15%). В

сравнении с опрошенными из Узбекистана, которые выбрали служение Богу (40%), молодежь из Кыргызстана и Таджикистана отдает только третий приоритет этому вопросу. У респондентов из Казахстана создание семьи занимает лишь четвертое место и является не столь приоритетным стремлением в жизни.

Финансовые трудности являются универсальным доминирующим фактором, который может помешать реализации планов. Мнения распределились следующим образом: в Казахстане – 50%, Кыргызстане – 25%, Узбекистане – 36% и Таджикистане – 47% респондентов придерживаются такого мнения. Примечательно, что в Узбекистане 22% респондентов ответили, что не знают, что мешает им реализовывать свои планы и амбиции.

Также неуверенность в себе была выявлена в качестве препятствия к реализации планов во всех четырех странах.

Респонденты во всех странах единогласно считают доминирующим фактором успешности наличие счастливой семьи. Этот вариант ответа выбрали более 61% опрошенных из Казахстана, 24% - из Кыргызстана, 36% - из Таджикистана и 54% - из Узбекистана.

На втором месте для респондентов из Казахстана, Кыргызстана и Таджикистана – любимая работа. В то же время для Узбекистана на втором месте находится благочестие. Для 30% опрошенных из Казахстана - уверенность в себе и наличие друзей также являются важными составляющими счастливой и успешной жизни, что также приемлемо и для Кыргызстана (11%), а для Таджикистана – это круг друзей (16%), в то время как для Узбекистана – это любимая работа (14%). Другие факторы, такие как честность, дисциплина, отдых, оказались менее популярными ответами для всех стран.

По этим результатам можно сделать вывод, что для всех респондентов признаками успешности являются финансовая стабильность и независимость, создание собственной семьи, личностное саморазвитие и служение Богу. Наименее приоритетными признаками успешности является стремление к известности, одобрению окружающих и получение удовольствия в жизни.

Таким образом, «неуспешные» люди (отсутствие финансовой стабильности, работы, недовольство собой) ищут способы и возможности для реализации этих желаний. Именно эти потребности используют радикальные пропагандисты, так как предлагают альтернативный и четко реализуемый метод их достижения; при справедливом исламском государстве достижимо финансовое благополучие, семья, и конечно, служение Богу.

Наличие собственной счастливой семьи является универсальным показателем успешности во всех странах.

Триггеры эмоционального состояния и доверия окружению

Финансовая стабильность, покой и наличие любимого человека гарантируют ощущение счастья молодым людям Казахстана, Кыргызстана и Таджикистана.

Большее половины опрошенных в Казахстане (58%) отметили, что достижение значимых целей является одним из решающих факторов, способных сделать человека счастливым. Примерно 50% представителей молодежи также выбрали наличие любимого человека и состояние покоя. Материальная обеспеченность являлась четвертой характеристикой счастливого человека, тогда как семья и благополучие близких относились к наименее важным факторам в ответах респондентов из Казахстана.

Кейс Кыргызстана схож с Казахстаном: уровень счастья здесь определяется достижением значимых целей – 31%, отсутствием тревоги – 30%, наличием любви и любимого человека – 25% и материальной обеспеченностью – 12%.

В Таджикистане существенная часть респондентов (32%) отметили достижение значимых целей как ключевой фактор, позволяющий им чувствовать себя счастливым. Вместе с тем, выбором каждого пятого и четвертого опрошенного стали материальная обеспеченность, любовь и спокойствие, соответственно.

Примечательные данные выявлены в Узбекистане, где уровень счастья респондентов определяется отсутствием тревоги – 66%, наличием любви и любимого человека – 25%, в то время как достижение значимых целей занимает третье место и материальная обеспеченность – четвертое.

По данным опроса, факторами, которые наиболее положительно влияют на самочувствие опрошенных в Казахстане, являются спокойствие (45%), наличие денег (43%) и любимый человек (40%). В Кыргызстане большинство опрошиваемых указали те же причины: спокойствие – 23%, любовь – 20%, материальное благосостояние – 13%. Данные из Таджикистана также схожи с данными из вышеупомянутых стран, поэтому причинами для хорошего самочувствия респондентов из Таджикистана также являются спокойствие и отсутствие тревоги (26%), и наличие денег (23%). Таджикистанцы меньше подвержены влиянию чувства любви (15%).

В Узбекистане большинство опрошиваемых отметили спокойствие – 34%, любовь – 25%, юмор – 23%, а материальное благосостояние занимает четвертое место (17%). Однако стоит отметить, что семья является наименее популярным выбором среди опрошенных во всех странах.

Триггеры, что вызывают отрицательные эмоции у респондентов почти во всех странах, ассоциируются с насилием, конфликтом, несправедливостью и отсутствием финансов.

Примерно у 55% опрошенных в Казахстане насилие и несправедливость в стране вызывают наиболее негативные эмоции. Также опрошенные отметили, что конфликты с другими людьми (33%) и финансовые трудности (26%) также отрицательно сказываются на их самочувствии.

Большинство опрошиваемых в Кыргызстане в качестве факторов, вызывающих негативные эмоции, указали несправедливость в стране – 27%, конфликты с людьми – 21%, насилие в своем окружении – 18%.

Более четверти респондентов в Таджикистане отметили отсутствие денег как главный фактор, вызывающий отрицательные эмоции. Практически на одном уровне расположились варианты ответов с насилием в окружении респондента (20%), плохой погодой (18%), конфликтами с людьми (16%) и несправедливостью в стране (16%).

Большинство опрошиваемых в Узбекистане также указали отсутствие денег – 30%, насилие в окружении – 29%. Конфликты вызывают отрицательные эмоции у 22% респондентов, несправедливость в стране – у 21%.

Триггеры отрицательных эмоций (несправедливость, насилие, конфликты, отсутствие финансов) также легко читаются пропагандистами и являются ключевыми в нарративах НЭ, как уже указывалось в первой главе. Отметим, что большинство экстремистских сообщений воздействуют на эмоции потребителя контента, нежели на его рациональную оценку.

Несправедливость, являющийся мета-нарративом всех насильственных экстремистских групп, в местных НЭ нарративах использует различные актуальные социально-политические поводы. Именно несправедливость, как показало полевое исследование, является эмоциональным триггером, на который молодежь остро реагирует, соответственно НЭ нарратив созвучен испытываемым эмоциям молодежи.

Как показывают данные, безусловно, для всех респондентов из Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана и Таджикистана самыми авторитетными людьми при принятии решения являются родители. Респонденты в Кыргызстане (22%) и Казахстане (56%) чаще прислушиваются к собственному мнению, в то время как респонденты в Таджикистане (18%) и Узбекистане (24%) чаще прислушиваются к супругам при принятии решений.

Данный авторитет родителей является удерживающим от радикализации фактором, который максимально эффективно может быть использован в программах по ПНЭ. Не случайно, в ряде НЭ контента встречаются сообщения, нацеленные на разрыв детско-родительских связей. Данный вопрос обсуждается в контексте темы 'нужно ли разрешение родителей на совершение хиджры или джихада' (см. Глава 1).

Собственное мнение и мнение супруги/а также может выступить в качестве «якоря» в работе по ПНЭ. Однако, следует учесть неоднозначный характер этих факторов: приоритет собственного мнения может удерживать от внешнего манипулирования, и в то же время оно не позволяет критично и с доверием воспринимать адекватные советы окружающих. Так и мнение супруги/а может иметь негативно решающий характер, если один из партнеров является носителем радикальной идеологии.

Выводы по главе

Исходя из полученных данных, можно сделать выводы о том, что радикальные проповедники имеют достаточно широкую аудиторию для распространения своих сообщений и вербовки среди меньшинства, у которого ярко выражено чувство несправедливости и небезопасности, по сравнению с большинством.

Особое внимание необходимо уделить молодым людям в возрасте от 18 до 21 года, независимо от пола и места проживания, в связи с высоким уровнем уязвимости и неопределенности ценностных ориентаций. В группу риска входят молодые люди с низким уровнем образования, так как люди со средним образованием больше склонны доверять старшим, особенно в случае, если их родители или родные сами пропагандируют подобные идеи или демонстрируют высокий уровень толерантности к ним.

Молодые люди старше 22 лет также могут представлять определенный интерес для пропагандистов насильственного экстремизма в силу того, что они уже достигли определенного уровня финансовой независимости и могут оказать финансовую поддержку реализации идей радикалов.

Прослеживается четкая корреляция между ценностями и установками молодежи и сообщениями протагонистов НЭ и их последователей, видна специфика региона и страны. Значительное количество сообщений, идей и нарративов, выявленное в первой главе, направлено на то, чтобы вызвать чувство сострадания, побудить к защите ближнего путем поддержки идей НЭ, а также отказаться от личного блага в пользу группового путем поддержки радикальных групп.

В целом, анализ целевой аудитории и ее ценностных установок в корреляции с сообщениями НЭ свидетельствует о том, что радикальные коммуникационные стратегии четко направлены на недовольное меньшинство, которое способно на них отреагировать, и не затрагивают умеренное большинство.

При том, что вера в бога является универсальной ценностью, у радикальных групп отсутствует необходимость в формировании первичного информационного поля для своих идей, потому что как меньшинство, так и большинство самостоятельно подготовят себя для понимания всех видов сообщений.

Результаты корреляционного анализа радикальных сообщений, ценностей и убеждений молодежи показали, что государственный, общественный и медиа-сектор могут противодействовать следующим тезисам:

- о том, что светское государство – «территорией гнета» для мусульман;
- с тезисами, подкрепляющими теории заговора;
- с ксенофобскими тезисами и трансляцией ксенофобских убеждений.

Органам государственной власти, общественному сектору и медиа необходимо дать информационные площадки:

- предлагающие иные формы идентичности;
- площадки для реализации потребности помогать ближним;
- а также контролируемые площадки, на которых обсуждаются бытовые вопросы и пути выхода из сложных жизненных ситуаций.

Глава

4

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДЛЯ СТРАТЕГИЙ РЕАГИРОВАНИЯ НА РАДИКАЛЬНЫЕ НАРРАТИВЫ В РАЗЛИЧНЫХ ВИДАХ МЕДИА



Разработка эффективных коммуникационных стратегий напрямую зависит от понимания концептуальных основ радикальной пропаганды и методов последующей вербовки сторонников. Коммуникационные стратегии являются «живым» инструментом, который может быстро изменяться, исходя из состояния информационного поля и наличия контента, на который необходимо срочно реагировать. В этом смысле, данная глава может стать относительно долгосрочной константой, отправной точкой для последующей коммуникационной работы.

1. Определение и оценка взглядов, понятий, идей, ценностей и контента, распространяемых запрещенными экстремистскими организациями в интернете и получающих наибольший отклик молодежи в странах Центральной Азии;
2. Анализ источников распространения и язык радикальной идеологии на местном уровне: контент на местных языках (таджикском, узбекском, кыргызском, казахском, русском) и контент, размещенный и распространяемый в социальных сетях и мессенджерах на внешнем глобальном уровне. Изучение коммуникационных концепций радикальных групп, в т.ч. каналов связи и приложений для обмена мгновенными сообщениями, направленные на аудиторию стран Центральной Азии;
3. Анализ языка вражды и ненависти, распространяемых радикальными группами. Роль языка вражды и ненависти в радикализации молодежи в странах Центральной Азии;
4. Анализ вовлечения молодежи в полемику и обсуждения призывов запрещенных радикальных групп в социальных сетях, мессенджерах и приложениях для обмена мгновенными сообщениями. Какие вопросы задают и какие вопросы обсуждают.

Способы медиа-пропаганды и манипуляций

На основе изученных материалов и данных опросов мы можем выделить следующие особенности коммуникаций религиозных радикалов:

а) широкая пропаганда и предварительный отбор потенциальных членов и активистов радикальных групп в социальных сетях – здесь упор делается на видеохостинги, в первую очередь, YouTube, распространение видеоматериалов, а также открытые чаты, частные и тематические блоги, каналы и вебсайты, посвященные религиозным и теологическим проблемам;

б) использование закрытых тематических групп, чатов и мессенджеров радикальными группами для дальнейшей индоктринации (вербовки), связи со своими сторонниками, координации действий внутри организации. Как описано в главе 2, платформами для таких коммуникаций чаще выступают Telegram и «Одноклассники», а также некоторые мессенджеры⁷⁴. Данные платформы используются уже для завершающей стадии вербовки, то есть для обработки и введения в структуру организации уже заранее отобранных и проверенных кандидатов. Такие платформы, как Facebook, не говоря уже о различного рода мессенджерах, не считаются достаточно надежными и поэтому не используются непосредственно для вербовки;

⁷⁴ Wickr.me.

в) сохранение анонимности и вопросы безопасности для предотвращения контроля со стороны администрации онлайн-платформ и контролирующих органов (спецслужб), для чего применяются следующие подходы:

- нейтральные заголовки и тематика, которые затрудняют идентификацию радикального контента;
- пропаганда своих идей через «каналы-попутчики», религиозные каналы умеренных исламистов и независимые частные блоги. Как правило, пропагандисты радикальных групп распространяют свои идеи через нейтральные каналы, размещая комментарии под публикуемыми материалами, навязывая свой подход и видение проблем, активно участвуя в обсуждениях и чатах. Таким образом определяются потенциальные кандидаты для вербовки, которые затем приглашаются в закрытые группы и чаты для дальнейшего рекрутинга;
- оперативное закрытие каналов, переход на альтернативные платформы. В случае блокировки каналов со стороны платформ или контролирующих органов радикальные группы быстро открывают новые группы и чаты под другим названием и именами;
- использование более чем одной платформы для размещения материала.

Исходя из результатов кабинетного анализа, контент-анализа и полевого исследования, описанных в предыдущих главах, можно констатировать, что проповедники радикального ислама достаточно точно и своевременно реагируют на состояние потенциальной аудитории, ее ценности и установки (например, отзывчивость на призывы о помощи, потребность в самоопределении в качестве религиозного человека и др.), общественно-политические события (критика светской государственной власти, подведение доказательной базы под тезис о том, что светская власть угнетает мусульман), социальные конфликты (использование противостояния этнических групп в регионе в качестве аргумента для подтверждения своих тезисов). Таким образом, мы имеем дело с попыткой систематизации и инструментализации пропаганды НЭ, основанной:

- 1) На активном использовании возможностей интернета и веб-приложений.
- 2) На внимательном изучении слабостей официальной пропаганды, предпочитающей стандартный язык и не способной удержать внимание социально активных слушателей.
- 3) На использовании всех способов поднятия собственного рейтинга. Например, антирекламы террористов, которую так усиленно, но однообразно и формальным языком продвигают официальные средства контрпропаганды или находящиеся под их влиянием СМИ.

В целом, основным результатом пропагандистской активности протагонистов радикального ислама из ЦА (в том числе и джихадистов) за последние 7-8 лет стало формирование автономного информационного пространства, в котором сложились свои способы пропаганды, уникальные стратегии коммуникаций и контроля над аудиторией, способов доставки информации, а также налажены многосторонние чаты и диалоговые площадки.

Ценностно-психологические основы пропаганды насильственного экстремизма

Для анализа ценностно-психологических основ пропаганды насильственного экстремизма необходимо определить, какие радикальные нарративы представляются стратегическими и каким образом они влияют на потребителей пропаганды. В рамках проведения литературного обзора было определено, что Дено и Гомез-Перез⁷⁵ (2019), рассматривая стратегические радикальные нарративы, выделяют три основные подгруппы:

- **продвижение групповой идентичности:** здесь используются любые нарративы, которые продвигают радикальную группу, распространяющую данное сообщение, например, образа победителя, социальные аспекты (проблемы) группы, приключения и, в целом, продвигают идеологию группы (или относящуюся к группе);
- **дискредитация других групп:** используются любые нарративы, дискредитирующие другие группы. Обычно враг подвергается атаке, хотя аналогичные, но конкурирующие группы часто также дискредитируются;
- **сеяние раздора между группами:** в результате «дискуссии» разногласия между группами усиливаются;
- **моральное обязательство:** в ходу нарративы, которые основываются на социальных и культурных нормах, чтобы оправдать определенный тип действия.

Работы, проведенные в рамках данного исследования, полностью подтверждают наличие всех четырех подгрупп стратегических радикальных нарративов в информационном пространстве центральноазиатского региона. К примеру, продвижение групповой идентичности происходит посредством разъяснения правил поведения мусульманина, системы ценностей религиозного человека, его манеры поведения и социальных реакций (как относиться к семье, соседям, обществу и т. д.). Также, в рамках данного нарратива, формируется образ победителя, продвигается героика «воинов ислама» (более в невербальной форме, посредством соответствующего визуального ряда).

Дискредитация других групп выражена в форме разъяснения неправильности действий неверующих, светской государственной власти, представителей этнических меньшинств и других групп, противодействие которым может стать привлекательным для проповедников радикального ислама, в зависимости от текущей ситуации. Эти же тезисы используются для сеяния вражды и раздора между группами.

Сильным аспектом радикальной пропаганды является формирование морального обязательства. Этим моральным обязательством является активное участие и помощь единоверцам, в форме личного участия, финансовой помощи или распространения соответствующих идей.

Необходимо признать, что все сообщения, выявленные в рамках изучения существующих нарративов, имеют отклик среди молодежи региона, так как разделяют ценность быть религиозным человеком, поддерживают ксенофобские настроения и желание отстраниться от иного, а также продвигают конкретные призы-

⁷⁵ Denaux Ronald, et.al, Textual Analysis for Radicalisation Narratives aligned with Social Sciences Perspectives (2015).

вы и механизмы помощи ближнему, что является одной из наиболее сильных ценностей. Необходимо также упомянуть косвенную связь между ценностями семьи, финансового благополучия и стабильности и критикой светской власти. Зачастую неурядицы в семье, вызванные материальными вопросами, трансформируются в недовольство существующим государственным устройством и усиливают ощущение социальной несправедливости.

Следует отметить, что предмет обсуждения в каждой стране всегда соответствует проблемным ситуациям внутри самой страны. Обсуждаемые темы, при наличии страновой специфики, обладают схожими чертами транслируемых нарративов пропагандистов:

1. Формирование образа врага.

В этот блок входят сообщения о возможных объективных и субъективных ограничениях и запретах, с которыми сталкиваются мусульмане. Идет четкое разделение мира на «Мы» и «Они». Мы – это мусульмане, которые ведут себя правильно, в соответствии с нормами Корана. Они – это представители власти, других религиозных течений, групп и др. Для того, чтобы подчеркнуть инаковость, для отдельных противопоставленных групп предлагаются оскорбляющие и унижающие эпитеты, как например, слуги тиранов, кафиры, муртады, враги Аллаха, тагуты и др. В этот же блок входит противопоставление между религией, светским государством и светскими традициями, что наиболее четко выражено при обсуждении чуждых исламу праздников, а также неблагоприятного влияния культуры светского общества, что подтверждается результатами опроса молодежи и их отношением к западной культуре, светским традициям и др.

В некоторых странах на первый план выходит противопоставление религии и этноса. Наблюдаются два направления этого противостояния: во-первых, это дискуссия о том, может ли представитель определенного этноса (казах, кыргыз, таджик и т.д.) не быть мусульманином, а во-вторых, это направленная вражда против конкретного этноса, государства (антииранские, антикитайские или антироссийские настроения).

2. Формирование образа героя.

Образ героя основывается на эмоциональных призывах, на признании сакральности ислама, джихада и защиты веры. В редких случаях – это образ мученика, обоснование последующей награды и обоснование «священной миссии моджахеда», «рая в наследство»⁷⁶. Образ героя формируется под названием «истинный/праведный мусульманин». Истинный мусульманин – это:

- тот, кто оказывает обязательную помощь братьям и сестрам по вере;
- тот, кто воюет против тагутов, кто ненавидит их, кто указывает на их ошибки – муджахид;
- стойкий человек, значимость этого качества видна из множества сообщений, указанных выше, и дополнительно как пример можно указать видеоконтент с названием «Кузница мужчин»⁷⁷.

⁷⁶ <https://muhafeer.com/watch/1wFdZV2ByQX7huv>.

⁷⁷ <https://muhafeer.com/>.

Таким образом, данный образ героя легко сопоставить в сформированном образом успешного и счастливого человека, выявленного в процессе полевого исследования.

3. Указания на правильные действия:

- построение исламского государства, основанного на законах шариата, является единственно верным, ведь «ислам – это истина, а все остальное – это ложь и несправедливость»;
- не иметь никаких точек соприкосновений с демократическими партиями, созданными кафирами;
- единственный путь является путь ислама, только придерживаясь этого пути, мусульмане избавятся от проблем и исправят ошибки;
- мусульманин обязан защищать свою религию⁷⁸, стремиться к единству и др.

При сопоставлении отслеженного контента с ценностями Шварца⁷⁹ (самостоятельность; стимуляция; гедонизм; достижение; власть; безопасность; конформность; традиция; благожелательность; универсализм) можно отметить воздействие нарративов на следующие ценности:

- благожелательность (значимость благополучия людей, с которыми человек находится в контакте) – выражена в нарративах, в которых четко указывается, кто из окружения человека является и должен быть для него близким (мусульмане), и кто не должен быть близким – «слуги тиранов», «кафиры», «муртады», «враги Аллаха», «тагуты», «иранцы», «китайцы» и т.д.;
- универсализм (значимость понимания, благодарность, терпимость и поддержание благополучия всех людей и природы) – в экстремистских нарративах данная ценность отвергается, опровергается, так как толерантность, понимание ведет к адекватной смешанной идентичности, где жители стран идентифицируют себя с мусульманами и сочетают это с национальными обычаями или с вполне светскими ценностями;
- власть как ценность (стремление к достойной жизни, желание подняться выше среднего уровня, материальное благополучие, достижение деловой карьеры, получение образования) – в экстремистских нарративах идут четкие указания, как легко получить данную власть в ходе джихада или построения праведного исламского государства.

Данные, полученные в ходе проведения настоящего исследования, свидетельствуют о справедливости данных оценок относительно изучаемого региона. Можно констатировать, что данные стратегии и контент НЭ привлекает молодежь, в силу универсальности транслируемых ценностей и чувствительности аудитории к данным сообщениям, о чем свидетельствуют репосты и постоянное воспроизведение данного контента.

Возможные задачи для медиастратегий институтов государственной власти, местного самоуправления, общественных организаций и медиа

Противодействие распространению радикального контента и вовлечению значительного числа молодых людей в его потребление, распространению и по-

⁷⁸ Например, видеоконтент «Разбей носы тиранам» <https://muhajeer.com/watch/KeuLIV3Sh1Wrset>.

⁷⁹ <http://dip-psi.ru/psikhologicheskije-testy/post/metodika-sh-shvartsa-po-izucheniyu-tsennostnykh-oriyentatsiy>.

пулярности радикальных идей - сложная задача, требующая системного и деликатного подхода со стороны институтов государственной власти, местного самоуправления, общественных организаций и медиа.

Концептуальными задачами таких медиастратегий могут стать:

- создание и продвижение альтернативных нарративов среди уязвимых к радикализации групп населения;
- усиление системы сотрудничества местных и глобальных стейкхолдеров;
- повышение уровня медиаграмотности и критического мышления у целевой аудитории;
- развитие сообществ и укрепление групповой идентичности у целевой аудитории на основе гуманитарных ценностей;
- снижение уровня разобщенности по национальному, религиозному, этническому признаку благодаря развитию альтернативных факторов усиления внутренних связей среди групп целевой аудитории;
- популяризация гуманитарных ценностей и культуры;
- продвижение социальных и культурных ценностей для системного формирования личностной идентичности у целевой аудитории;
- развитие семейных ценностей и укрепление внутрисемейных связей.

Принятие такого блока задач может способствовать созданию эффективных стратегий, действенность которых обеспечена чувствительностью стейкхолдеров к состоянию информационного поля и потребностям аудитории, а также к ее ценностным ориентирам и установкам, выявленным в данном исследовании. Создание альтернативных нарративов позволит ослабить привлекательность радикальных призывов, так как компенсирует существующие потребности в самоидентификации, самореализации, успешности и взаимопомощи, которые исходят из изучения ценностей молодежи Центральной Азии.

Предлагаемые медиастратегии должны напрямую затрагивать ценности, основанные на профессиональном развитии и образовании, отношении с близкими и семьей, стабильности и экономике.

Исходя из особенностей потребления контента целевой аудиторией, предпочтителен интерактивный видеоконтент с сильным и привлекательным визуальным рядом.

Органы местного самоуправления и органы государственной власти на уровне областей и районов могут использовать собственные страницы в социальных сетях для продвижения местного альтернативного контента, сообщений и идей. Эта мера может заполнить определенный информационный вакуум в их деятельности и обеспечить ощущение вовлеченности целевой аудитории в деятельность власти. Ощущение вовлеченности, в свою очередь, является существенным противовесом ощущению ненужности государству, брошенности и изоляции. А уверенность в заботе и открытости органов власти, в свою очередь, является сильным противопоставлением тезису о том, что светское государство – плохое место для мусульман, в котором они встречают несправедливое отношение и являются угнетаемыми.

Такая стратегия может стать одним из многочисленных доступных инструментов перехода от контрнарративов к альтернативным нарративам, поддержива-

ющим иное мировоззрение, свободное от радикального интерпретирования религии. Ведущую роль в реализации данной концепции может принять любой из четырех стейкхолдеров, но предпочтительно, если созданием альтернативных нарративов займутся органы местного самоуправления и медиа (включая национальные и региональные СМИ), так как органы государственной власти и институты гражданского общества достаточно сильно дискредитированы как в общем информационном пространстве, так и в специфическом информационном поле, которым владеют проповедники насильственного экстремизма.

Существенным аспектом в реализации эффективных медиастратегий является координация действий участников. Исходя из мирового опыта, наиболее предпочтительным механизмом является создание коммуникационных координационных площадок, на которых все участники процесса имеют равные права и обсуждают действия с высоты собственных компетенций. Также вопросом, который необходимо решить участникам возможной координационной площадки, является процесс мониторинга контента и механизма реагирования на срочные вызовы.

Выводы по главе

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что концептуальные стратегии пропагандистов насильственного экстремизма имеют систематический, продуманный характер и не являются случайной реакцией на существующие вызовы. Свидетельства о том, что радикальные пропагандисты отслеживают формальное информационное поле и опережают его при помощи контраргументов, показывает, что национальные и региональные средства массовой информации с их подходами, политиками и принципами не могут быть основными игроками в реализации стратегий контрпропаганды. Поэтому их роль, скорее, в создании фонового позитивного информационного пространства, разоблачении теорий заговора и борьбе за аудиторию, которая должна воспринимать их как мерило достоверности.

Усиление представленности локальных медиа в социальных сетях может существенно абсорбировать целевую аудиторию, потенциально подверженную идеям радикальных проповедников. Обсуждение местных новостей и потребление местного развлекательного и образовательного контента может переключить внимание потенциальных потребителей радикального контента.

Анализ технологий вербовки и ценностно-психологических основ радикальной пропаганды, усиление коммуникационных стратегий органов местного самоуправления и общественных организаций, оказывающих разносторонние услуги населению (включая защиту прав и психологическую помощь), может составить надежные основания для информационного противовеса пропагандистам радикального контента и значительно снизить количество потенциально вовлеченных потребителей. Коммуникативные стратегии, разработанные на результатах анализа и учитывающих ценностные ориентиры и предпочтения современной молодежи региона, позволят достичь большего отклика от целевой аудитории.

Предпочтительными концепциями реагирования на радикальный контент являются как стратегии контрнарративов, так и стратегии создания альтернативных нарративов, усиление роли органов местного самоуправления в создании альтернативных нарративов, а также усиление роли традиционных медиа в

создании альтернативного интерактивного контента для целевой аудитории. Концепции контрпропаганды должны реализовываться на основе открытого, равноправного сотрудничества всех стейкхолдеров с четким механизмом взаимодействия.

Заключение

Как показало исследование, нарративы НЭ, видео и аудиоролики с актуальными или описывающими события 5-летней или даже 10-летней давности, продолжают циркулировать и получать отклик в период, охваченный мониторингом (2019-2020 годы)⁸⁰. Часть исследованных каналов (аккаунтов) создавалась непосредственно для продвижения радикальных и насильственных нарративов, была не активна (новых постов нет), но при этом наблюдались репосты уже имеющихся сообщений. Это демонстрировало их универсальность и актуальность вне зависимости от ситуации и места и подтверждает идею Кристины Аркетти, что нарратив – это не просто история, это история, которую постоянно пересказывают⁸¹. Причина, по которой она продолжает существовать, заключается в том, что оно постоянно пересказывается и переиздается (преимущественно с помощью репостов) более широкой аудиторией.

Кроме того, контент-анализ выявил доминирование уже ранее имеющихся нарративов: о помощи угнетенным мусульманам, совершении хиджры, долга перед уммой, утопичных идей о построении халифата, критики светского демократического государства, противопоставления национальной и религиозной идентичности и многого другого. Даже новый повод в 2020 году – пандемия Covid 19 – также были истолкованы в уже известных формах неизбежного наказания божьего, или «мести Всевышнего» за попытки государств «неверных» воспрепятствовать мусульманам исполнять свои религиозные обязанности.

Предложенная в исследовании гипотеза нашла свое подтверждение в части взаимосвязи транслируемых НЭ ценностей и ценностных ориентиров конкретной аудитории потребления – молодежи. Результаты контент-анализа социальных сетей, закрытых групп на наличие языка вражды, пропаганды НЭ идеологии и выделение ценностей современной молодежи ЦА посредством анкетирования позволили сформулировать ориентиры, находящие отклик и поддержку молодежи. Несмотря на то, что в каждой стране существуют свои специфичные темы, которые раскрываются в нарративах насильственного экстремизма, имеют место общие механизмы срабатывания и привлечения внимания целевой аудитории.

Изученные нарративы можно сгруппировать так: различные повествования, содержащие враждебное противопоставление «мы-они», нарративы, формирующие «образ героя», предписания по этике поведения «истинного мусульманина». Первая тема построена на формировании групповой идентичности, на риторике образа врага, разведении религиозного и этнического самосознания, гомофилии и др. Образ героя – моджахеда, правоверного и т.п., как наиболее типичный

⁸⁰ Отметим, что в рамках контент-анализа наиболее информативными были сообщения с наибольшим количеством репостов, и при переходе от ссылки к ссылке была возможность изучить более закрытые группы и радикальный контент.

⁸¹ Archetti, C. (2017) "Narrative Wars: Understanding Terrorism in the Era of Global Interconnectedness," in A. Miskimmon, B. O'Loughlin, and L. Roselle (eds) *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations* (Ann Arbor: University of Michigan Press), pp. 218-245. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/321921269_Narrative_wars_Understanding_terrorism_in_the_era_of_global_interconnectedness.

архетип, содержится практически во всех каналах, систематически продвигающих насильственный контент. Простые и ясно предписанные формы поведения дают представление о том, каким должен быть истинный правоверный мусульманин: как должен выглядеть, вести себя и реагировать в конкретных ситуациях на разные события и что не должен делать никогда.

Эти нарративы объединяются в четыре доминирующие ценностные ориентации, по-разному раскрывающиеся в экстремистском контенте, но актуальные для молодежи всех стран ЦА: благожелательность, самостоятельность, универсальность и гедонизм. Так как данные нарративы являются универсальными и базовыми для всех слоев общества, они могут стать эффективной идейной основой для формирования и реализации коммуникативных стратегий по предотвращению распространения и популяризации насильственных экстремистских нарративов.

Результаты исследования и учет корреляции ценностных ориентиров, транслируемых НЭ группами и тех ценностей, которым следует современная молодежь региона, легли в основу страновых коммуникационных стратегий, разработанных командой медиа-экспертов проекта (см. Приложение 3). В каждой стратегии имеются рекомендации для проведения коммуникационных кампаний средствами массовой информации, неправительственными организациями, государственными органами и религиозными лидерами с целью предотвращения насильственного экстремизма среди населения региона (с акцентом на молодежь). Со стратегиями можно ознакомиться на сайте Центра религиозоведческих исследований (www.rcrskg.org) и «Интерньюс» (www.internews.org).

Вопросы для дальнейшего обсуждения

Далее предлагается попытка осмысления проделанного анализа в контексте наиболее распространенных теорий об общих причинах радикализации части молодежи в странах Центральной Азии и их рефлексии в государственных подходах по противодействию экстремизму и терроризму. Данный вопрос не входил в непосредственные задачи исследования, однако заслуживает отдельного внимания, так как ставит под сомнение существующие подходы государств Центральной Азии по ПНЭ.

Понятие «радикализм» и «экстремизм» в последние годы – самые распространенные термины в объяснении политического насилия или военных конфликтов. Эксперты, исследователи и, тем более, политики или юристы не пришли к единому мнению по поводу самих терминов, равно как и о создателях и носителях этой идеологии, тем более, если она относится к религиозно мотивированным⁸². Однако очевидно, что чаще всего термин и его производные относятся к «исламским радикалам» (при всей спорности этого обозначения).

В многочисленных попытках объяснить феномен «радикализации по религиозным мотивам» и выявить глубинные причины его появления и перманентной регенерации, эксперты обычно совмещают психологическую, экономическую, социальную, религиозную и даже политическую составляющую самого явления.

⁸² Севилия Серрано. Конструирование понятия «радикализация» и его последствия для управления исламом во Франции. Религии и радикализм в постсекулярном мире. / С. Амгар, А. М. Ахунов, И. Л. Бабиц и др. Под ред. Е. И. Филипповой и Ж. Радвани. — М.: Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН, Горячая линия — Телеком, 2017. Сс. 218-222.

В то же время, в число причин радикализации (особенно молодежи) почти во всех странах ЦА включен еще один фактор – «религиозная безграмотность», либо, в более мягкой форме – «неосведомленность в вопросах религии». Это приводит к использованию значительных административных, материальных (финансовых) и интеллектуальных ресурсов, созданию различных центров, курсов и «академий», призванных изучать и распространять «толерантные формы ислама». Однако при отсутствии специалистов и долгосрочных стратегий такого рода «центры» становятся стимуляторами исламизации, формы которой государства регулировать не в состоянии. Более того, подобные «мероприятия» приводят не к искоренению фундаментальных причин радикализации, но, скорее, стимулируют политизацию ислама и как следствие – исламизации политики.

За лояльность к «классу исламских богословов» государства ожидают ответной лояльности, активного «противодействия» идеологии радикализма и опровержений в адрес зарубежных пропагандистов НЭ. На сегодня существуют ряд фетв, «раддия/опровержений», составленных мусульманскими богословами мира и направленных против «радикального ислама». Они опубликованы и в интернет-ресурсах, хотя вопрос их эффективности все еще остается открытым. Если исходить из результатов исследования, число «опровержений на опровержения», публикуемых сторонниками идеологий НЭ, растет в такой же прогрессии.

Говоря об относительной популярности идеологии НЭ в Центральной Азии, очевидно, следует исходить из следующих внутренних факторов⁸³:

1. В настоящее время постсоветская исламизация общества в ЦА продолжается, в целом, в крайне консервативном (архаичном) виде, что усложняет формы адаптации к современным реалиям, в том числе и политическому устройству светского характера. Это порождает конфликты религиозно-культурного плана внутри общества, которые активно используются пропагандистами НЭ для выстраивания своей критики.

2. Сегодня уже очевидна спорность попыток создания «гражданской религии» под разными идеологическими маркерами («Просвещенный ислам», «Толерантный ислам», «Традиционный ислам», «Умеренный ислам» и т.п.). Данные проекты не могут иметь успеха, поскольку не учитывают неразделенности норм догматики в исламе, предполагающие, в частности, реализацию мега-проекта по исламизации всего мира, что воспринимается теологами как естественный процесс («озарение светом истиной веры»). Расхождения среди богословов путей и методов достижения этой цели только заметны в формах исламизации мира (джихад либо «мирная исламизация» с использованием существующих либерально-демократических или идеологических инструментов). Такого рода целеполагающие и догматические особенности ислама естественны (как для большинства монорелигий), однако, согласно нормам политкорректности, умалчиваются, а предлагаемые некоторыми богословами либеральные альтернативы по созданию форм «нео-ислама» совершенно не воспринимаются верующими. Напротив, идеологи НЭ обязательно эксплуатируют эти особенности «ислама для всего мира», имея в своем распоряжении серьезную аргументацию из священных текстов.

⁸³ Своеобразный парадокс перечисленных факторов состоит в том, что они одновременно могут служить почвой для появления радикальных форм ислама, равно как и служить ограничениями в распространении религиозно мотивированного радикализма.

3. Отсутствие в исламе церковной иерархии и, как следствие, отсутствие кодификации правовых и догматических норм приводит к доминированию индивидуальных оценок богословов любых явлений, равно как толкований догм и норм жизни. Следовательно, обсуждение любых вопросов, связанных с попытками модернизации, превращались и будут превращаться в бурные дискуссии.

Перечисленные и подобные факторы, прямо или косвенно способствующие политизации ислама, исследователи могут обозначать в разной последовательности, в зависимости от конкретных случаев, страны и даже в зависимости от предпочтений политического истеблишмента. Однако рассматривать «исламский радикализм» как прямое следствие так называемой «религиозной безграмотности» или приверженности к «неправильной форме религии» и подобных устоявшихся штампов означало бы заведомо сужать причины возникновения радикальных и террористических группировок, особенно в относительно благополучных обществах. Такого рода интерпретационные модели никак не объясняют иммунитет сотен тысяч граждан (в том числе и молодых), также находящихся в одинаковых исходных ситуациях, но не вовлекающихся в деструктивные группы. Более того, неправильная стратегия (как в случае со стимулированием «религиозной грамотности») политиков государств в религиозном поле, их излишнее внимание и вторжение в несвойственные для своего статуса сферы, порождают другие феномены, которые тоже стимулируют политизацию ислама и исламизацию политики.

Возвращаясь к вопросам радикализации, заметим, что исследователи сошлись только в одном – единых причин радикализации нет, равно как не существует единого «профиля» радикала (равно как и в крайнем проявлении – террориста), даже если для выявления «общих черт» привлечь весь известный арсенал классических социальных теорий и психоанализа.

Иными словами, речи о массовых психических патологиях и расстройствах в случае с радикалами и даже террористами быть не может, даже в случаях самоподрывов. Привлекаемые к исследованиям радикализма психологи чаще говорят об озлобленности, ощущении снижения социального статуса и тому подобных факторах структуры личности, в том числе о душевных травмах⁸⁴, которые, однако, могут быть выявлены у множества людей, в том числе и тех, которые удержались от вовлечения в сети радикалов.

Такого рода факты порождают еще больше сомнений в используемых часто объяснительных моделях, имея в виду очевидный конструктивизм множества теорий в рамках социально-экономических проблем или психологических отклонений, предлагающих рассматривать радикализм (и его крайнее проявление – терроризм) в терминах и теориях конфликтогенной социологии или патологии личности.

Новые реалии, связанные с использованием исламскими пропагандистами НЭ интернета и особенно медиаресурсов, вносят свои коррективы в качество контента и формы его распространения. Использование возможностей медиаресурсов привело к буквальному взрыву «виртуального ислама», упрощенные версии которого (часто в виде произвольного и пристрастного подбора ссылок на священные тексты или догматические произведения) помогают обосновать индивидуальную или коллективную реакцию части мусульман в радикальном виде на возникающие проблемы общества.

⁸⁴ Оливье Руа. Французские радикалы – кто они? / Религии и радикализм в постсекулярном мире. С. 263-265.

Изученный контент показывает, что пропагандисты НЭ выбрали простейший путь легитимации собственной идеологии. Он представляет собой крайне упрощенные смысловые манипуляции доступного им блока информации в виде эклектической смеси непроверенных сведений, почерпнутых из сомнительных источников кибер-пространства, либо собственных интерпретаций официальных новостных лент на широкую палитру тем. Набор используемых аргументов критики местных режимов и условий существования мусульман сводится к следующему:

- критика любых социальных, экономических или политических проблем общества в странах ЦА. Предлагаемый выход упрощен до предела: только возвращение к шариату способно решить проблемы «в корне»;
- существующие границы и таможенные ограничения между странами ЦА толкуются как признак ограничения свободы передвижения мусульман, как основание считать территорию региона как «Дар ул-зулм» (Территория гнета мусульман);
- критика существующей политической системы как чуждой исламу и навязанной «русскими» или абстрактным «Западом». Светский закон неприемлем для мусульман по умолчанию, поскольку он не шариатский;
- местные мусульмане не способны или боятся выступить против своих режимов и установить исламское государство, так как не хотят признать, что отошли от шариата;
- критика асимметрии между существующими светским правом и установками шариата, в том виде, как его понимают и толкуют идеологи НЭ. Праздники, дресс-коды (в особенности, ношение хиджаба), «светские и национальные обычаи» толкуются как навязанный мусульманам образ жизни, разрушивший шариат, мораль и возможность снискать благорасположения Аллаха;
- критика «государственных мулл», которых обвиняют в том, что они стали инструментом светского государства, которое само не способно решать религиозные проблемы.

Таким образом, набор аргументов и особенно упрощенная аргументация уязвима и открыта для критики с точки зрения как обычной логики, так и методических основ исламского права. Идеологи НЭ, по сути, превратили религию в набор произвольных догм, в уязвимости которых реципиенты исламской медиапродукции разобраться не в состоянии. При этом отсутствие религиозного образования оказывается не главной причиной чувствительности некоторых мусульман (особенно молодых) к джихадистскому дискурсу. Религиозно-идеологическое влияние пропагандистов НЭ оказывается успешным преимущественно в случаях, когда реципиент имеет слабые социальные связи, обладает неразвитым рациональным мышлением (в силу плохого или неоконченного светского образования), оказывается оторванным от влияния семьи и т.п.

Что касается основной части мусульман, редко какие позиции (из приведенных) в арсенале критики идеологов НЭ, достигают цели, по крайней мере, в среде основной части мусульман. Попытки убедить эту часть общины в том, что они не

смогут жить по существующим светским законам, пока еще не удачны, поскольку правовая, политическая и, в целом, культурная адаптация местных мусульман к существующему законодательству и светскому режиму правления – состоявшийся факт.

Хотя одновременно доминирование пропаганды (в том числе и через официальные ресурсы) мусульманской этики под маркерами «Просвещенного ислама» усиливает исламизацию уммы в консервативных формах. При этом все чаще и чаще раздаются предложения лояльных богословов заменить светские законы на шариат, или заставить чиновников «изучать ислам», чтобы остановить коррупцию. Этот путь «мирной политизации ислама» еще предстоит изучить и понять, в какой степени он может быть радикализирован, если будет иметь шансы на обретение политического статуса (например, в результате электорального перевеса сторонников исламизации власти и шариатизации законов).

Более эффективными для радикализации и вербовки оказались ролики с героизацией джихада, что вполне может соответствовать индивидуальным склонностям реципиентов. Однако и эти ролики, как сказано, действуют преимущественно на экзальтированных молодых людей, кто, скорее всего, неосознанно и без прямых религиозных мотивов находят героев для подражания.

Таким образом, можно говорить о процессе радикализации, включающем последовательные этапы, например, позитивное восприятие пропаганды и затем разрыв с привычным социальным окружением и примыкание к новой группе. Эта же категория завербованных воспринимает ярлыки новой идентичности, не столько догматические по своей сути, сколько комплиментарные и глорифицированные символы, создающие образ самоотверженного героя, «любимого воина Аллаха». Новая внушенная идентичность сформировалась, скорее всего, через ее аффективный компонент, стала формой десоциализации (отчуждения от общества и социальных сетей) и ресоциализации одновременно – в качестве полноправного члена «братства моджахедов». Их яростная непримиримость чаще всего сочетается с весьма поверхностной религиозностью.

Однако идеологи НЭ сами вполне хорошо осознают эти проблемы, упрекая моджахедов в том, что они плохо знают ту религию, за которую готовы отдать жизнь. Именно поэтому появилась целая серия «уроков» на разные темы, которые внешне отдалены от вопросов джихада и его легитимации, а связаны с нормами элементарной исламской этики. Это обстоятельство **вводит в заблуждение специалистов и экспертов**, далеких от понимания богословских вопросов, либо не знающих целиком контекстов «идеологической работы» пропагандистов НЭ, внутренней логики и последовательности всего материала. Иными словами, «нейтральность» такого рода материала рассматривается как признак «ослабления внимания на вопросах джихада». Однако и в таком материале вполне обнаруживаются вербальные «вставки», апеллирующие к «чистоте помыслов моджахедов», либо подобные месседжи, подчеркивающие исключительность и «богоизбранность» ислама, его этики и морали.

Изученный контент также показывает, что если даже какая-нибудь из стран региона объявит ислам государственной религией, критика протагонистов джихада не прекратится. Ибо их цели выходят за пределы декларируемой «победы велений Аллаха». Смысл существования носителей и протагонистов этой идеологии в тотальном отчуждении (как социальном, так и религиозном), которому в сложных столкновениях современного мира всегда будет место. Следовательно, радикальные идеологии как часть проблемы безопасности останутся перманентными, по крайней мере, в обозримом будущем. Речь должна идти о грамотной стратегии ее ограничения и максимальной локализации проблем, стимулирующих вовлечение части мусульман в сети радикалов.

В сложившихся исторических условиях единственной гарантией соблюдения комплекса прав верующих, независимо от конфессии и догматической приверженности, для стран ЦА может быть только светское государство. Оно должно соблюдать «конфессиональный нейтралитет», строить взаимоотношения с религиозными деятелями только на основе существующих законов. Не стоит пытаться конкурировать с исламистами в сфере религиозной идеологии, так как эта конкуренция обречена на провал, поскольку стороны будут говорить на разных языках и преследовать разные цели.

Таким образом, главное условие для сохранения приемлемого уровня безопасности и межконфессионального согласия и стабильности – секулярность государственного строя.

Кроме того, прежний опыт мониторинга, статистических наблюдений показывает, что рост интереса к радикальным идеологиям часто стимулируется излишним вниманием к ним (не вполне соразмерным масштабам их деятельности) со стороны СМИ, особенно независимых богословов в медиапространстве. При этом сами пропагандисты идеологии НЭ вполне осознают это обстоятельство и в своих стратегиях используют «негативную рекламу» как фактор интереса к ним.

И, наконец, при достаточно ограниченных задачах настоящего проекта, он дал серьезное основание для того, чтобы, вслед за предшествующими исследователями, вновь подтвердить вывод о том, что в числе прямых и косвенных причин радикализации в странах ЦА остаются существенные проблемы в функционировании государственно-правовых, экономических, культурных, образовательных или общественных институтов, а также других социальных и политических структур, работающих, в большей степени, на внешнюю и внутреннюю пропаганду, и пренебрегающих проблемами индивидуума.

Кабинетное исследование факторов радикализации, нарративов, каналов распространения информации и аудитории экстремистских групп

Кабинетный анализ, главным образом, проводился путем изучения доступных онлайн-публикаций по теме исследования¹. В частности, были просмотрены сайты международных и научно-исследовательских организаций, которые в последние годы реализовали проекты, так или иначе затрагивающие вопросы насильственного экстремизма и терроризма в регионе. Исходные материалы были отобраны из материалов, опубликованных с 1 января 2019 по 1 апреля 2020 года. Однако, в условиях стран, где данная сфера оказалась менее изученной (Узбекистан, Казахстан, Таджикистан, Туркменистан), а также исходя из целесообразности, в обзор включены работы, выходящие за пределы указанных временных рамок.

Материал был идентифицирован с помощью поиска по ключевым словам, подобранным на основе опыта экспертов, а также использован метод «снежного кома», т.е. отслеживание цитат в литературе, обращение к рекомендациям сайта (статьям по схожей тематике). Согласно целям, в настоящий обзор была включена любая статья, относящаяся к ПНЭ, независимо от принятого конкретного определения насильственного экстремизма. Кроме того, авторы обращались к библиотекам по противодействию насильственному экстремизму различных исследовательских институтов, таких как RAN, Hedayah, ICCT, RUSI и др.

Несмотря на общерегиональное признание актуальности проблем насильственного экстремизма – как на правительственном уровне, так и в общественном сознании – научный и общественный дискурс по данному кругу вопросов во многих странах Центральной Азии регулируется государством. В основном из-за этого количество доступных академических и экспертных исследований по проблемам насильственного экстремизма в ряде стран региона до сих пор остается относительно небольшим. В связи с чем авторами также были использованы материалы из личных архивов: например, по Туркменистану – архивы эксперта, а также открытые англоязычные публикации, доступные через поисковые системы. В силу различных политических факторов, наиболее исследованным является Кыргызстан, где в последние годы уделялось большое внимание изучению уровня угроз, определению драйверов радикализации и уязвимых групп, участию граждан в деятельности террористических групп и возможному противодействию насильственному экстремизму, а также мерам по предупреждению онлайн-пропаганды насильственного экстремизма.

¹ Использование, главным образом, онлайн-источников было продиктовано введением карантина и ограничением передвижения, связанного с распространением COVID-19, на который выпало проведение кабинетного анализа.

Кабинетное исследование включало анализ имеющихся исследований по следующим темам:

- угроза насильственного экстремизма в ЦА;
- драйверы радикализации, ведущей к насилию в ЦА;
- запрещенные экстремистские группы в ЦА;
- нарративы НЭ характера: значения, смыслы, ценности;
- авторы/аудитория отправителя и каналы коммуникации;
- обзор государственной политики стран ЦА в сфере ПНЭ;
- изучение текущего контекста (политического, экономического, культурного и т.д.);
- обзор коммуникационных стратегий и опыта по противодействию экстремизму онлайн в ЦА;
- обзор ранее проведенных исследований по ценностным ориентирам молодежи в каждой целевой стране (за исключением Туркменистана).

Драйверы радикализации, ведущей к насилию

Многочисленные исследования, посвященные пониманию причин радикализации, сходятся во мнении, что невозможно выделить единые мотивы, в каждом случае срабатывает комплекс индивидуальных факторов. USAID, в целом, выделил общие «движущие силы», или «драйверы», включающие отталкивающие (push) и притягивающие (pull) факторы². Первые подразумевают *политические* (ограничения гражданских прав, грубые нарушения прав человека, коррупцию и безнаказанность элит, слабо или нерегулируемые области, наличие локальных насильственных конфликтов, дискредитированные политические режимы со слабой или отсутствующей оппозицией); *социально-экономические* (слабое управление, неадекватное предоставление социальных услуг, социальную эксклюзивность, бедность, миграцию и др.); *идеологические* (религиозные и другие убеждения, оправдывающие применение насилия и др.). Притягивающие факторы включают появление харизматичного лидера, социальные связи, личные отношения, материальные или социальные выгоды, привлекательную идею и др. Данные факторы варьируются, в зависимости от контекста и страны.

Отсутствует единая оценка подобного разграничения: есть те, кто рассматривает ее критически, отмечая, что существующие программы не всегда точно оценивают отталкивающие и притягивающие факторы в своем контексте³ и игнорируют более широкие структурные причины НЭ⁴. RUSI предлагает использовать вместо понятия «драйверы» более точный, по их мнению, термин «факторы», так как последний предполагает наличие нескольких составляющих⁵. Исследо-

² USAID, Guide to the Drivers of Violent Extremism (2009), <http://www.usaid.gov>.

³ Peter Romaniuk, Tracey Durner, The politics of preventing violent extremism: the case of Uganda, Conflict, Security & Development, 18:2, 159-179, (2018), <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F14678802.2018.1447863>.

⁴ Larry Attree, Shouldn't YOU be countering violent extremism? Safeworld (2017), <https://saferworld-indepth.squarespace.com/shouldnt-you-be-countering-violent-extremism>.

⁵ Harriet Allan, Andrew Glazzard, Sasha Jespersen, Sneha Reddy-Tumu, Emily Winterbotham, Drivers of Violent Extremism: Hypotheses and Literature Review, RUSI (2015), https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a0899d40f0b64974000192/Drivers_of_Radicalisation_Literature_Review.pdf.

ватели предложили разделить политические, экономические, социальные, культурные и психологические факторы на три уровня. На **макроуровне** находятся ситуационные факторы, которые влияют на большое количество людей (большие сообщества или даже целые страны) и которые в модели USAID «push-pull» описываются как push factors (отталкивающие факторы). На **мезоуровне**, затрагивающем более мелкие общины и группы самосознания, преобладают социальные и культурные факторы. В модели USAID они подпадают под категорию pull factors (притягивающих). В литературе отмечается, что наиболее сильными социальными и культурными факторами являются факторы, связанные с идентичностью - религиозные, этнические или групповые. Авторы также предлагают концептуализировать меры вмешательства, исходя из данной модели: общее развитие [страны] на макроуровне, противодействие насильственному экстремизму на мезоуровне, а правоохранительные и специализированные меры вмешательства - на микроуровне.

Анализ RUSI во многом интересен тем, что на основе анализа 2008 источников, посвященных изучению драйверов НЭ, были подтверждены или опровергнуты 17 гипотез причин радикализации⁶. Так, были полностью подтверждены гипотезы, выделяющие поиск личной и групповой идентичности, религиозной и этнической идентичности⁷, неспособность правительства предоставить основные услуги (здравоохранение, образование, социальное обеспечение), отсутствие мира и безопасности, неравенство и институционализированная дискриминация. В то время как влияние экономических факторов было поставлено под сомнение, особенно если учесть, что большое количество людей, затронутых этой проблемой, не вступают в радикальные группы. Кроме того, не нашли подтверждения значимость вопроса гендера и идеалы мужественности (masculinity). Образование оказывает незначительное и/или, в значительной степени, необоснованное влияние. Имеется мало свидетельств того, что некоторые виды образования (например, религиозное) повышают риск радикализации, а исследования показывают, что проблема радикализации в медресе была значительно преувеличена⁸. Эти данные позволяют более критично подойти к трендам определения причин радикализации и соответствующей работы в сфере ПНЭ не только в мире, но и в регионе Центральной Азии, в частности, к преувеличению роли религии или религиозного образования в ПНЭ.

⁶ Достоверность гипотез определялась по следующей градации: полностью подтверждается (strongly supported), подтверждается (supported), частично подтверждается (mix), не подтверждается (not supported).

⁷ Эксперты RUSI также отмечают, что даже на этом уровне многие, если не большинство людей, не принимают в этом участия, что опять-таки говорит о том, что эти факторы могут быть необходимыми, но не достаточными.

⁸ Более подробно обоснование каждого вывода см.: Harriet Allan, et.al., Drivers of Violent Extremism: Hypotheses and Literature Review (RUSI, 2015).

Последние исследования по Центральной Азии во многом повторяют уже имеющиеся объяснения причин радикализации, рассмотренные в предыдущих исследованиях «Интерньюс»⁹, и выделяющие в качестве таковых совокупность различных структурных (политических, экономических, социальных, идеологических) и способствующих факторов (личные отношения, социальные связи, низкое светское и религиозное образование и др.). Ниже описаны лишь те драйверы, на которые делают больший акцент местные исследователи.

В **Казахстане** проблема радикализации, как и в других странах ЦА, рассматривается, в основном, сквозь призму структурных проблем – как социально-экономическое неравенство между регионами¹⁰, дискриминация религиозных меньшинств¹¹, а также чувство несправедливости и разочарования в обществе из-за коррумпированности правительства¹². При этом несколько авторов отмечают специфику Казахстана: во-первых, здесь уязвимыми категориями выступают внутренние, а не трудовые мигранты, как в других странах региона. Размещение переселенцев из сел на бедных окраинах крупных мегаполисов приводит к их маргинализации и поиску новых форм идентичности, в том числе через радикальные формы ислама¹³. Во-вторых, выявлена тесная взаимосвязь между радикализацией и мелкой преступностью. По оценкам исследователей, радикальные ячейки в условиях РК представляют собой смесь криминальных групп и религиозных сообществ, а акты насилия, которые имели место в Казахстане в период 2011-2012 годов, были совершены, скорее, криминальными элементами, вдохновленными «радикальным исламизмом»¹⁴. Некоторые авторы видят в этом причину, почему казахстанские «джихадисты» в качестве своих объектов нападения выбирают представителей правоохранительных органов, что также отличает НЭ в Казахстане¹⁵.

⁹ «Поиск общих интересов». Информационные потоки и радикализация, ведущая к насильственному экстремизму в Центральной Азии (в рамках проекта «Содействие стабильности и миру в Центральной Азии посредством повышения медиаграмотности, эффективного освещения и регионального сотрудничества», финансируемого Европейским союзом и реализуемого «Интерньюс», 2019), https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2019/08/Information_flows_public_rus.pdf.

¹⁰ Noah Tucker. Terrorism without a God: Reconsidering Radicalization and Counter-Radicalization Models in Central Asia, CAP papers, No. 225 (2019), <https://centralasiaprogram.org/wp-content/uploads/2019/09/CAP-paper-225-September-2019-1.pdf>.

¹¹ Maciej Falkowski, Józef Lang, Homo Jihadicus Islam in the former USSR and the phenomenon of the post-Soviet militants in Syria and Iraq, Centre for Eastern Studies (2015), <https://www.files.ethz.ch/isn/194511/homojihadicus.pdf>.

¹² Edward Lemon, Vera Mironova, William Tobey, Jihadists from Ex-Soviet Central Asia: Where Are They? Why Did They Radicalize? What Next? (Russia Matters Belfer Center for Science and International Affairs Harvard Kennedy School (2018), <https://www.russiamatters.org/sites/default/files/media/files/Jihadists%20from%20Ex-Soviet%20Central%20Asia%20Research%20Paper.pdf>.

¹³ Serik Beussembayev. Religious Extremism in Kazakhstan: From Criminal Networks to Jihad, The Central Asia Fellowship Papers, No. 15, February 2016), <http://centralasiaprogram.org/wp-content/uploads/2016/02/CAF-Paper-15-Serik-Beissembayev.pdf>.

¹⁴ Ерлан Карин. “Что произошло в Актобе и Алматы? Специфика радикализма в Казахстане”, CAA Network, 25 июля (2015), <https://caa-network.org/archives/7386>.

¹⁵ Zhulduz Baizakova, and Roger N. McDermott, “Reassessing the Barriers to Islamic Radicalization in Kazakhstan” U.S. Army War College (2015), <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a621437.pdf>.

Интересен дискурс о причинах радикализации в **Таджикистане**. Для таджикского правительства и большинства ведомственных экспертов одним из основных факторов является деятельность ПИВТ, тогда как джихадистские организации упоминаются во вторую очередь.¹⁶ Для остальных экспертов таким внешним фактором является пропаганда различных салафитских и джихадистских организаций. Следующие наиболее часто обсуждаемые факторы радикализации носят внутренний, социально-политический характер: это означает, что проблемы экономического развития, уровня жизни населения и социальной несправедливости способствуют радикализации части населения республики. При этом, в официальных сообщениях часто опускаются такие важные аспекты, как коррупция, социальная несправедливость и неравенство – во всяком случае, им часто не уделяется должного внимания.

В **Узбекистане** так же, как и Таджикистане, радикализация преимущественно рассматривается с официальной (государственной) позиции, видящей причины ее скорее в экономических проблемах и уязвимости мигрантов, которые вербуются в стране пребывания.¹⁷ Эксперты же сходятся во мнении, что речь идет о комплексе факторов, не выделяя отдельно какой-либо. Например, исследователи говорят о слабой медиаграмотности и, как следствие, плохой устойчивости реципиентов, недостатках работы государства с молодежью в плане повышения медиаграмотности, о слабом религиозном образовании.¹⁸ Драйверами «вторичного порядка» названы экономические проблемы (безработица, обнищание и т.п.), политические (коррупция, слабость гражданского общества и т.п.), уязвимость трудовых мигрантов в РФ и других странах, которая порождена психологическим дискомфортом в силу отчуждения в принимающей стране (прежде всего, РФ).¹⁹ **Эти факторы перманентные, действовали и будут действовать всегда. Однако они не объясняют другого феномена: почему при одинаковых условиях для действия этих же факторов подавляющее большинство мусульман не поддаются идеологии НЭ и не вовлекаются в их группы?**

Наименее исследованной страной все еще остается **Туркменистан** и рассматривается он, главным образом, как часть региональных исследований.²⁰ Тем не менее, имеющиеся данные²¹ мало выделяют политические и религиозные факторы, а более обращают внимание на миграцию, связанную как с низким уровнем высшего образования и отсутствием достаточного количества образовательных институтов, так и с экономическими проблемами (безработицей, инфляцией,

¹⁶ Хоким Мухаббатов, "Таджикистан. Окончательный крах политико-идеологической платформы ПИВТ", Хабар Ньюс, 19 сентября 2019, <https://hgu.tj/news/post/666352.html>.

¹⁷ Центр для изучения региональных угроз. "Причины возникновения религиозного экстремизма в Центральной Азии", 12 апреля, 2019, <https://crss.uz/2019/04/12/prichiny-vozniknoveniya-religioznogo-ekstremizma-v-centralnoj-azii/>; Maciej Falkowski, Józef Lang, Homo Jihadicus Islam in the former USSR (2015).

¹⁸ Абдуллаева М.З. Кибермаконда ўсмирлар фаолияти: таҳдидлар ва ҳимоя (Подростки в киберпространстве: угрозы и защита), сс. 4-5; Она же. Кибермакондаги хатарлар (Угрозы в киберпространстве), с. 101.

¹⁹ "Поиск общих интересов", РАН, RUSI. Совместное исследование: "Причины и мотивы радикализации трудовых мигрантов из стран ЦА в РФ" (2018), https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2018/04/RAS-Final-Report_CA-Radicalization_Russ_24042018.pdf.

²⁰ Roger Kangas, Redefining Extremism in Central Asia, ISPSW Strategy Series, 2018), <https://ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/ISPSW-541%20Kangas.pdf>; Maciej Falkowski, Józef Lang, Homo Jihadicus Islam in the former USSR (2015); Thomas F. Lynch III, Michael Bouffard, Kelsey King, and Graham Vickowski, The Return of Foreign Fighters to Central Asia: Implications for U.S., Counterterrorism Policy, Institute for National Strategic Studies Strategic Perspectives, No. 21, (2016), <https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/stratperspective/inss/Strategic-Perspectives-21.pdf>; Edward Lemon et.al., Jihadists from Ex- Soviet Central Asia (2018).

²¹ Akram Umarov, "How Serious is Religious Radicalization in Turkmenistan? European Eye on Radicalization", 18 June, 2019, <https://eerradicalization.com/how-serious-is-religious-radicalization-in-turkmenistan/>; Maciej Falkowski, Józef Lang, Homo Jihadicus Islam in the former USSR, <https://www.files.ethz.ch/isn/194511/homojihadicus.pdf>

коррупцией). Эти же источники утверждают, что радикализация, в основном, происходит за рубежом, часто в Турции, которая является одной из немногих безвизовых стран для граждан Туркменистана, с близкими языком, культурой и религией, в связи с чем является главным направлением туркменской трудовой и образовательной миграции. Возможно, небезосновательно недавнее заявление туркменского оппозиционера Максата Сапармурадова, что оставшихся в Турции без работы в связи с распространением Covid-19 граждан Туркмении начали вербовать эмиссары террористических организаций для отправки в Сирию, предлагая им за это по \$2000²².

Ноа Такер и Рано Тураева в обзоре “Public and State Responses to ISIS Messaging: Turkmenistan”²³ приходят к заключению, что насильственный экстремизм в **Туркменистане** имеет свою специфику. В отличие от своих сподвижников из других стран Центральной Азии, боевики из Туркменистана за рубежом, насколько известно, не формируют свои бригады в рамках более крупных террористических организаций и не имеют публично признанных независимых воинствующих исламистских групп, таких как «Исламское движение Узбекистана», «Бригада аль-Бухари» или «Казахская бригада в ИГ».

В Кыргызстане, несмотря на многообразие подходов, все исследования сходятся во мнении, что ключевой причиной радикализации является социальная несправедливость и дискриминация²⁴. В качестве причин радикализации среди женщин рассматривают следующие: дискриминацию и предрассудки при ношении религиозной атрибутики, глубокий жизненный кризис и отсутствие помощи для преодоления трудностей, религиозно-идеологическую обработку через радикальных мужей и родственников, отсутствие доступа к одобренным религиозным знаниям²⁵. Авторы другого отчета, анализируя участие женщин в зоне конфликта на Ближнем Востоке (более 20% от общего числа выехавших), приходят к выводу, что «кыргызским женщинам, собственно, как и женщинам из других стран, не чужда склонность к проактивным действиям в качестве идеологов и приверженцев насильственного экстремизма»²⁶.

Один из выводов экспертов о том, что, вопреки статистике МВД и ГКНБ КР, этнические меньшинства не являются более уязвимыми, чем этнические кыргызы²⁷,

²² Central Asia Media, “В Турции боевики вербуют мигрантов из Туркменистана для отправки в Сирию”, 10 апреля, 2020, <https://centralasia.media/news:1609922>.

²³ Noah Tucker, Rano Turaeva, Public and State Responses to ISIS Messaging: Turkmenistan (2016), https://capve.org/components/com_jshopping/files/demo_products/CERIA_Brief_15_February_2016.pdf.

²⁴ Эмиль Насритдинов, Зарина Урманбетова, Канатбек Мурзахалилов, Маметбек Мырзабаев. Уязвимость и устойчивость молодых людей в Кыргызстане к радикализации и экстремизму: анализ в пяти сферах жизни. САА Network (2019), <https://caa-network.org/archives/15165>. ООН Женщины. Отчет по исследованию «Женщины и религиозные практики», GSPS исследование - гендер в восприятии общества, (2018), <https://eca.unwomen.org/ru/digital-library/publications/2020/04/gender-in-society-perception-study-kyrgyz-republic>. “Поиск общих интересов”, РАН, RUSI. Совместное исследование: “Причины и мотивы радикализации трудовых мигрантов из стран ЦА в РФ” (2018), https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2018/04/RAS-Final-Report_CA-Radicalization_Russ_24042018.pdf, “Поиск общих интересов”. «Информационные потоки и радикализация, ведущая к насильственному экстремизму в Центральной Азии» (2019), Kloe Tricot O’Farrell, Jordan Street, “A threat inflated? The countering and preventing violent extremism agenda in Kyrgyzstan”, (March 2019) <https://www.saferworld.org.uk/long-reads/a-threat-inflated-the-countering-and-preventing-violent-extremism-agenda-in-kyrgyzstan>.

²⁵ ООН Женщины. Отчет по исследованию «Женщины и религиозные практики», GSPS исследование - гендер в восприятии общества (2018).

²⁶ Анне Спекхард, Адриан Шайкович и Чинара Есенгул. Насильственный экстремизм в Кыргызстане. Роль женщин в поддержке, присоединении, вмешательстве и противодействии распространению (ООН Женщины, 2017), <https://eca.unwomen.org/ru/digital-library/publications/2017/10/violent-extremism-in-kyrgyzstan>.

²⁷ Эмиль Насритдинов и др. Уязвимость и устойчивость молодых людей в Кыргызстане к радикализации и экстремизму: анализ в пяти сферах жизни. САА Network (2019).

противоречит предыдущим в данной сфере.²⁸ Подобного рода противоречия лишь подтверждают, что радикализация является продуктом совокупности различных причин, как структурных, так и персональных, и на каждого человека они могут оказать совершенно разный эффект. При общих социально-экономических, политических и др. факторах, значительная часть населения не радикализуется. Это же утверждение справедливо к попыткам выбрать наиболее уязвимые группы (женщин, молодежь, мигрантов).

Таким образом, охваченные обзором исследования, проведенные по Центральной Азии, в той или иной степени в качестве основных мотивов вовлечения в группы НЭ рассматривают:

- политические факторы (слабость институтов гражданского общества, коррупция, авторитаризм, дискриминация);
- социально-экономические (безработица, бедность, многодетность и т.п.);
- этно-идеологические (национализм титульных наций, отчуждение анклавов, привлекательность наднациональной религиозной идеологии);
- уязвимость трудовых мигрантов, главным образом, в Российской Федерации или Турции;
- религиозные (слабое религиозное образование, неготовность или нежелание религиозных лидеров противостоять НЭ идеологии, расколы внутри религиозных сообществ, религиозная дискриминация и др.);
- «интернет-вовлечение»²⁹ (интернет-да'ват) как результат эффективного использования визуальных повествований, мастерского использования мета- и монологических нарративов, используемых группами НЭ. Здесь же доминирует объяснение роста идеологического вовлечения, исходя из психологических или социальных мотиваций.

²⁸ Что противоречит результатам ранее проведенных исследований. См.: Ноа Такер. Исламское государство шлет сообщения мигрантам из ЦА в России, (САР, 2015), <http://centralasiaprogram.org/archives/6982>; МОМ «Уязвимость мигрантов и потребности в интеграции в ЦА» (2019), <http://prevention.kg/wp-content/uploads/2019/04/Уязвимость-мигрантов-и-потребности-интеграции-в-ЦА-исследование.pdf>. ; "Поиск общих интересов", РАН, RUSI. Совместное исследование: "Причины и мотивы радикализации трудовых мигрантов из стран ЦА в РФ» (2018), https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2018/04/RAS-Final-Report_CA-Radicalization_Russ_24042018.pdf.

²⁹ Более подробно ниже.

Каждый из выделенных факторов имеет право на существование в отдельных случаях, хотя едва ли может считаться достаточным объяснением растущей год от года приверженности к идеологии НЭ как в регионе, так и за его пределами. Главный аргумент уязвимости всех и каждой в отдельности диспозиции в том, что эти факторы одинаково действуют на сотни тысяч верующих, однако самая малая доля из них (как полагают некоторые специалисты, не более 0,005 % от общего числа верующих³⁰) так или иначе оказывается вовлеченной в ряды джихадистов. Зарубежные исследователи говорят об излишней виктимизации проблемы ислама и гиперболизации угроз,³¹ основываясь на незначительности вовлеченных террористических групп и желании режимов манипулировать угрозами. Однако, незначительность цифры вовлеченных не должна вводить в заблуждение, учитывая две реально существующие группы среди верующих: 1. Тех, кто участвует в джихаде «имуществом» (Ishtirak bi-l-mal), то есть перечисляет или передает разные суммы денег доверенным лицам (значит, исследователи не учитывают догматико-правовое толкование джихада, допускающего разнообразные формы «войны на пути Аллаха»); 2. Сочувствующих, трудно поддающихся учету. Для данного проекта также важен вывод исследователей в том смысле, что очень важно изучать публичный дискурс о религии, а также признание того факта, что причинно-следственные связи возникновения НЭ и радикализма еще не вполне изучены. А для дальнейшего осмысления важно глубоко изучать контент циркулирующих в интернет-пространстве текстов идеологов НЭ³².

Запрещенные экстремистские группы насильственного характера

В Казахстане запрещена деятельность 22 экстремистских и террористических организаций³³. Большинство этих организаций запрещены в период до 2011 года или до первой волны экстремистской активности в Казахстане, и на текущий момент угрозы для безопасности Казахстана на несут в связи с прекращением своей активности («Жамаат моджахедов Центральной Азии», «Джунд-аль-Халифат»), либо ее неактуальности для региона в целом («Братья-мусульмане», «Курдский народный конгресс»). С 2011 года список пополнился семью организациями, из которых только четыре имеют явную джихадистскую направленность. «Джунд-аль-Халифат» перестал существовать после смерти своего лидера в 2012 году. Оставшиеся организации - «Ат-такфир-уаль-хиджра»³⁴, «Исламское государство» и «Фрон-ан-Нусра» («Джабхат-ан-Нусра», позже «Хайят Тахрир аль-Шам») - представляют собой глобальные джихадистские структуры, в зону влияния которых попадают жители центральноазиатского региона, включая Казахстан.³⁵

³⁰ Эдвард Лемон. Об угрозах терроризма в Центральной Азии и за ее пределами (2019), <https://caa-network.org/archives/14501>.

³¹ Noah Tucker, Terrorism without a God. Reconsidering Radicalization and. Counter- Radicalization Models in. Central Asia, CAP papers, No. 225 (2019), <https://centralasiaprogram.org/wp-content/uploads/2019/09/CAP-paper-225-September-2019-1.pdf>; J. Heathershaw & D. Montgomery, The Myth of Post-Soviet Muslim Radicalization (2014), https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/field/field_document/2014-11_14%20Myth%20summary%20v2b.pdf.

³² Noah Tucker, Terrorism without a God. (2019).

³³ Список террористических и экстремистских организаций, запрещенных на территории Республики Казахстан - https://egov.kz/cms/ru/articles/religion/zaprewennye_organizacii.

³⁴ «Тенгриный». «Спецоперация КНБ: что известно об экстремистах «Ат-Такфир уаль-Хиджра», 21 декабря, 2016, https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/spetsoperatsiya-knb-izvestno-ekstremistah-at-takfir-ual-308583/.

³⁵ ГИИП, SecDev. Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2018).

При этом некоторые зарубежные исследователи выражают сомнение в прямой связи между экстремистами в Казахстане и «Исламским государством», апеллируя к тому, что даже самые консервативные салафитские группы внутри страны активно выступают против ИГ и его меседжей.³⁶ В то время как местные эксперты, наоборот, считают, что именно пропаганда проповедников ИГ становится причиной насильственных актов внутри страны, как, например, в случае теракта в Актобе в 2016 году.³⁷ При этом в марте 2020 года спецслужбы сообщили о задержании члена «Исламского государства», готовившего теракт на территории Казахстана.³⁸

В Таджикистане запрещены 18 террористических и экстремистских организаций³⁹, часть из них не активна на территории Таджикистана. С 2006 года, по предложению генеральной прокуратуры страны, в список запрещенных организаций включены 10 религиозных групп, среди которых «Аль-Каида», «Исламское движение Узбекистана», «Джамоати Таблиг», «Талибан», «Тоҷикистони озод», «Хизб ут-Тахрир», «Братья-мусульмане», «Ташкилотӣ Лашкар Тайба», движение «Салафия», а также организация «Свидетели Иеговы». В дальнейшем в список была добавлена также и ИГ. Кроме того, в 2015 году таджикские власти официально запретили деятельность ПИВТ, включив партию в списки террористических организаций. За пределами Таджикистана ПИВТ признается террористической только на территории РФ. «Джамоати Ансаруллох» является одним из наиболее активных пропагандистов джихадизма в таджикском сегменте Интернета. SecDev считает также онлайн активными следующие организации: ИГ, «Хайят Тахрир аль-Шам», «Хизб ут-Тахрир», «Исламскую партию Туркестана»⁴⁰.

В Узбекистане активное преследование участников запрещенных религиозно-экстремистских организаций отмечается с конца 1990-х годов, однако до недавнего времени судебного решения об их запрете не было. Решением Верховного суда Узбекистана от 26 сентября 2016 года сразу 22 организации были признаны террористическими и их деятельность запрещена на территории страны⁴¹. В их числе организации экстремистского характера, такие как «Акромия» и «Хизб ут-Тахрир», а также организация, чей статус в качестве экстремистской и террористической довольно спорный – «Нурчилар» (последователи Саида Нурси). Кроме того, список включает «Джихадистов», при этом не даются пояснения, является ли это организацией или определением приверженцев идеологии. В качестве наиболее активных в исследовании SecDev выделили «Хайят Тахрир аль-Шам», «Тавхид ва Джиход Катибаси», «Катибат Имам Бухори», «Союз исламского джихада», «Исламское государство»⁴².

³⁶ Noah Tucker. Public and State Responses to ISIS Messaging: Kazakhstan, CAP Papers, CERIA Brief, No.13, <https://centralasiaprogram.org/archives/9296>.

³⁷ Ерлан Карин. «Что произошло в Актобе и Алматы? Специфика радикализма в Казахстане», 25 июля, 2015, <https://caa-network.org/archives/7386>.

³⁸ «Курсив». «Член ИГИЛ, планировавший теракт, задержан в Кыргызстане» (2017), <https://kursiv.kz/news/proisshestiya/2017-09/chlen-igil-planirovavshiy-terakt-zaderzhan-v-kyrgyzstane>.

³⁹ Республика Таджикистан/Антитеррористический центр государств-участников СНГ – <http://www.cisatc.org/1289/134/160/1268>.

⁴⁰ ГИИП, SecDev. Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2018).

⁴¹ Список организаций, признанных террористическими и запрещенных в Республике Узбекистан (2019) http://sud.uz/wp-content/uploads/2019/12/Список_террористических_организаций_рус.pdf.

⁴² ГИИП, SecDev. Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2018).

В Туркменистане официального списка запрещенных террористических и экстремистских групп нет, соответствующая тематика не обсуждается в официальных СМИ. На основе материалов, имеющихся у эксперта по Туркменистану, можно идентифицировать пять исламских сообществ, преследуемых в Туркменистане: «Хизб ут-Тахрир», последователи Саида Нурси, Феттулаха Гюлена, «джихадисты» и «ваххабиты». Всех их правительство не всегда обоснованно считает насильственными. Наиболее активные из них в официальных документах фигурируют под условными терминами «джихадисты» и «ваххаби» (в доступных правительственных материалах эти термины различаются. Однако, исходя из исследований, можно предположить, что преследованию подвергаются «Исламское государство», «Хайят Тахрир аль-Шам» и аффилированные с ними организации)⁴³.

На территории Кыргызстана судами различных инстанций запрещена деятельность 20 экстремистских и террористических организаций. Часть организаций запрещена в рамках региональных соглашений (ШОС, ОДКБ) и не активна на территории Кыргызстана. Согласно данным МВД КР, наиболее опасные террористические организации такфиристско-джихадистского движения – «Жайшуль Махди», «Джунд-уль-Халифат», «Ансаруллох», «Ат-Такфир Валь-Хиджра» и «Исламское государство». Около двух тысяч граждан являются приверженцами экстремистских идей этих организаций⁴⁴. Однако, деятельность «Жайшуль Махди» носила лишь эпизодический характер (2010, 2015 гг.); возникла под влиянием идей Саида Бурятского и на сегодняшний день потеряла свою актуальность. «Джунд-уль-Халифат» - организация, активная в Казахстане до 2012 года; «Ансаруллох» - организация, активная в Таджикистане; «Ат-Такфир Валь-Хиджра» - в КР была запрещена в рамках ратифицированных международных соглашений.

Таким образом, активными как в своей террористической деятельности, так и в онлайн-пропаганде являются организации, призывавшие к вооруженному джихаду на территории Сирии и Ирака: «Катибат аль-Имам Бухари», «Жаннат ошиклари», также известная под названием «Таухид валь-Джихад», «Исламское государство», «Фронт ан-Нусра» или «Джабхат ан-Нусра»⁴⁵. Эти данные коррелируют со списком активных в онлайн-пространстве ЦА террористических организаций⁴⁶.

Как видно из списка, он полностью представлен группами, идеология которых строится на религии, в частности, исламе. В связи с чем в рамках данного исследования используется анализ исламской апологетической пропаганды.

⁴³ Noah Tucker, Rano Turaeva, Public and State Responses to ISIS Messaging: Turkmenistan (2016). Edward Lemon, et.al, Jihadists from Ex-Soviet Central Asia (2018). Akram Umarov, "How Serious is Religious Radicalization in Turkmenistan?" (2019).

⁴⁴ «Поиск общих интересов». Свобода религиозных и иных убеждений: практика правового регулирования в Кыргызской Республике в соотношении с конституционными и международными стандартами. - Бишкек, 2018, с. 167, <https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2018/12/20181219-Russian.pdf>.

⁴⁵ Общая информация о запрещенных на территории Кыргызской Республики экстремистских или террористических организациях / «Поиск общих интересов». Свобода религиозных и иных убеждений. - 2018.

⁴⁶ «Хаят Тахрир ал-Шам» («Жабхат ан-Нусра»); «Тавхид ва Джиход Катибаси»; «Катибат имам Бухари»; «Союз исламского джихада»; «Исламское государство»; «Исламское государство Вилаят Хорасан»; Исламская партия Туркестана; «Лива ал-Мухажирен вал-Ансар». См.: ГИИП, SecDev. Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2018).

Интернет и нарративы насильственных групп

Стремительный взлет «Исламского государства» вызвал интерес не столько к «возрождению массового интереса к пропаганде джихада»⁴⁷, сколько к способам использования возможностей всемирной сети в целях пропаганды насильственных идей. УНП ООН в публикации «Использование интернета в террористических целях» отмечает: технологии являются одним из стратегических факторов, способствующих все более широкому использованию интернета террористическими организациями и их сторонниками для решения широкого круга задач, включая вербовку, финансирование, пропаганду, подготовку исполнителей, подстрекательство к совершению актов терроризма, а также сбор и распространение информации в террористических целях⁴⁸.

Исследователи ставят под вопрос, насколько онлайн-пропаганда и непосредственно радикализация напрямую связаны. Мора Конвэй⁴⁹ в своей работе приводит анализ аргументов «за»⁵⁰ и «против»⁵¹ влияния интернета на НЭ и терроризм. Жэйсон Берк в статьях, посвященных оценке «Аль-Каиды» и «Аш-Шабаб», считает, что деятельность социальных медиа не может быть существенной формой «низовой активности»; кроме того, доступ к интернету – это более «прерогатива элит» и не дает низового охвата. При этом Берк не отрицает, что социальные медиа, тот же Twitter, были использованы для поиска финансовых средств, вербовки иностранных боевиков-террористов и как эффективное средство коммуникации⁵². Конвэй отмечает, что современный интернет не просто позволяет распространять и потреблять «экстремистский материал» в односторонней трансляции от производителя к потребителю, но и обеспечивает высокий уро-

⁴⁷ Charlie Winter, *The Virtual 'Caliphate': Understanding Islamic State's Propaganda Strategy* (2015), <https://www.stratcomcoe.org/charlie-winter-virtual-caliphate-understanding-islamic-states-propaganda-strategy>.

⁴⁸ УНП ООН. *Использование интернета в террористических целях* (2013), https://www.unodc.org/documents/terrorism/Publications/Use_of_Internet_for_Terrorist_Purposes/Use_of_the_internet_for_terrorist_purposes_Russian.pdf.

⁴⁹ Maura Conway, *Determining the Role of the Internet in Violent Extremism and Terrorism: Six Suggestions for Progressing Research* (2016), <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1057610X.2016.1157408?src=recsys>.

⁵⁰ J. M. Berger and Bill Strathearn, *Who Matters Online: Measuring Influence, Evaluating Content and Countering Violent Extremism in Online Social Networks*, King's College London: ICSR (2013), <https://icsr.info/wp-content/uploads/2013/03/ICSR-Report-Who-Matters-Online-Measuring-Influence-Evaluating-Content-and-Countering-Violent-Extremism-in-Online-Social-Networks.pdf>; Joseph Carter, Shiraz Maher, and Peter Neumann, *#Greenbirds: Measuring Importance and Influence in Syrian Foreign Fighter Networks*, King's College London: ICSR (2014), <https://icsr.info/wp-content/uploads/2014/04/ICSR-Report-Greenbirds-Measuring-Importance-and-Influence-in-Syrian-Foreign-Fighter-Networks.pdf>; Charlie Edwards and Luke Gribbon, "Pathways to Violent Extremism in the Digital Era," *RUSI Journal* No. 158 (2013), pp. 40–47, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03071847.2013.847714>; David H. Gray and Albon Head, "The Importance of the Internet to the Post-modern Terrorist and its Role as a Form of Safe Haven," *European Journal of Scientific Research* 25(3) (2009), <https://www.coursehero.com/file/p2s7s29n6/and-Albon-Head-The-Importance-of-the-Internet-to-the-Post-modern-Terrorist-and/>; Anne Stenersen, "The Internet: A Virtual Training Camp?," *Terrorism and Political Violence* 20(2) (2008), <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09546550801920790?journalCode=ftpv20>; United Nations Independent International Commission of Inquiry on the Syrian Arab Republic, *Rule of Terror: Living under ISIS in Syria*, New York: UN (2014), p. 4., <https://reliefweb.int/report/syrian-arab-republic/rule-terror-living-under-isis-syria>

⁵¹ David C. Benson, "Why the Internet is Not Increasing Terrorism," *Security Studies* 23(2) (2014), pp. 293–328, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09636412.2014.905353>; Noémie Bouhana and Per-Olof H. Wikström, *Al-Qa'ida-influenced Radicalisation: A Rapid Evidence Assessment Guided by Situational Action Theory*, London: UK Home Office, (2011), https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/116724/occ97.pdf; Jonathan Githens-Mazer, "Radicalisation Via YouTube? It's Not So Simple," *The Guardian*, 4 November 2010, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2010/nov/04/youtube-radicalisation-roshonara-choudhry>. It's worth mentioning here too the contestability of "radicalization" as a concept as discussed in, for example, Akil Awan, Andrew Hoskins, and Ben O'Loughlin, *Radicalisation and Media: Connectivity and Terrorism in the New Media Ecology*, London: Routledge (2012), <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09546553.2015.1006102>

⁵² Jason Burke, "Al-Shabab's Tweets Won't Boost its Cause," *The Guardian*, 16 December 2011. Jason Burke, *Al-Qaeda: Casting a Shadow of Terror* (London and New York: I.B. Tauris, 2003), <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1057610X.2016.1157408>. По: Maura Conway, *Determining the Role of the Internet* (2016).

вень социального онлайн-взаимодействия вокруг этого материала. Именно функциональность социальной сети заставляет многих ученых, политиков и других людей считать, что интернет играет значительную роль в процессах современной радикализации⁵³. Однако, практически все авторы согласны с утверждением, что онлайн-пропаганда эффективна при офлайн-поддержке⁵⁴.

Работ, посвященных предметному исследованию связи между интернетом и радикализацией, ведущей к насилию в Центральной Азии (в указанный период времени), обнаружено не было. Возможно, исходя из распространенности интернета, данная связь рассматривается как очевидная. Хотя Туркменистан, где доступ к интернету физически ограничен, стоит в стороне⁵⁵. В основном, исследователи рассматривают данный вопрос в его связи с изучением общих рисков радикализации и вербовкой трудовых мигрантов в России, Турции и других странах⁵⁶. Ноа Такер и эксперты Международной кризисной группы показывают значительную роль интернет- и онлайн-коммуникаций в вербовке боевиков в Сирию⁵⁷. Исследование RUSI указывает, в России интернет можно рассматривать как фактор, в большей степени способствующий росту насильственного экстремизма, чем в странах Центральной Азии. Это связано прежде всего с тем, что узбеки в России имеют более стабильный и дешевый доступ к интернету, чем в ЦА⁵⁸. Данное онлайн-влияние может принимать различные формы, как безличные, в виде онлайн-пропаганды, так и личные, в виде коммуникаций через социальные сети.

SecDev в своем анализе приходит к выводу: «По итогам изучения и систематизации данных о радикализации и насильственном экстремизме в киберпространстве среди населения стран Центральной Азии, было выявлено, что степень влияния вербовки в экстремистские организации через социальные сети в центральноазиатском регионе преувеличена, однако она эффективна в совокупности с «прямой» непосредственной вербовкой»⁵⁹. Однако исследователи признают, что данный вопрос требует изучения. Так, узбекистанская исследовательница М. Абдуллаева отмечает, что медиапространство, породившее особый тип интернет-мышления, ворвалось в среду исламских идеологов-пропагандистов, которым удалось «подсадить» на свои интернет-ресурсы значительную аудиторию, в первую очередь, молодых и неискушенных реципиентов со слабой устойчивостью. Симбиоз высоких технологий и деструктивной идеологии дает свои

⁵³ Maura Conway. Determining the Role of the Internet (2016).

⁵⁴ УНП ООН. Использование интернета в террористических целях (2013). Maura Conway, Determining the Role of the Internet (2016). Jamie Bartlett, "You Can't Prevent Terrorism by Singling Out Muslims," The Telegraph, 19 February 2015, <https://www.telegraph.co.uk/news/uknews/terrorism-in-the-uk/11422164/You-cant-prevent-terrorism-by-singling-out-Muslims.html> Hanna Rogan, Jihadism Online: A Study of How al-Qaida and Radical Islamist Groups Use the Internet for Terrorist Purposes Norway: FFI (2006), p. 30, <https://www.ffi.no/en/publications-archive/jihadism-online-a-study-of-how-al-qaida-and-radical-islamist-groups-use-the-internet-for-terrorist-purposes>

⁵⁵ Maciej Falkowski, Józef Lang, Homo jihadicus Islam in the former USSR (2015), P.95.

⁵⁶ Thomas F. Lynch III, Michael Bouffard, Kelsey King, and Graham Vickowski, The Return of Foreign Fighters to Central Asia: Implications for U.S. Counterterrorism Policy, Institute for National Strategic Studies Strategic Perspectives, No. 21 (2016) P.10, <https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/stratperspective/inss/Strategic-Perspectives-21.pdf>; Edward Lemon, et.al., Jihadists from Ex- Soviet Central Asia (2018). P.16., Maciej Falkowski, Józef Lang, Homo jihadicus Islam in the former USSR (2015), P.30., Noah Tucker. Terrorism without a God. (2019). P. 18.

⁵⁷ Crisis Group, Syria Calling: Radicalisation in Central Asia (Briefing 72/Europe & Central Asia 20 January 2015), <https://www.crisisgroup.org/europe-central-asia/central-asia/syria-calling-radicalisation-central-asia> USAID, Central Asian Involvement in the Conflict in Syria and Iraq: Drivers and Responses (2015), https://2012-2017.usaid.gov/sites/default/files/documents/1866/CVE_CentralAsiansSyriaIraq.pdf.

⁵⁸ Совместное исследование RUSI, RAS, НАН КР: «Причины и мотивы радикализации трудовых мигрантов из стран ЦА в Российской Федерации» (2018).

⁵⁹ ГИИП, SecDev. Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2018), https://internews.kg/wp-content/uploads/2019/07/Violent-extremism-online_public_rus.pdf.

результаты, которые, как полагает исследовательница, плохо изучены на примерах узбекоязычной аудитории, особенно в смысле профессионального контент-анализа, к которому редко привлекают исламоведов⁶⁰.

В любом случае, как отмечает пособие УНП ООН, одним из основных направлений использования интернета террористами является пропагандистская деятельность⁶¹. Пропаганда наиболее успешных в этом плане запрещенных террористических групп – ИГИЛ и «Джабхат-ан-Нусра» – оказалась предметом анализа многих исследований⁶². Это позволило определить повторяющиеся концепты, используемые данными группами в своих нарративах, которые, в той или иной степени, характерны и для других террористических групп. Шарли Винтер⁶³, анализируя стратегию пропаганды ИГИЛ, отмечает: пропаганда «Исламского государства» породила всеобъемлющий бренд, который предлагает альтернативный образ жизни. Как и любое массовое движение, оно захватывает воображение потенциальных новобранцев, предлагая им как немедленные изменения, так и способность трансформировать свое будущее в долгосрочной перспективе. Она выделяет шесть основных брендов, распространяемых организацией в интернете: жестокость, милосердие, жертвенность, война, принадлежность и утопизм – каждый из которых подробно анализируется отдельно и связан друг с другом.

Дено и Гомез-Перез⁶⁴ (2019), рассматривая стратегические радикальные нарративы, выделяют три основные подгруппы:

- продвижение групповой идентичности: любые нарративы, которые продвигают радикальную группу, распространяющую данное сообщение, например, образ победителя, социальные аспекты (проблемы) группы, включения и, в целом, продвигают идеологию группы (или относящиеся к группе);
- дискредитация других групп: любые нарративы, дискредитирующие другие группы. Обычно враг подвергается атаке, хотя аналогичные, но конкурирующие группы часто также дискредитируются;
- сеяние раздора между группами: посредством чего разногласия между группами усиливаются;
- моральное обязательство: нарративы, которые основываются на социальных и культурных нормах, чтобы оправдать определенный тип действия.

Авторы провели сравнительный анализ нерадикального религиозного контента (YMD) и контента публикаций ИГИЛ (Dabiq, Rumiyah) и «Джабхат Нусра» (Al-Risalah). Нарративы были проанализированы по следующим категориям: сеяние раздора между группами; моральный долг (защита своей группы, месть за груп-

⁶⁰ Абдуллаева М.З. Кибермаконда ўсмирлар фаолияти: таҳдидлар ва ҳимоя (Подростки в киберпространстве: угрозы и защита), сс. 4-5; Она же. Кибермакондаги хатарлар (Угрозы в киберпространстве), с. 101.

⁶¹ УНП ООН, Использование интернета в террористических целях (2013).

⁶² См.: Shahira S Fahmy, The age of terrorism media: The visual narratives of the Islamic State Group's Dabiq magazine (2019), https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1748048519843412?casa_token=tWem1m03On8AAAAA%3A-zLmG7I2ZZlt06k2fB75XQ17QglnykSf-Ts7wlOV_OF8DN5rSbmbERJX-GFnyM7kAV9Sme0y9UNEIkA#; Charlie Winter, The Virtual 'Caliphate': Understanding Islamic State's Propaganda Strategy (2015), <https://www.stratcomcoe.org/charlie-winter-virtual-caliphate-understanding-islamic-states-propaganda-strategy>; Denaux Ronald, G´omez-P´erez Jose Manuel, Textual Analysis for Radicalisation Narratives aligned with Social Sciences Perspectives (2015), <http://ceur-ws.org/Vol-2342/paper5.pdf>. Maura Conway, Determining the Role of the Internet (2016).

⁶³ Charlie Winter, The Virtual 'Caliphate' (2015).

⁶⁴ Denaux Ronald, et.al, Textual Analysis for Radicalisation Narratives aligned with Social Sciences Perspectives (2015).

пу, нападение как самозащита); групповая идентичность: имидж победителя (победитель в трудные времена, групповые достижения), продвижение групповой идеологии (легитимность идеологии, вечная и неизблемая сущность халифата, халифат как исламская утопия), гомофилия (идеализация наиболее радикальных членов, прославление подгрупп), приключения и сопротивление; дискредитация другой группы: дискредитация врага (Запад, христиане в мусульманских землях), дискредитация конкуренции (политические исламисты, другие джихадистские группы).

Нарративы, продвигающие **групповую идентичность**, являются наиболее сложным разделом в таксономии среди публикаций. В целом все выделенные нарративы, в той или иной форме, направлены на формирование групповой идентичности. Это коррелирует с результатами анализа RUSI, утверждающего, что «существуют убедительные доказательства того, что радикализация - это социальный процесс, и идентичность является ключевым фактором того, почему люди вовлекаются в насильственные движения. Имеются веские доказательства того, что религия и этническая принадлежность являются одними из наиболее мощных проявлений индивидуальной и групповой идентичности»⁶⁵. В сравнении с нерадикальным религиозным контентом, в радикальном также довольно распространена **гомофилия**⁶⁶. Кроме того, в то время как нерадикальный религиозный контент использует только общие гомофильные фразы (например, «братья и сестры»), радикальные публикации используют терминологию, чтобы прославлять и идеализировать более радикальных членов (например, «мученики»). Публикации радикального характера также выдвигают нарративы о победителях как часть их групповой идентичности, акцентируя свои достижения. Дено и Гомез-Перез отмечают **дискредитацию других групп** как наиболее характерную особенность радикальных текстов, в частности, групп, рассматриваемых как враги или как неэффективные альтернативы (например, политические исламисты)⁶⁷.

К сожалению, сложно вывести подобную категоризацию радикального нарратива, распространяемого в Центральной Азии, в силу ограниченности исследований. При всем многообразии исследований по изучению насильственного экстремизма в ЦА, анализу непосредственно нарративов НЭ групп уделялось незаслуженно мало внимания. Исследование USAID «Вовлечение Центральной Азии в конфликт в Сирии и Ираке: драйверы и ответные меры», проведенное в период, когда пропаганда ИГИЛ и других террористических групп на Ближнем Востоке была особенно активна, выделяет три блока основных нарративов, распространяемых НЭ группами в Центральной Азии⁶⁸:

1. *Сирийская революция как справедливая война*. Данный нарратив является наиболее распространенным и резонансным, который утверждает, что вооруженная оппозиция против правительства Асада - это «справедливая война» и оборонительный конфликт. С богословской точки зрения, конфликт описывается как джихад для защиты истинной религии (в данном случае суннитского ислама), а также как джихад для защиты от убийства невинных людей. Как

⁶⁵ Harriet Allan, et.al., Drivers of Violent Extremism: Hypotheses and Literature Review (2015).

⁶⁶ Эмоциональное тяготение преимущественно к лицам противоположного или собственного пола, не имеющее выраженного эротического характера – с кем человек предпочитает дружить, кому он изливает душу и т.п.

⁶⁷ Denaux Ronald, et.al, Textual Analysis for Radicalisation Narratives aligned with Social Sciences Perspectives (2015).

⁶⁸ USAID, Central Asian Involvement in the Conflict in Syria and Iraq: Drivers and Responses (2015), pp. 13-15, https://2012-2017.usaid.gov/sites/default/files/documents/1866/CVE_CentralAsiansSyriaIraq.pdf.

доказательство активно использовалось изображение насилия, особенно в отношении сирийских гражданских лиц и детей.

2. *Исламское государство как апокалиптическая утопия.* Представляет собой повествование о мощной «статусности», которая имеет две взаимодополняющие части. Первая - утопическое видение жизни в «Исламском государстве», а вторая - проявление шокирующего насилия, применяемого для продвижения территории этого государства и установления социального порядка внутри него. Для рекламы своего видения настоящей утопии часто продвигаются изображения празднования религиозных праздников, жизни, полной счастья и безопасности, в которой моджахедаы ухаживают за инвалидами и сиротами, в то время как дети наслаждаются ярко освещенными карнавальными аттракционами. Вторая же часть, такая как массовые казни, использование детей-солдат и др., призвана передать власть группы, в отличие от маргинализации и беспомощности, которые испытывают на себе, в частности, трудящиеся-мигранты.
3. *Борьба с западным угнетением.* Идеология группы в том виде, в каком она представлена жителям Центральной Азии, особенно в дискуссиях в российской социальной сети «Одноклассники», направленных на трудовых мигрантов, в меньшей степени касается джихадистской теологии, чем идеи «мусульманского» государства, противодействующего Западу и США, в частности, которые изображаются рекрутерами ИГ (на центральноазиатских языках) как акторы, ответственные за притеснение мигрантов в России и у себя на родине. Эти аргументы подкрепляются постоянным потоком дезинформации и теорией заговора, которые не только заполняют социальную медийную информационную среду, нацеленную на мигрантов из стран Центральной Азии, но и являются устойчивыми отголосками холодной войны в российских СМИ, усиливающими данные настроения.

Более близкие по времени исследования в той или иной мере затрагивают тему нарративов. В **Кыргызстане** исследовательские инициативы за указанный период более сфокусированы на разработке превентивных пропагандистских мер. Последнее предметное исследование было проведено SFCG в 2017 году – «Смыслы, образы и медиаканалы, способствующие радикализации молодежи Кыргызстана». Согласно ему, основными нарративами, ведущими к радикализации, являются: призывы к джихаду, призывы о создании халифата, призывы бороться с неверными⁶⁹. В условиях **Казахстана** данная тема затронута в контексте исследований, в частности, посвященных радикализации заключенных. На основе личного опыта проведения интервью с заключенными, а также с возвращенцами с Ближнего Востока, национальный эксперт из Казахстана выделяет **глобальный джихадистский нарратив**, описывающий текущую ситуацию в мире через противостояние между мусульманами и **кафирами**, пропагандирующий идею о заговоре евреев, масонов против ислама, а также подвергающихся унижению мусульман. И **местный казахстанский радикальный нарратив**, основные темы которого связаны с дискриминационной политикой властей в отношении верующих – **запретом на ношение хиджабов** в школах, закрытием мечетей из-за коронавируса, уголовными делами в отношении последователей салафизма и др. Этот нарратив представлен достаточно широко в социальных сетях, а также озвучивается возвращенцами из Сирии и Ирака.

⁶⁹ «Поиск общих интересов». Смыслы, образы и медиаканалы, способствующие радикализации молодежи Кыргызстана (2017).

В **Таджикистане** исследование International Alert затрагивает вопрос об идеологических аспектах нарративов насильственных групп⁷⁰. В частности, в отношении тем, касающихся нарративов, отмечалось: концепция «развращенного общества» (rotten society of unbelievers), которое каждый мусульманин должен отвергнуть (в рамках концепции takfir va al- hijra, то есть обвинения в неверии и уходе, отвержении); концепция социального равенства и идеального общества – халифата, свободного от болезней современного общества, коррупции, социальной несправедливости и так далее; концепция самореализации (только в рамках идеального общества мусульманин может полностью самореализоваться, выйти за пределы своей социальной ниши), концепция новых социальных возможностей для изменения своего статуса, получения новых возможностей в достижении карьеры, экономического благополучия и т.д. Кроме того, значительная часть нарратива посвящена критике различных аспектов религиозной политики властей, ограничений религиозной жизни, дресс-кода, муфтията, Комитета по делам религии и т.д.

Самые распространенные нарративы **узбекоязычных** медиаресурсов, принадлежащих идеологам насильственного экстремизма, главным образом, включают⁷¹:

1. Серию проповедей идеологов НЭ, излагающих религиозно мотивированные моральные обязательства мусульман по «защите ислама», порицание тех, кто отказывается от участия в джихаде, как «munafiq» (отступник, лицемер). Также они включают рассказы о «гнете мусульман и общины/уммат»;
2. Мифологизированные рассказы по истории ислама в его «джихадистском варианте». Рассказы о «праведных предках» (as-salaf as-salihun), пожертвовавших жизнью «во имя торжества ислама». Рассказы о героях войны в Ираке и Сирии – обладателей «ключей от рая». Попытки концептуализировать «потусторонние стимулы» моджахедов и почет в этом мире; откровения моджахедов из Сирии или Ирака, изложенные блогерам из умеренной исламской оппозиции (телефонные разговоры⁷²). Необходимо отметить, что узбекоязычная пропаганда является наиболее распространенной в регионе и охватывает как минимум две страны – Узбекистан и Кыргызстан.

⁷⁰ USIP, International Alert, Religion and stability: Defining and understanding the main trends and factors underpinning religious radicalisation in Tajikistan (2019), pp.34-35, <https://www.whatworks.co.za/project-evidence/international-alert-tajikistan>.

⁷¹ Из материалов Центра исламоведческих исследований при Международной исламской академии Республики Узбекистан.

⁷² Например: Шомда юрган, ўзини «Мужоҳид» деб номлаб олганларнинг асл башараси! Хулосани ўзингиз чиқаринг! <https://www.youtube.com/watch?v=oYwP7mt-jYo>.

Радикальные нарративы, ориентированные на аудиторию внутри **Туркменистана**, до сих пор не изучены в плане источников, содержания и динамики распространения. На 2012-2016 гг. пришелся всплеск распространения радикальных материалов, затем последовал спад, многие старые материалы сейчас недоступны в интернете. Из-за блокировки социальных сетей и других ограничений интернета внутри Туркменистана сайты с радикальным контентом на туркменском языке часто посещались теми гражданами этой страны, которые находились за границей. Наиболее популярными внутри страны и за рубежом по-прежнему являются старые видеозаписи с выступлениями бывшего имама одной из мечетей в Ашхабаде, известного как Атагельды ага (умер в тюрьме после ареста в 2008 году), и лекции по исламу и стихи Ровшена ага (обучался в Саудовской Аравии и Египте, в 2013 году был арестован в Сирии, дальнейшая судьба неизвестна). Другие проповедники и онлайн-источники являются гораздо менее популярными. Дискуссии на политически чувствительные религиозные темы, имевшие место в соцсетях несколько лет назад, сейчас во многом сошли на нет из-за опасений преследования участников. Из-за ограниченной аудитории внутри Туркменистана среди радикалов, особенно среди туркменских мигрантов в Турции, часть нарратива распространяется на турецком и других языках. Также при анализе туркменоязычного нарратива в онлайн-пространстве следует иметь в виду, что большинство этнических туркмен, участвующих в ближневосточном конфликте, являются выходцами из этого региона, и часть нарратива ориентирована именно на эту аудиторию, а не на выходцев из Центральной Азии.

Последние региональные исследования «Интерньюс» подтверждают и дополняют предыдущие⁷³. Таким образом, на основе анализа имеющихся данных, можно выделить следующие категории посылов или идеологических установок:

Политические: призывы к свержению режима Б. Асада; критика Запада (Европы, США), России и их союзников, прямые призывы к джихаду; дискредитация официальных сирийских властей и правительств других стран; призывы изгнать иностранные силы с мусульманских территорий;

Социальные: усилия самой организации, направленные на улучшение качества жизни местного населения (строительство дорог, оказание гуманитарной помощи, борьба с коррупцией);

Религиозные: распространение утопических идей о строительстве халифата, совершение хижры; общие сведения об исламе;

Гуманистические: сведения об угнетении мусульман во всем мире, помощь братьям/сестрам по вере.

⁷³ «Поиск общих интересов». Информационные потоки и радикализация, ведущая к насильственному экстремизму в Центральной Азии (2019).

Эксперты ГИИП и SecDev отмечают, что прямые призывы к джихаду довольно редки, стратегия рекрутинга стала более «мягкой» и продуманной⁷⁴. Зачастую используются определенные «уловки»: распространение нерадикального материала – видео, картинок, текстового материала, демонстрирующих усилия самой организации, направленные на улучшение качества жизни местного населения. Все это делается для демонстрации несостоятельности самого государства и тем самым повышает авторитет той или иной организации⁷⁵.

Как видно из представленного обзора, в мировой практике сложилась традиция проведения углубленного качественного анализа НЭ печатных и визуальных материалов. В центральноазиатском регионе изучение НЭ нарративов, главным образом проходит в рамках более широких исследований. При этом не хватает исследований, посвященных непосредственно контент-анализу текстов и видеороликов насильственных экстремистских групп в интернете.

Целевые группы

Пособие УНП ООН по использованию интернета в террористических целях указывает, что террористическая пропаганда нередко специально рассчитана на то, чтобы быть притягательной для уязвимых и маргинализированных групп общества. Она также может быть адаптирована таким образом, чтобы учитывать демографические факторы, например, возраст или пол, а также социальные или экономические обстоятельства. Интернет может служить особенно эффективным средством вербовки несовершеннолетних, которые составляют значительную часть пользователей⁷⁶. Распространяемые через интернет в целях вербовки несовершеннолетних пропагандистские материалы могут принимать формы мультфильмов, популярных музыкальных видеозаписей или компьютерных игр⁷⁶.

Авторы исследования «Джихадисты из Центральной Азии...» подчеркивают, что особо уязвимой является молодежь: «Многие молодые выходцы из Центральной Азии, пережившие личную неудачу и маргинализацию, начинают чувствовать себя отчужденными и разочарованными своей жизнью - будь то за границей, дома или в приютившей их стране, где они поселились как иммигранты»⁷⁷. Maciej Falkowski и Józef Lang отмечают, что часто молодые люди решают уехать, так как мало что теряют и имеют меньше шансов найти хорошую работу, сделать успешную карьеру, сэкономить деньги или даже создать собственную семью (в традиционных обществах Кавказа и Центральной Азии браку должно предшествовать достижение социального статуса, позволяющего мужчине обеспечить свою жену и детей)⁷⁸. В этой связи к группам повышенного риска относятся внутренние (переехавшие из сельской местности в крупные города) и иностранные мигранты⁷⁹.

В связи с недостаточностью данных по возрастным особенностям групп, на ко-

⁷⁴ ГИИП, Sec Dev. Сегментирование целевой аудитории для определения мер превенции к онлайн-пропаганде насильственного экстремизма в Кыргызстане (2018).

⁷⁵ Sec Dev, VE in Central Asian cyberspace: A survey of digital violent extremism in Central Asia, SecDev /Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2019).

⁷⁶ УНП ООН. Использование интернета в террористических целях (2013).

⁷⁷ Edward Lemon, et.al., Jihadists from Ex- Soviet Central Asia (2018). P.14.

⁷⁸ Maciej Falkowski, Józef Lang, Homo Jihadicus Islam in the former USSR (2015).

⁷⁹ Там же.

торые направлены НЭ нарративы, исследовательской командой также была рассмотрена статистика осужденных по статьям за экстремизм и терроризм.

В **Казахстане** в качестве одной из основных «групп риска радикализации и совершения актов насильственного экстремизма» выделяют молодежь, которая составляет основную аудиторию социальных сетей и других интернет-ресурсов в Казахстане⁸⁰. Примерный возраст – от 16 до 29 лет⁸¹; судя по опубликованным видео, большинство из них представлены молодыми людьми до 29 лет⁸². По данным Генеральной прокуратуры, усредненный портрет человека, осужденного за экстремизм и терроризм, таков: 28 лет; обычно со средним образованием, без специального религиозного образования, женат, имеет детей⁸³. Исследования, проведенные среди казахстанских осужденных за экстремизм и терроризм, показали, что радикализация на базе салафитско-джихадистской идеологии происходила, чаще всего, среди маргинализированной молодежи⁸⁴. Так, согласно статистическим данным, более 80% осужденных за религиозный экстремизм и терроризм в Казахстане – это люди, не имевшие официального трудоустройства и занятые в теневом секторе экономики (базары, частная перевозка и т.п.). Значительная часть из них были детьми внутренних мигрантов, переехавших из сел в более крупные населенные пункты, и испытывавшие в этой связи определенные проблемы с адаптацией.

В географическом плане наибольшее количество уголовных дел рассмотрено в Атырауской, Алматинской, Актыбинской, Южно-Казахстанской, Павлодарской областях и в Алматы⁸⁵. Но подробный анализ официальной статистики по правонарушениям показывает, что западные регионы страны более подвержены насильственному экстремизму. Так, в период с 2011 по 2019 года по статьям «*Акт терроризма*» и «*Создание, руководство террористической группой и участие в ее деятельности*» больше всего осуждено граждан в следующих трех западных областях страны: Атырауской (89 чел), Актыбинской (37) и Западно-Казахстанской (36).⁸⁶ В совокупности это 57% всех осужденных в стране по указанным статьям за аналогичный период.

⁸⁰ Ирина Черных. Интернет-коммуникации в Казахстане: степень мобилизационного потенциала (по результатам социологического исследования), (Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2014), https://www.academia.edu/10401264/Интернет-коммуникации_в_Казахстане_степень_мобилизационного_потенциала.

⁸¹ Серик Бейсембаев. «Специфика и факторы радикализации молодежи в условиях Казахстана», CABAR, 27 июля, 2016, <https://cabar.asia/ru/serik-bejsembaev-spetsifika-i-factory-radikalizatsii-molodezhi-v-usloviyah-kazahstana/>.

⁸² Анастасия Решетняк. Опасные сети: как бороться с онлайн-радикализацией в Казахстане (2018), https://www.soros.kz/wp-content/uploads/2018/09/Решетняк_верстка_.pdf.

⁸³ «Тенгриный». «Составлен социальный портрет террориста в Казахстане», 9 апреля, 2014, <https://tengrinews.kz/crime/sostavlen-sotsialnyiy-portret-terrorista-v-kazahstane-253308/>.

⁸⁴ Серик Бейсембаев. Религиозный экстремизм в Казахстане: между криминалом и джихадом (2015), <http://www.ofstrategy.kz/index.php/ru/research/socialresearch/item/485-religioznyj-ekstremizm-v-kazahstane-mezhdu-kriminalom-i-dzhikhadom>.

⁸⁵ «Тенгриный». Составлен социальный портрет террориста в Казахстане.

⁸⁶ Сайт Комитета по правовой статистике и специальным учетам Генеральной прокуратуры РК <https://qamqor.gov.kz/portal/page/portal/POPageGroup/Services/Pravstat>.

В **Таджикистане** в рамках нескольких исследований были выявлены группы населения, которые являются наиболее уязвимыми для экстремистских пропаганды и рекрутинга⁸⁷. В качестве базы для анализа использовались имеющиеся (весьма неполные) списки таджикских рекрутов в ИГИЛ, интервью с отдельными амнистированными рекрутами, как имеющиеся в СМИ, так и сделанные в ходе полевых исследований, данные опросов и углубленных интервью. Согласно исследованиям, 45% мужчин-рекрутов были в возрасте 24-30 лет, 22% в возрасте 31-37, 19% в возрасте 18-23; 9% в возрасте 38-45 и 4% в возрасте 46-55. Гендерный аспект исследования показал, что большинство женщин-рекрутов находились в возрастных группах 28-35 и 23-27 лет – однако женщины составляли только 11% от общего числа таджикских граждан в ИГИЛ.

Социальный состав: трудовые, внешние мигранты, в основном, проживающие в России⁸⁸; внутренние мигранты – в основном, переселенцы из сельских районов в столицу⁸⁹; представители малого и среднего бизнеса, фермеры, которые особо пострадали в ходе кризиса 2014 -16 гг. По данным Генпрокуратуры за 2017 год, в составе ИГ находятся 1094 таджикских гражданина-приверженца салафизма. Из них 400 уроженцев Хатлонской области, 272 из Согдийской, 254 из районов республиканского подчинения, 139 из Душанбе и 26 — выходцев из Горно-Бадахшанской автономной области. При этом 85% из них — трудовые мигранты, попавшие в поле зрения вербовщиков, находясь в России.⁹⁰

В **Узбекистане** возрастная категория «вовлеченных» исследована слабо. Предварительные данные по исследованиям репатриантов, а также данные из некоторых статей⁹¹ сводятся к следующему: 57% - молодые люди от 19 до 25 лет (из них 12% девушки или жены молодых моджахедов); 22% люди в возрасте 26-45 лет (из этого числа 14-15 % женщины, уехавшие за близкими мужьями или родственниками); до 12% дети и подростки (до 15 лет), увезенные родителями (в основном, матерями); остальные – люди в возрасте от 46 и до 60 (в основном, матери и отцы семейств). Женщин в этой категории примерно половина. В рамках данных же исследований были определены регионы (вилояты/области), жители которых более всего подвержены влиянию медиапродукции деструктивного содержания: это Ташкент и Ташкентская область; Наманган и Наманганская область; Кашкадарьинская область; Андижанская область; Хорезмская область (Ургенч; районы Ханка, Багат); Ферганская область (г. Маргилан, Маргиланский район, г. Коканд, Олтиарикский район); Сырдарьинская область.

⁸⁷ Проект Фонда Сороса «Открытое общество» «Молодежный радикализм в Таджикистане»: «Радикализация в Таджикистане: причины, основные тренды и возможные последствия» (ПРООН), «Исследование проблем и основных тенденций религиозного радикализма в Таджикистане» (Интернешнл Алерт), <https://www.opensocietyfoundations.org/newsroom/open-society-foundations-tajikistan/ru>.

⁸⁸ По официальным данным, около 85% таджикских рекрутов на момент вербовки находились в трудовой миграции в России. См. «Генпрокуратура: 90% таджикских боевиков завербовано в ИГИЛ по интернету», <https://www.dialog.tj/news/genprokuratura-90-tadzhikskikh-boevikov-zaverbovano-v-igil-po-internetu>.

⁸⁹ Достаточно значительная часть рекрутов являются выходцами из нескольких пригородов Душанбе, других городов, где проживают много внутренних мигрантов. Данные подсчитаны на основе данных Прокуратуры РТ за 2017 год, «Спутник-Таджикистан»: «Опасность онлайн: на какие уловки идет ИГИЛ, 11 вербуй граждан Таджикистана», 11 декабря, 2017, <https://tj.sputniknews.ru/analytics/20171211/1024129627/terrorism-migranty-ekstremizm-tadzhikistan.html>.

⁹⁰ Там же.

⁹¹ Исследование Центра исламоведческих исследований при Международной исламской академии. Религиозная ситуация в Узбекистане, (Ташкент, 2019). Выборка 1000 респондентов. Абдуллаева М.З. Кибермаконда ўсмирлар фаолияти: таҳдидлар ва ҳимоя (Подростки в киберпространстве: угрозы и защита), сс. 4-5; Она же. Кибермакондаги хатарлар (Угрозы в киберпространстве), с. 101.

Эти цифры вовлеченных в конфликт на Ближнем Востоке и порядок областей (по возрастающей) в той или иной мере подтверждаются результатами исследований репатриантов из горячих точек (проведенных в июле 2019-январе 2020 гг. в рамках проекта «Поиск общих интересов»)⁹². Для опросов в рамках иницируемого проекта представляется достаточным выбрать города Ташкент, Наманган, Андижан и их области. При обследовании репатриантов установлено, что из изученных 56 случаев именно из этих трех городов и их областей уехало больше всего семей (28 случаев).

Кыргызстан. Согласно исследованию «Смыслы, образы и медиаканалы, способствующие радикализации молодежи Кыргызстана», портрет среднего респондента из группы опрошенных (108 респондентов) это: 22 - 24-летний молодой человек, студент или безработный, верующий, активный пользователь интернета, регулярно потребляющий информацию, как минимум, из трех социальных медиа (в основном, на узбекском или русском, реже на кыргызском языке). Религиозная идентичность для него первична, и ответы на интересующие его религиозные темы он часто ищет в интернете или среди сверстников-пользователей интернета⁹³. Данный портрет частично подтверждается последними исследованиями. Так, ГИИП на основе анализа 10 проведенных ранее исследований, посвященных тематике ПНЭ, провели сегментирование целевой аудитории для определения мер превенции к онлайн-пропаганде насильственного экстремизма в Кыргызстане. Авторы работы отмечают, что важными психологическими особенностями, влияющими на уязвимость к радикализации, являются характеристики, связанные с возрастом. Согласно приведенным данным, возраст с 14 до 18 лет является одним из самых уязвимых, так как именно тогда происходит сильная идеализация своих устремлений и ценностей⁹⁴. Мониторинг исправительных учреждений КР по работе с осужденными за экстремизм и терроризм показывает, что средний возраст осужденных за преступления террористического характера составляет примерно 24 года (лишь один опрошенный был осужден в возрасте 39 лет)⁹⁵. Однако эти данные не говорят о том, в каком возрасте начался процесс радикализации, ведущей к насилию. Практически все опрошенные имели среднее образование.

Авторы исследования, основываясь на результатах вышеприведенного интервью заключенных⁹⁶, также советуют сегментировать аудиторию по степени вовлеченности в процессы радикализации. Для чего предлагают использовать шкалу радикализации, где 0 – отсутствие радикализации, 1 – лица, затронутые радикализацией, 2 – лица, разделяющие экстремистские идеи, 3 – лица, вовлеченные в насильственный экстремизм, 4 – лица, участвующие в террористической деятельности⁹⁷.

⁹² Находится в печати.

⁹³ «Поиск общих интересов». Смыслы, образы и медиаканалы, способствующие радикализации молодежи Кыргызстана (2017).

⁹⁴ ГИИП, Sec Dev. Сегментирование целевой аудитории для определения мер превенции к онлайн-пропаганде насильственного экстремизма в Кыргызстане (2018).

⁹⁵ Отчет по итогам мониторинга исправительных учреждений уголовно-исполнительной системы Кыргызской Республики по работе с осужденными за преступления террористического характера и экстремистской направленности. (Бишкек, 2018), <http://mptf.undp.org/document/download/22440>.

⁹⁶ Там же.

⁹⁷ Более подробно смотрите: ГИИП, Sec Dev. Сегментирование целевой аудитории для определения мер превенции к онлайн-пропаганде насильственного экстремизма в Кыргызстане (2018). Отчет по итогам мониторинга исправительных учреждений (Бишкек, 2018).

В числе факторов уязвимости к радикализации авторы исследования «Уязвимость и устойчивость молодых людей в Кыргызстане к радикализации и экстремизму» вторым по значению после дискриминации выделяют ареал проживания. В исследовании указывается, что наиболее уязвимыми являются два местоположения: Баткенская область (из-за очень сложных пограничных условий и межэтнических отношений) и город Ош (из-за этнического конфликта 2010 года)⁹⁸. Помимо этого, наиболее уязвимой для вербовки группой из числа мигрантов из КР считаются этнические узбеки, являющиеся гражданами КР и приехавшие из южных регионов (преимущественно, Ошской области) КР, которые стали чужими и для Узбекистана, и для своей родины – Кыргызской Республики⁹⁹. Однако, несмотря на то, что в официальных данных и различных исследованиях юг страны рассматривался как наиболее уязвимый к радикализации из-за наибольшего количества граждан, уехавших в зоны конфликта на Ближнем Востоке, нужно иметь в виду, что «выехавшие» были и в ряде северных регионов страны.

В **Туркменистане** исследования уязвимости различных групп к пропаганде насильственного экстремизма и рекрутинга не проводились, и их проведение в настоящее время невозможно. По материалам, имеющимся у национального эксперта, можно предположить, что в некоторых случаях та или иная стадия радикализации затрагивала молодежь внутри страны. Но более частыми являются случаи, когда радикализация граждан Туркменистана – студентов и трудовых мигрантов из числа молодежи – происходит за рубежом (в Турции, Египте, России и других странах СНГ), где выходцы из Туркменистана сталкиваются с потоками альтернативной информации, мало доступными на родине. Однако не во всех случаях радикализация переходит критическую черту. В региональном плане наибольшее число сообщений о преследованиях участников религиозных групп, которых власти обвиняют в экстремизме, относится к Ашхабаду, прилегающим к столице районам Ахалского велаята, а также к Дашогузскому и Лебапскому велаятам, граничащим с Узбекистаном. Спецификой туркменской ситуации является активное использование государством механизма запретов на выезд из страны в случае сомнений в политической или социальной лояльности, есть случаи и уголовного преследования за критические высказывания или религиозную активность за рубежом, вследствие чего некоторые студенты и трудовые мигранты опасаются возвращаться на родину, пытаются найти возможность остаться за границей путем присоединения к тем или иным сообществам, включая преследуемые в их стране НЭ организации.

Каналы коммуникации

Возможности интернета также позволяют охватывать значительную аудиторию, по сравнению с физическими носителями информации, такими как книги, брошюры, CD или DVD. Такие материалы могут распространяться с использованием широкого спектра инструментальных средств, таких, соответственно, как специализированные веб-сайты, целевые виртуальные чат-группы и чат-форумы, онлайн-журналы, платформы социальных сетей типа Twitter и Facebook, а также популярные видео- и файлообменные веб-сайты типа YouTube и Rapidshare. Использование служб индексации, таких как поисковые системы интернета, также упрощает процесс нахождения и извлечения информационного наполнения, связанного с терроризмом¹⁰⁰.

⁹⁸ Эмиль Насритдинов и др. Уязвимость и устойчивость молодых людей в Кыргызстане к радикализации и экстремизму: анализ в пяти сферах жизни, CAA Network (2019).

⁹⁹ Совместное исследование RUSI, RAS, НАН КР: Причины и мотивы радикализации трудовых мигрантов из стран ЦА в Российской Федерации (2018).

¹⁰⁰ УНП ООН. Использование интернета в террористических целях (2013), ст. 4.

В **Кыргызстане** в 2017 году наиболее востребованными каналами являлись (в порядке убывания): YouTube, Facebook, «Одноклассники», VK, Instagram, Twitter и далее мессенджеры WhatsApp, Telegram и Imo¹⁰¹. Исследование популярности онлайн-медиаканалов среди молодежи Кыргызстана, проведенного ГИИП¹⁰² и Институтом электроники и телекоммуникаций при Кыргызском государственном университете имени И. Раззакова в январе – феврале 2019 года, на выборке 3945 респондентов, включая 480 трудовых мигрантов из КР, показало немного иную картину. Самым популярным мессенджером, которым пользуются молодые люди, является Whatsapp (95% респондентов общей выборки), и за ним, с отставанием в три раза, Telegram (32% респондентов общей выборки). Мессенджером Telegram в большей степени предпочитают пользоваться молодые мигранты (64%), чем молодые люди, проживающие в КР (28%). Большинство молодых людей проводит в социальных сетях не меньше 1 – 2 часов в сутки, а каждый 3-й респондент – от 3 часов и больше.

Рассматривая ситуацию в **Узбекистане**, Абдуллаева М. приходит к выводу, что радикальным блогерам и администраторам исламских сайтов удалось создать определенную аудиторию, которая, будучи виртуальной, смогла обойти предупредительные меры правоохранительных органов¹⁰³. На основе обширной статистики¹⁰⁴ исследовательница приходит к выводу, что уровень сетевого вовлечения молодежи в последние два года (2018-2019) серьезно повысился (до 300%), в связи с реформами в Узбекистане, коснувшимися доступа к ранее закрытым интернет-ресурсам¹⁰⁵. В. Михайлов в исследовании «Интернет-ресурсы, на которых распространяются идеи насильственного экстремизма, ведущего к радикализации и терроризму»¹⁰⁶ приводит 552 интернет-ресурса¹⁰⁷ (веб-сайтов, а также в приложениях Facebook, OK.ru, Telegram.me, Twitter.com, Youtube.com и др.). Эти медиаресурсы, по мнению автора, являются «интернет-источниками, которые вербовщики активно используют для рекрутинга, а также для саморадикализации». Однако при проведении ПОЛ выявлено, что до 20% ресурсов не активны; кроме того, в список вошли образовательные сайты, например, Исломбека Набиева¹⁰⁸, Zikir jon¹⁰⁹, islomnuri¹¹⁰ и др.).

¹⁰¹ «Поиск общих интересов». Смыслы, образы и медиаканалы, способствующие радикализации молодежи Кыргызстана (2017).

¹⁰² ГИИП, Sec Dev. Сегментирование целевой аудитории для определения мер превенции к онлайн-пропаганде насильственного экстремизма в Кыргызстане (2018).

¹⁰³ Хотя следует заметить, что отслеживание интернет-сетей и WEB-приложений для профессионалов становятся способом выявления групп, которые стараются выйти из «интернет-подполья» и встретиться с единомышленниками. Так были арестованы некоторые группы в Узбекистане. Kommersant-Uz, “В Узбекистане двух кокандцев арестовали за экстремизм в Telegram”, 23 января, 2020. (<https://kommersant.uz/v-uzbekistane-dvuh-kokandtsev-arestovali-za-ekstremizm-v-telegram/>).

¹⁰⁴ Например, исследовательница предлагает результаты своих подсчетов тех вопросов, которые реципиенты задают на известных исламских сайтах, либо фактов заинтересованности в политических вопросах и т.п.

¹⁰⁵ Абдуллаева М.З. Кибермаконда ўсмирлар фаолияти: таҳдидлар ва ҳимоя (Подростки в киберпространстве: угрозы и защита), сс. 4-5; Она же. Кибермакондаги хатарлар (Угрозы в киберпространстве), с. 101.

¹⁰⁶ Виктор Михайлов. *Интернет-ресурсы, на которых распространяются идеи насильственного экстремизма, ведущие к радикализации и терроризму: исследование* (2018). <https://crss.uz/2018/10/11/issledovanie-rasprostranenie-idej-nasilstvennogo-ekstremizma-radikalizaciya-verbovka-i-terrorizm/>.

¹⁰⁷ Интересно, что по результатам работы аналитиков The SecDev Group, с августа по октябрь 2018 года выявлено 140 центральноазиатских аккаунтов в социальных сетях, активно распространяющих контент НЭ среди более чем 324 000 подписчиков.

¹⁰⁸ Исломбек Набиев, профиль на Facebook, 15 Мая 2020 г., <https://www.facebook.com/profile.php?id=100022421798255>.

¹⁰⁹ [https://www.ok.ru/profile/559665783490\\$](https://www.ok.ru/profile/559665783490$).

¹¹⁰ <https://ok.ru/profile/588612852016>.

Центр исламоведческих исследований при Международной исламской академии (Узбекистан) в своей исследовательской работе смог выявить следующие основные **каналы и Web-приложения**, которые посещали трудовые мигранты и которые использовали проповедники: WhatsApp, Telegram, «Одноклассники» и др. Самым популярным каналом и его приложениями среди трудовых мигрантов из Узбекистана был и остается kavkazcenter.com. Такой же популярностью пользуются: islom.dini.com, echimislomda.com, islomovozi.com, jundurrahmon.biz и др. В настоящее время в Узбекистане многие сайты и каналы, пропагандирующие идеи НЭ, недоступны, однако их фрагменты (отдельные проповеди) активно «репостятся» или пересылаются знакомым в приложениях (WhatsApp, Telegram, «Одноклассники» или в Facebook и др.).

В исследовании «Интернешнл Алерт» и ПРООН по проблемам радикализации в **Таджикистане** приводились данные по источникам и каналам онлайн-рекрутирования. В частности, говорилось, что значительная часть таджикских рекрутов в ИГИЛ была завербована через онлайн-каналы – среди них онлайн-TV, видеоблоги, частные блоги на YouTube, в социальных сетях (Facebook, «Одноклассники» и Twitter).¹¹¹ В исследовании EFCA¹¹² говорилось также о роли спутниковых каналов, спонсируемых различными фондами, связанными с государствами Персидского залива. Так, значительную роль в распространении «радикальной пропаганды» сыграл канал спутникового телевидения «Висоли Хак», который вещал на фарси, с фокусом на таджикскую аудиторию и тематику. По данным английских медиа, канал спонсировался Посольством Саудовской Аравии в Лондоне.¹¹³

В **Туркменистане** многие социальные сети и мессенджеры блокируются и недоступны, в основном, только через VPN, что связано с дополнительными расходами. По предварительным данным, наиболее популярными являются сети «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, из мессенджеров – IMO, использование WhatsApp и Telegram затруднено. Вопрос доступности и популярности сетей и мессенджеров в контексте темы проекта будет дополнительно изучаться в ходе интервьюирования.

¹¹¹ USIP, International Alert, Religion and stability (2019), p.33, Проект «Radicalization in Tajikistan: Causes, Main Trends and Potential Consequences» (Радикализация в Таджикистане: причины, основные тренды и возможные последствия), реализованный офисом UNDP в Таджикистане в 2017- 2018 годах.

¹¹² EFCA, The contribution of positive youth development in Tajikistan to effective peacebuilding and to countering or preventing violent extremism: successes, limitations, and recommendations (2019) page 19-20 <https://www.youthpower.org/resources/contribution-positive-youth-development-tajikistan-effective-peacebuilding-and-countering-or-preventing-violent-extremism-successes>.

¹¹³ Там же.

Вопреки ожиданиям, **казахстанский** эксперт не обнаружил национальных исследований, упоминающих, какие каналы коммуникации чаще использует НЭ группы. Последнее исследование «Опасные сети: как бороться с онлайн-радикализацией в Казахстане»¹¹⁴ не показывает эти «опасные сети», а прорабатывает вопрос понимания коммуникаций с экстремистским контентом со стороны официальных структур, ответственных за профилактику экстремизма и контрпропаганду в Казахстане.

Как видно, в ряде стран ЦА слабо изучены каналы коммуникации запрещенных насильственных групп. Результаты регионального мониторинга социальных сетей, проведенного SecDev Group в период с августа по октябрь 2018 года с целью оценки использования социальных сетей участниками НЭ в Центральной Азии¹¹⁵, показывает, что активные в онлайн-пространстве ЦА организации, главным образом, используют следующие сети: Telegram, YouTube, Twitter, Facebook, VK, «Одноклассники», Google+, Instagram, Vimeo, LiveJournal, WhatsApp. Из них Telegram является наиболее распространенным и используется всеми выделенными для изучения организациями.

Ценностные ориентиры молодежи Центральной Азии

Молодежь является наиболее чувствительной к призывам экстремизма и радикализма. Но молодежь – это обширная группа людей, которая очень неоднородна по своему составу. Проанализировав современные возрастные периодизации, можно отметить, что исследователи делят возраст молодежи (18-35 лет) на три стадии: поздняя юность (15–21 год), ранняя зрелость (21–25 лет) и средняя зрелость (25–40 лет). Данное разделение внутри одного возрастного периода усложняет анализ данных о ценностных ориентациях, тем более возникают трудности с разработкой единой коммуникативной стратегии, так как даже фактор возраста демонстрирует необходимость формулирования разных коммуникативных стратегий для этих возрастных этапов.

Когда мы говорим о радикализации, одной из сложностей является трудность оценки вовлеченности респондентов в экстремистскую деятельность. При опросе молодежи, не знакомой с радикальными организациями и идеями, которые эти организации несут в массы, существует возможность развития интереса у ранее не вовлеченной части населения лишь вследствие их информирования. Другая крайность – это изучение лиц, чьи деяния доказаны и получили судебную оценку. Экстремисты, которые уже арестованы и осуждены, представляют собой весьма специфическую группу, и полученные при их изучении результаты не могут быть перенесены на всю совокупность лиц, склонных к такого рода поведенческим девиациям.

Достоверность получаемых данных при изучении экстремистского или радикализованного поведения в значительной степени снижается в связи с высокой вероятностью его социального (а порой и уголовного) осуждения, что заставляет обследуемых давать социально желательные ответы, демонстрируя высокую тенденцию к установочному поведению¹¹⁶. Чем сильнее общество осуждает те

¹¹⁴ Анастасия Решетняк. Опасные сети: как бороться с онлайн-радикализацией в Казахстане (2018).

¹¹⁵ ГИИП, SecDev. Насильственный экстремизм в Центральной Азии (2019).

¹¹⁶ Установочное поведение — поведение, определяемое стремлением (установкой) «подавать» себя в более выгодном свете. Как правило, это связано с желанием активно повлиять на результаты исследования, но может быть связано со стремлением «хорошо» выглядеть или понравиться данному исследователю.

виды экстремистского поведения, которые мы изучаем, тем больше вероятность получения от респондента или испытуемого социально желательных ответов. В силу высокой тенденции к установочному поведению в исследованиях, посвященных радикальному (экстремистскому) поведению, желательно применение «защищенных» методик, то есть имеющих шкалы контроля искренности и достоверности.

В научной литературе не раз упоминается тот факт, что экстремисты имеют определенную систему ценностей, которые формируются под влиянием множества факторов и оказывают влияние на личность и деятельность как каждого из них в отдельности, так и на всю группу в целом. Есть основания предполагать, что ценностные ориентации экстремистов отличны от общепринятых, что они имеют свою иерархичную структуру и что именно этой структурой определяется поведение экстремиста в социуме¹¹⁷. Но есть и другая точка зрения, которая утверждает, что экстремисты обладают общепринятой системой ценностей, то есть придерживаются обычных норм, используя их для оправдания отклоняющегося поведения. Нормы просто «размыты». Или же человек не делает выбор между противоправным и законопослушным поведением, а «дрейфует» где-то между этими двумя противоположными точками, оправдывая свою радикализованность смягчающими обстоятельствами¹¹⁸. Экстремист расширяет круг смягчающих обстоятельств, чтобы включить сюда свою собственную ситуацию и оправдать свое поведение. «Дрейф» делает возможным нейтрализация, поскольку это процесс освобождения экстремиста от моральных уз, накладываемых законом.

Что же такое ценности, ценностные ориентиры? Ценности – это то, что является для человека наиболее важным и обладает для него личностным смыслом¹¹⁹. Именно ценности определяют главные и относительно постоянные отношения человека к миру, другим людям, к самому себе¹²⁰. Именно ценности обладают личностным смыслом для человека, становятся регуляторами и ориентирами его жизни и поступков.

Преобладание одной ценности над остальными формирует иерархию ценностей, или ценностные ориентации (value orientations¹²¹), и определяется как направленность личности на определенные ценности¹²². Исследователи отмечают различия в ценностных ориентациях между представителями молодежи, проживающими в городе и в селе¹²³, обладающими разным уровнем образования и уровнем дохода. Также отмечают влияние пола, профессии, семейного положения и много другого¹²⁴.

¹¹⁷ Дворянчиков Н. В. и др. Ценностные ориентации правых экстремистов // Психологическая наука и образование. – 2010. – Т. 15. – №. 5. – С. 92-103.

¹¹⁸ Психология личности. Учебное пособие / под ред. проф. П. Н. Ермакова, проф. В. А. Лабунской. — М.: Эксмо, 2007 — 653[3] с.

¹¹⁹ Леонтьев Д.А. Психология смысла. М., 1999.

¹²⁰ Bardi, A., & Goodwin, R. (2011). The dual route to value change: Individual processes and cultural moderators. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 271–287. <https://doi.org/10.1177/0022022110396916>.

¹²¹ Schwartz S. H. Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations // *Measuring attitudes cross-nationally: Lessons from the European Social Survey*. – 2007. – С. 161-193.

¹²² Рюшина Л.М. Формы общения: ценностно-смысловой анализ. Автореф. на д-ра психол. наук. Ростов н/Д., 2005.

¹²³ Ешпанова Д. Д., Айтбай К. О., Айдарбеков З. С. Молодежь Казахстана: проблемы ее социального развития // Социологические исследования. – 2008. – №. 5. – С. 58-66.

¹²⁴ Kogan I. Ethnic minority youth at the crossroads: Between traditionalism and liberal value orientations // *Growing up in Diverse Societies*. – British Academy, 2018.

Одно из масштабных (опрошено 1000 человек) исследований ценностных ориентаций в Центральной Азии – межстрановое социологическое исследование «Молодежь Центральной Азии»¹²⁵, проведенное в 2016 году, в фокусе которого – молодые люди от 14 до 29 лет, проживающие в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане. Проект был проведен Исследовательским институтом «Общественное мнение» (Астана, Казахстан) по заказу Регионального офиса Фонда им. Фридриха Эберта в Центральной Азии и был базируется на методологии немецкого исследовательского проекта.

Согласно этому исследованию¹²⁶, респонденты из четырех стран (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан) единогласно выбрали чувство собственного достоинства как наиболее ценное качество. Второе ценное качество – честность – выбрали узбекистанцы (21,0%) и кыргызстанцы (15,4%). Для казахстанцев вторым ценным качеством является социальный престиж (статус в обществе, важность в обществе) – 22,1%, а для таджикистанцев – благосостояние (17,7%). Третьим качеством для таджикистанцев и узбекистанцев является преданность (22,6% и 23,1%), для остальных респондентов из Кыргызстана (20,2%) и Казахстана (12,1%) – честность.

Казахстан. Исследования¹²⁷ фиксируют укоренение в молодежной среде Казахстана рыночных стандартов поведения (экономическая свобода действий, предприимчивость, гибкость, способность к риску). У молодежи в меньшей степени развит страх перед завтрашним днем, на высоком месте находится стремление к достойной жизни, желание подняться выше среднего уровня. На первое место вышли такие ценности, как свобода, материальное благополучие. Перспективу социального становления, улучшения социального самочувствия молодежь связывает с решением проблем профессионального выбора, возможностью самореализации, обретением желаемого социально-профессионального статуса. Данные социологических исследований¹²⁸ свидетельствуют о том, что молодежь в качестве приоритетных целей выбирает достижение деловой карьеры (23,1%); получение образования (21,9%) и материальное благосостояние (27,1%).

¹²⁵ Ракишева Б. И., Мажитова А. Б., Ашкенова Г. Т. Ценностные ориентиры казахстанской молодежи (по итогам межстранового сравнительного социологического исследования) // ББК 60.5 М 74. Главный редактор. – 2018. – С. 147. https://ask-aleumettanu.kz/upload/iblock/9ae/sbornik-kongress-sots_2018-_1_.pdf#page=147

¹²⁶ Молодежь Центральной Азии. Казахстан. На основе социологического опроса. Издание второе. Под научным руководством проф. Клауса Хуррельманна (Германия, Берлин). Алматы, 2016. – 281с.

¹²⁷ Маратова С. Ш. Ценностные ориентации молодежи. // Саясат. 2003. N 4. С. 31 - 32.

¹²⁸ Зайниева Л., Калетаев Д., Шойкин Г. Молодежь Казахстана в условиях демократизации общественных и экономических отношений. Астана, 2004.

Также исследователи делают вывод о противоречивости ценностных ориентаций молодежи Казахстана: наличие традиционных ценностей (отношение к семье, браку, уважение к старшим) сочетается с проявлением крайнего индивидуализма ¹²⁹.

Кыргызстан. Ценностные ориентиры, которым следует студенческая молодежь Кыргызстана – здоровье, счастливая семейная жизнь и верные, хорошие друзья. Соответственно, на достижение этих ценностей направлена их активность. В то же время ценности, важные для саморазвития и самоопределения человека, такие как красота, творчество и получение удовольствия от жизни, занимают последние позиции в структуре ценностей как у кыргызстанских студентов-юношей, так и девушек ¹³⁰.

Ценности являются устойчивым и долговременным фактором поведения человека, и данные, полученные в исследовании, проведенном Н.А. Багдасаровой ¹³¹ с коллегами в 2014 году на тему «Молодежь Кыргызстана: ценностные ориентации, социальные настроения и конфликтное поведение», допустимо рассматривать по отношению к современной молодежи. Но полученные результаты показывают наличие определенной проблемы – а именно, отсутствие четкой иерархии ценностей у молодежи Кыргызстана ¹³².

При детальном подробном исследовании ценностей выявляются наиболее предпочитаемые жизненные ценности молодежи КР ¹³³ – это здоровье, счастливая семейная жизнь, наличие хороших друзей, любовь. Эти ценности, согласно типологии Д.А. Леонтьева (1992), относятся к ценностям личной жизни. По Ш. Шварцу, эти ценности относятся к шкале «Благожелательность», и здоровье рассматривается как отдельная самостоятельная ценность. Но при сравнении баллов, полученных за доминирующие ценности и менее значимые ценности в методиках исследований, можно заменить незначительные интервалы между ними, что позволяет предположить, что выстроенная иерархия требует дополнительных доказательств, и все более достоверным становится вывод о низкой степени сформированности психологического механизма ценностных ориентаций, т. е. особенности дифференциации ценностей (умение испытуемых производить ценностный выбор).

¹²⁹ Ткачева Н. А., Баймухаметова Р. С. Ценностные ориентации казахстанской молодежи // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2016. – Т. 8. – №. 6-2. <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-kazahstanskoy-molodezhi>.

¹³⁰ Чолпонкулова Н. Т. Ценностные ориентации студенческой молодежи в посткризисный для Кыргызстана период (2010-2011 гг.) // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2018. – №. 2 (38).

¹³¹ Н.А. Багдасарова. Молодежь Кыргызстана: ценностные ориентации, социальные настроения и конфликтное поведение. Отчет о результатах исследования. – Бишкек, 2014.

¹³² Чолпонкулова Н. Т. Студенты Кыргызстана: социальная активность и ценностные ориентации. Вестник Кыргызского национального университета им. Ж.Баласагына, 2018 <http://arch.kyrlibnet.kg/?&npage=download&nadd=22255>.

¹³³ цит по. Белецкая А. А., Малых С. Б. Особенности жизненных стратегий учащихся старших классов (кросс-культурный аспект): дис. – Психологический институт РАО, 2012.

Таджикистан. Пять основных приоритетов для респондентов из Таджикистана¹³⁴: быть преданным (в отношении партнера, друзей, работодателя) - 92,3%, принимать здоровую пищу - 90,1%, состоять в браке - 88,4%, брать на себя ответственность - 83,2%, хорошо выглядеть - 78,7%.

Внутристрановых исследований по Таджикистану за последнее десятилетие в свободном доступе в интернет-пространстве не найдено. Основной массив публикаций носят теоретический характер, где исследователи утверждают об изменении ценностных ориентиров таджикской молодежи с доминированием материального благополучия как ведущей ценности¹³⁵, но эмпирических исследований не описывают. Часть исследований проводится на территории России¹³⁶, где описываются ценностные ориентации таджикских студентов в российских вузах¹³⁷, но данные исследования проводятся на малых выборках, что затрудняет использование полученных данных для описания ценностных ориентаций молодежи Таджикистана в целом.

Туркменистан. Схожая ситуация складывается и в Туркменистане. Название нескольких найденных публикаций показательно описывают то, что происходит в сфере исследований ценностей в Туркменистане:

- «Формирование ценностных ориентиров туркменской молодежи (на примере книги «Рухнама»¹³⁸ (Хайдарова Н. М., Шурыгина Ю. А., 2017);
- «Социально-этнографический анализ традиционных ценностей туркмен»¹³⁹ (Абдулмуталинова Т. А. и др., 2012);
- «Семейные традиции в пословицах и поговорках русского и туркменского народов»¹⁴⁰ (Язлыев А., Язлыева Ш. А., 2015).

¹³⁴ Ракишева Б. И., Мажитова А. Б., Ашкенова Г. Т. Ценностные ориентиры казахстанской молодежи (по итогам межстранового сравнительного социологического исследования) // ББК 60.5 М 74. Главный редактор. – 2018. – С. 147. https://ask-aleumettanu.kz/upload/iblock/9ae/sbornik-kongress-sots_2018-1_.pdf#page=147.

¹³⁵ Рахматуллаева М. А. Образовательная стратегия Таджикистана в условиях трансформации общества // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. – 2014. – №. 2 (39).

¹³⁶ Ганиева Н. Р. Этнокультурные стереотипы: анализ ценностных установок этносов в русской и таджикской культуре // Социально-гуманитарный вестник Юга России. – 2012. – №. 1. – С. 148-154.

¹³⁷ Астафьева Л. С. Особенности воспитания иностранных студентов в России в контексте их религиозных установок и ценностных ориентиров // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2012. – №. 2. – С. 232-241.

¹³⁸ Хайдарова Н. М., Шурыгина Ю. А. Формирование ценностных ориентиров туркменской молодежи (на примере книги «Рухнама») // Межкультурная коммуникация в современном мире: сб. – 2017. – С. 83.

¹³⁹ Абдулмуталинова Т. А. и др. Социально-этнографический анализ традиционных ценностей туркмен // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. – 2012. – №. 6-2. – С. 5-7.

¹⁴⁰ Язлыев А., Язлыева Ш. А. Семейные традиции в пословицах и поговорках русского и туркменского народов. // Славянские чтения-10. – 2015. – С. 194-198.

Таким образом, данные исследования описывают те ценностные ориентиры, которые необходимо развивать, причем упор делается на национальные традиционные ценности туркменской молодежи. Исследование ценностей туркмен, проживающих в России¹⁴¹, позволило выделить три основных доминирующих ценностных ориентира: семья и продолжение рода (60,5%), уверенность в завтрашнем дне, т.е. стремление обеспечить семье возможности дальнейшего развития (53,3%), чувство собственного достоинства (49,3% респондентов), что совпадает с результатами межстранового социологического исследования «Молодежь Центральной Азии», куда не вошли результаты по Туркменистану.

Узбекистан. Согласно исследованию «Духовно-нравственные ценности граждан Узбекистана»¹⁴², «одной из главных своих целей в жизни узбекистанцы ставят создание семьи и воспитание достойного поколения. Далее в иерархии целей жизни узбекистанцев идут социальная и гражданская активность, образование, труд и материальное благополучие, определяющие перспективу и дающие уверенность в будущем»¹⁴³. При рассмотрении ценностей различных групп (по полу, месту проживания – город или село) выявлено, что создание семьи и воспитание детей является целью жизни для одинакового количества горожан и сельчан, мужчин и женщин. Вместе с тем женщины чаще в качестве цели жизни называли получение образования, тогда как мужчины – трудоустройство на хорошую работу и карьеру, а также материальное благополучие. Создание семьи и воспитание детей как цель в жизни перед собой поставили граждане среднего возраста (31 - 50 лет), тогда как для молодежи на сегодняшний день являются приоритетными получение образования и трудоустройство на хорошую работу.

Таким образом, молодежь, проживающая в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане, Туркменистане и Узбекистане, демонстрирует противоречивость собственных ценностных ориентаций: среди доминирующих ценностей – и коллективистские (наличие семьи, соблюдение традиций), и крайне индивидуалистские (уважение к себе, независимость, в том числе и финансовая, внешняя привлекательность). Отличия в ценностных ориентациях тоже присутствуют: так, для молодежи Казахстана очень значимо социальное мнение (социальный престиж, уважение других), для молодежи Кыргызстана значимо социальное взаимодействие (честность, справедливость, друзья), молодежь Таджикистана отмечает высокую значимость для себя финансового благополучия, в данных по молодежи и Туркменистана, и Узбекистана – высокая потребность и ценность уверенности в будущем.

В классификации Шварца, которая будет использоваться в дальнейшем поле-вом исследовании, ценности молодежи Центральной Азии – это: благожелательность (благополучие себя и близких), самостоятельность (быть независимым, стремление к свободе), универсализм (значимость понимания, благодарности, терпимости и справедливости для всех, а не только близких), власть (стремление к достойной жизни, желание подняться выше среднего уровня, материальное благополучие, достижение деловой карьеры, получение образования).

¹⁴¹ Дангатарова Б. М. Туркменское общество на Ставрополье: тенденции этнокультурного развития // Социологические исследования. – 2008. – Т. 7. – №. 1.

¹⁴² Убайдулаева Р. А. Духовно-нравственные ценности граждан Узбекистана // Социологические исследования. – 2010. – №. 1. – С. 47-57.

¹⁴³ Убайдулаева Р. А. Духовно-нравственные ценности граждан Узбекистана // Социологические исследования. – 2010. – №. 1. – С. 47-57.

Выводы

Драйверы радикализации. Исследователи сходятся во мнении о невозможности определения единых причин радикализации, которые представляют собой совокупность различных факторов и причин. Наиболее действенными факторами, влияющими на уязвимость радикализации, эксперты считают поиск различных форм идентичности (индивидуальной, групповой, религиозной, национальной и др.), дискриминацию и неравенство. В качестве причин радикализации в работах по Центральной Азии также указывают влияние неравенства и дискриминации, чаще - влияние структурных факторов, таких как политические, социально-экономические проблемы. Особо выделяется вопрос миграции и охвата интернет-сетей, которые повышают доступ к радикальному контенту, но эти выводы также дискутируются в связи с тем, что так же, как и структурные факторы, не отвечают на вопрос: почему при наличии данных факторов основное население не радикализуется до насилия?

Запрещенные экстремистские группы. Единых списков организаций, запрещенных в Центральной Азии, нет; в каждой стране данный список отражает существующую политическую и религиозную ситуацию. Для этих списков характерно включение в списки таких организаций: не активных в ЦА (в рамках региональных соглашений); организаций ненасильственного характера; структурных подразделений тех или иных организаций в качестве самостоятельных групп; уже «мертвых» организаций, а также обобщений, не позволяющих определить организацию (например, «джихадисты» или «ваххабиты»). Таким образом, в качестве активных в регионе насильственных групп были выделены: «Хайят Тахрир аль-Шам», «Исламское государство», Исламская партия Туркестана, «Катибат Имам Бухори», «Союз исламского джихада», «Тавхид ва Джиход Катибаси» («Жаннат ошиклари») и «Ат-такфир-уаль-хиджра». Как видно, все эти группы используют религиозную исламскую риторику в своей пропагандистской работе.

Несмотря на результаты анализа SecDev и ГИИП, «Хизб ут-Тахрир» не был включен в данный список, так как его определение в качестве насильственной экстремистской организации является дискуссионным, нет достаточных подтверждающих количественных и качественных данных. Однако, исследование будет охватывать тех отдельных лидеров и блогеров, которые оправдывают деятельность НЭ организаций¹⁴⁴. Кроме того, исследование будет охватывать не аффилированных с НЭ организациями блогеров и лидеров, продвигающих насильственный контент.

¹⁴⁴ Например, Махмуд Абдульмумин, <http://www.youtube.com/watch?v=khKVeQHIGsE>,

В мировой практике сложился определенный опыт проведения анализа нарративов НЭ организаций. Анализ публикаций ИГ и «Джабхат ан-Нусра» показывает, что ключевым нарративом, распространяемым организациями, является идентичность (групповая и личная). Данный нарратив принимает различные формы, такие как образы героя, гомофилия, дискредитация других групп, моральные обязательства и др. В Центральной Азии тема требует дальнейшего изучения, так как более рассматривалась в контексте других исследований, а качественного контент-анализа не проводилось. Из имеющихся данных можно сделать вывод, что общие послы остаются справедливыми и для стран ЦА: это борьба с неверными, свержение несправедливых режимов, построение халифата, помощь братьям и др., которые транслируются с учетом специфики каждой из стран.

Исследования отмечают, что наличие радикального нарратива само по себе не является проблемой. Функциональность социальной сети (высокий уровень социального онлайн-взаимодействия вокруг этого нарратива) заставляет многих ученых, политиков и других людей считать, что интернет играет значительную роль в процессах современной радикализации. Кроме того, эффективность онлайн-пропаганды подкрепляется соответствующей оффлайн-поддержкой. Социальные связи формируют то, как люди будут интерпретировать внешнюю информацию и события, принимать и отвергать. Это показывает важность социально-политического, религиозного контекста (на структурном уровне) и имеющихся социальных связей (на индивидуальном уровне), в котором данные нарративы продвигаются.

Целевые группы. Практически все исследования сходятся во мнении, что наиболее уязвимой группой является молодежь, в силу ряда психологических и социальных особенностей. Средний возраст осужденных за преступления экстремистского и террористического характера варьируется в каждой стране: так, в Казахстане это 28 лет, в Кыргызстане – 24 года. В Таджикистане средний возраст мужчин-рекрутов составил 30 лет, а в Узбекистане 32 года. Однако эти данные не дают представления о возрасте, когда начали формироваться радикальные настроения. В данном случае считаем целесообразным выделение возрастной группы 18-35 для проведения исследования и разработки коммуникационной стратегии, с возможным сужением до 18-28.

Каналы коммуникации НЭ организаций рассматривались в рамках различных региональных исследований. В качестве наиболее распространенных указываются YouTube, Facebook, «Одноклассники», VK, Telegram, Twitter, WhatsApp, Instagram, Vimeo, LiveJournal, IMO. Следует учесть, что популярность платформ может меняться с течением времени: так, в последнее время среди аудитории ЦА набирает популярность TikTok.

Приложение 2.

Технологический процесс сбора и очистки данных и его результаты

Сбор данных в системе автоматизированного мониторинга Brand Analytics (далее Система) был запущен 9 июля в 10.00 и закончился 19 июля в 11.42 (по московскому времени). Мониторингом были охвачены все индексируемые алгоритмом Системы источники – СМИ, форумы, блог-платформы, социальные сети и информационные каналы мессенджера Telegram. Общее количество упоминаний с 1 января 2019 года по 19 июля 2020 года - 1 610 164.

Формирование поисковых запросов проходило с учётом требований Brand Analytics. Поскольку система имеет ограничение в 50 ключевых слов/словосочетаний, поисковые запросы были распределены на 4 темы, благодаря чему был обеспечен полноценный охват медиапространства без ограничения по географии и языку (Таблица 1).

Таблица 1. Пример распределения по тематикам.

#	Название ↑	Сегодня	Неделя	Всего
1	Тема 1.1. Религиозные термины Данные собираются с 02.07.20	625	7 479	659 734
2	Тема 1.2 Религиозные термины Данные собираются с 02.07.20	666	8 854	637 094
3	Тема 2. Словосочетания Данные собираются с 02.07.20	130	2 549	281 651
4	Тема 3.0 Персоны Данные собираются с 02.07.20	28	243	31 685

Полученный массив был очищен от нерелевантного контента в два этапа:

1. На этапе формирования поисковых запросов внутри Системы были протестированы все ключевые фразы и выявлены «стоп-слова», наличие которых не предполагает, что это упоминание относится к теме исследования. При обнаружении в Сети информации с этими словами упоминания не заносились в массив, тем самым не увеличивая объём собранной информации.
2. После завершения ретроспективного сбора данных произведена очистка массива с помощью фильтров внутри интерфейса. Например, по ключевому слову «джихад/Jihad» были удалены 62 сообщества об электронной музыке и более 6000 упоминаний творчества арабского диджея с творческим псевдонимом Jihad. В целом по имени собственному «Джихад» было удалено более 60000 тысяч упоминаний на фарси, английском, хинди и арабском языках. Чистка нерелевантных источников была проведена во всех источниках – удалены аккаунты легально существующих общественных организаций и социально-политических сообществ, чьи комментаторы допускали использование ключевых слов вне исследуемого контекста.

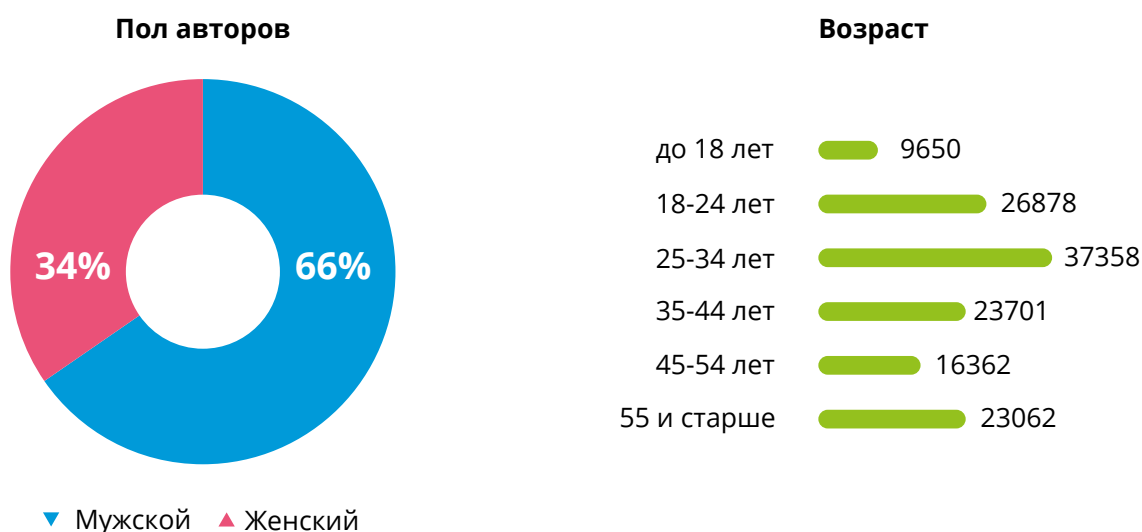
3. Ручная обработка массива данных состояла в профилировании авторов наиболее релевантных сообщений и выявлении степени виральности как публикаций, так и конкретных терминов. Для чего были привлечены шесть волонтеров, для которых был проведен предварительный тренинг по работе с Системой.

Данные первой фазы чистки массива

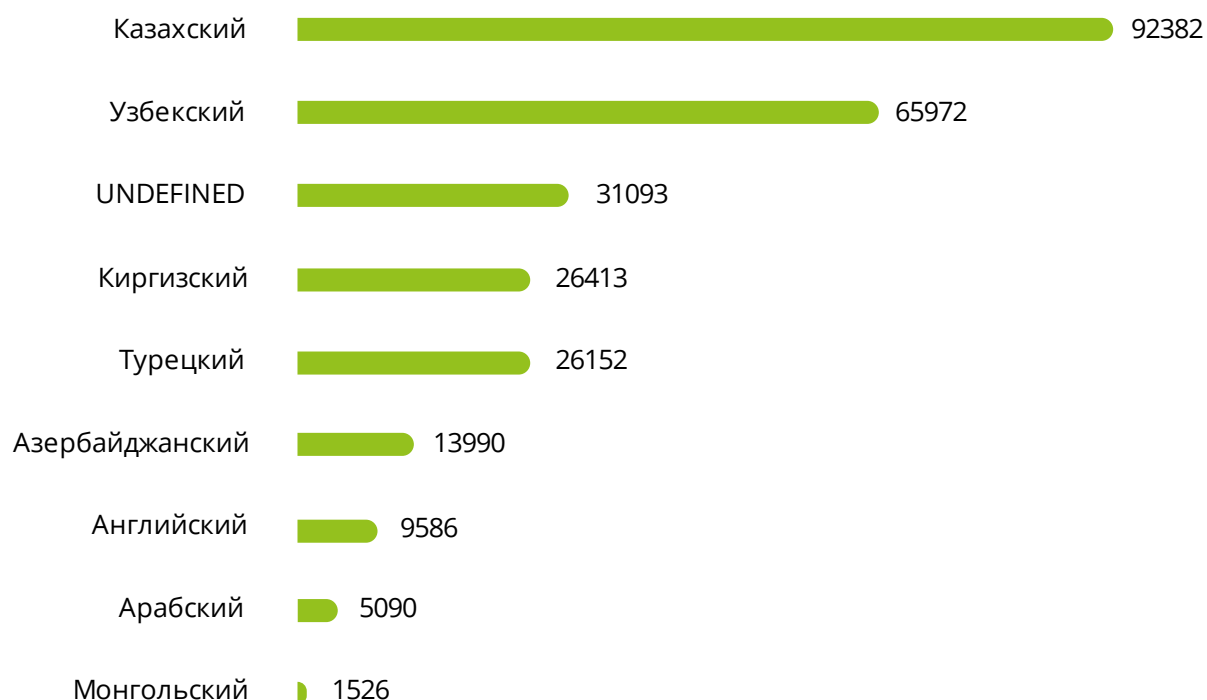
Данные после первой фазы чистки составили 637 488 упоминаний. Поскольку часть упоминаний, как и их авторов, присутствует во всех созданных темах, не следует воспринимать представленную статистику как абсолютно верный показатель. Прежде всего – ввиду специфики контента, предполагающего определённый уровень анонимности, активной миграции представителей различных наций внутри ЦАР и СНГ, а также фактического размещения технической инфраструктуры, обеспечивающей пользователям доступ в Интернет. В таблице представлена разбивка по категориям источников обнаруженной информации:

Категория	Тема 1,1	Тема 1,2	Тема 2	Тема 3	Итого
Соцсети	221599	261595	94012	18920	596126
Микроблоги	13690	11855	7818	70	33433
Видео	1215	1279	643	364	3501
Блоги	896	1097	595		2588
Форумы	175	231	414		820
Отзывы	3	4	2		9
Мессенджеры	259	210	108	2	579

Большая часть аккаунтов, призывающих к противоправным действиям на религиозной почве, по вполне понятным причинам достоверных личных данных не содержит. Авторы регистрируются под вымышленными именами формата «Джон Соломон»/«Дарья Иванова». Исходя из данных предоставленных Системой аудитория делится по гендерному и возрастному признакам следующим образом:



Согласно данным Brand Analytics основными для тематических коммуникаций стали следующие языки:



Меткой **UNDEFINED** помечены сообщения, не определённые Brand Analytics в силу некорректного (по мнению семантического ядра системы Brand Analytics) использования кириллицы/латиницы в написании. Чаще всего к таким относятся нахско-дагестанская языковая группа, таджикский, казахский, киргизский языки и публикации, а также публикации, где текст распознавался на изображениях.

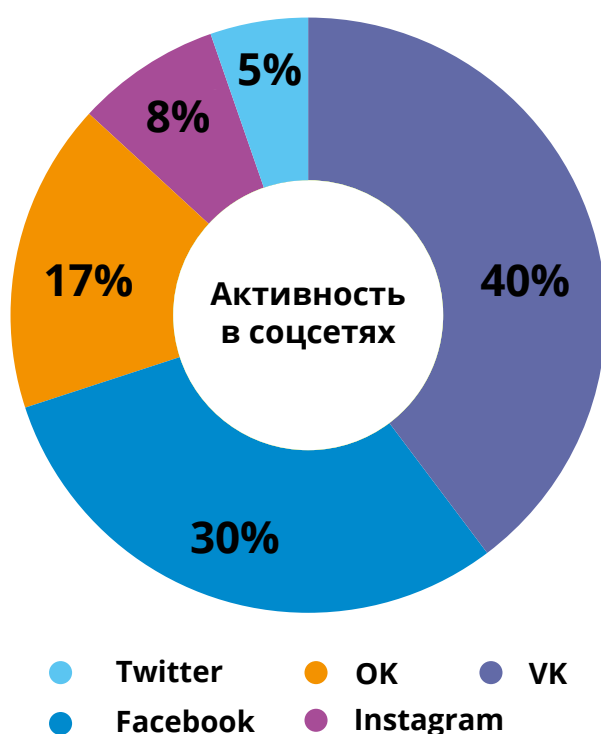
Итоги второй фазы

По завершении второго этапа обработки количество упоминаний, уже без учёта исключительно российского контента, в основном идущего из северокавказских республик, уменьшилось до 267 828 (сокращение на 1 342 336 публикаций). В отличие от первичной ревизии массива данных активность по ключевым словам рассматривалась уже в разрезе стран, попавших в исследование по итогам первичной сортировки сообщений. Полученные результаты говорят о степени активности пользователей каждой отдельной страны исследуемого региона с использованием религиозных идеологием во враждебном контексте (Таблица 3).

Таблица 3. Результаты второго этапа обработки упоминаний.

Страна	Упоминания, шт.	Соотношение, %
Казахстан	126 565	47,26
Узбекистан	49 098	18,33
Кыргызстан	33 791	12,62
Азербайджан	27 875	10,41
Таджикистан	17 743	6,62
Сирия	3 081	1,15
ОАЭ	2 772	1,03
Египет	2 400	0,90
Афганистан	927	0,35
Пакистан	924	0,34
Ирак	840	0,31
Иран	831	0,31
Туркменистан	501	0,19
Катар	287	0,11
Ливия	193	0,07

Рисунок 1. Присутствие упоминаний в социальных сетях.



Среди всех площадок распространения с большим отрывом лидирует Вконтакте, где размещено 40% всех обработанных упоминаний, однако при дальнейшей работе с упоминаниями также следует обратить особое внимание на Instagram, где в открытом доступе отмечена высокая концентрация публикаций, обладающих всеми актуальными признаками межконфессиональной розни.

Поскольку работа с аудиторией ведётся чаще всего в закрытых сообществах или посредством личной переписки соотношение публикуемых в открытых группах и персональных аккаунтах материалов составляет 4,5 на 95,5 п. п. соответственно.

Итоги третьей фазы

Итоги третьей фазы отбора релевантных сообщений, состоявших из ручной сортировки массива данных волонтерами, **привели к результату в 8 673 упоминания**. Разница между результатами мониторинга и финальными данными является следствием первоначально избранной стратегии максимального охвата мониторингом источников, содержащих ключевые слова по списку и большое количество упоминаний вне исследуемого региона на языках, прописанных в техническом задании (русский, казахский, кыргызский, таджикский, узбекский и туркменский).

Анализ сообщений, собранных при помощи Системы показал, как значительно «легкое» употребление религиозной терминологии в нерелигиозном контексте со стороны пользователей социальных сетей. Употребление религиозных терминов в религиозном контексте более связано с разъяснительной или проповеднической деятельностью. Разъясняются основы поклонения, выполнения отдельных предписаний, цитаты из священных источников и др. Радикальный экстремистский контент носит рендомный/случайный характер, в основном, репосты пользователей. В Социальных сетях более имеет место язык вражды по отношению к различным религиозным и нерелигиозным группам. Однако системная продуманная пропаганда встречается крайне редко. В связи с вышеизложенным возможности ответить на все вопросы, поставленные перед контент-анализом, используя материал полученный автоматизированной системой не представлялся возможным. В следствии чего был произведен мониторинг закрытых групп экстремистского и террористического характера. Ниже представлена информация включающая в себя как данные полученные системой, так и ручной мониторинг закрытых групп.

Приложение 3.

Команда исследователей

Исследовательская команда

Асланова Индира (Кыргызстан) – руководитель исследовательской группы, религиовед, исследователь с 15-летним опытом изучения религиозной ситуации в КР, насильственного экстремизма, свободы вероисповедания в Кыргызстане, государственной политики в религиозной сфере.

Бабаджанов Бахтияр (Узбекистан) – доктор исторических наук, директор Центра научных и инновационных исследований Международной исламской академии Узбекистана. Автор более чем 200 научных работ. Тематика исследований – история и современное состояние ислама в Центральной Азии, история суфизма в регионе.

Бейсембаев Серик (Казахстан) – социолог, докторант в национальном университете Казахстана. Руководитель 60 исследовательских проектов полного цикла по политическим темам, насильственному экстремизму и терроризму, радикализации молодежи и др. Тема диссертации «Противодействие насильственному экстремизму».

Муллоджанов Парвиз (Таджикистан) - Ph.D. политолог, востоковед и независимый исследователь. Приглашенный ученый в Упсальском университете. Автор и руководитель исследований по радикализации молодежи в Таджикистане.

Пономарев Виталий (Россия) – директор Центрально-Азиатской программы Правозащитного Центра «Мемориал» (Россия). Руководил проектами по мониторингу политических и религиозных преследований в Туркменистане и Узбекистане, участвовал в работе по интервьюированию беженцев из Центральной Азии. С 2013 года участвует в мониторинге ситуации в Туркменистане в рамках международной кампании «Покажите их живыми».

Тилеубергенов Ильяс (Казахстан) – социолог, имеет более 10 летний опыт в социальных, полиси и бизнес исследованиях. Автор и руководитель 40+ исследовательских проектов.

Давыдова Юлия (Кыргызстан) – психолог, с более 15 летним опытом работы в сфере социальной психологии. Участвовала в исследовательских проектах по насилию, имеет опыт интервьюирования женщин, подвергшихся семейному насилию.

Ковязин Кирилл (Казахстан) – аналитик медиасферы, эксперт по мониторингу социальных медиа и интернет-СМИ на социально-политическую и религиозную тематику.

Азизи Рустам (Таджикистан) – доктор философских наук, заместитель директора центра исламоведения при Президенте Республики Таджикистан.

Ризоен Шерали (Таджикистан) – кандидат политических наук, является активным участником полевых исследований общественно-политических процессов в Таджикистане.

Нурайым Сыргак кызы (Кыргызстан) – ассистент исследования, магистр антропологии, стипендиат программы обмена по изучению мира в Евразии в Гамбурге, Германия. Участвовала в исследовательских проектах по трансформации конфликтов и анализу СМИ.

Медиа команда

Диодорова Ксения (Россия) – руководитель группы, медиа специалист, со-основатель студии визуальных коммуникаций Гонзо-дизайн. Руководила проектами по созданию бренд-платформ, систем идентичности, визуальных концепций, комплексных спец проектов от идеи до сопровождения.

Ахматова Зарина (Казахстан) – медиа-эксперт, журналист, медиа-консультант, продюсер. Тренер медиа-школы журналистики Международного центра журналистики «MediaNet». Журналист и колумнист в издании «HOLA News» и «Esquire Kazakhstan».

Мирзобекова Рамзия (Таджикистан) – медиа-эксперт, журналист, репортер Международного информационного агентства «Ферганские новости».

Сулайманова Саида (Узбекистан) – медиа-эксперт, директор Центра развития современной журналистики Республики Узбекистан. Медиа-консультант офиса ЮНЕСКО в Узбекистане; медиа-тренер Центра переподготовки журналистов Узбекистана.

Садиев Данияр (Кыргызстан) – медиа-эксперт, председатель правления Медиа школы им. Т.Турсуналиева. Основатель ТРК «Т-Медиа group» - в состав которого входит Телеканал «TMG», радио «Жаш FM», информационный сайт www.t-media.kg и медиа школа для журналистов.

Команда волонтеров

Бабаева Шахризада (Кыргызстан) – бакалавр кафедры религиоведения ЮНЕСКО КРСУ, кыргызский язык.

Бейсенбаева Аружан (Казахстан) – бакалавр политологии КазНУ им Аль-Фараби, казахский язык.

Дьякова Юлия (Кыргызстан) – бакалавр кафедры религиоведения ЮНЕСКО КРСУ, русский язык.

Расохан Хуршида (Кыргызстан), бакалавр социальной работы и социального права ОШГУ, узбекский язык.

Темирханов Руслан (Кыргызстан) – бакалавр кафедры религиоведения ЮНЕСКО КРСУ, русский язык.

Шарифзода Фарзона (Таджикистан) – Таджикский Национальный Университет, доктор PhD, журналистика таджикский язык.

Полевое исследование

Агентство DataSight – сбор полевых данных в Казахстане

Исследовательский Институт Evidence Central Asia – сбор полевых данных в Кыргызстане

Компания Zerkalo Central Asia – сбор полевых данных в Узбекистане и Таджикистане

Управление проектом

Казакбаева Эльнура – менеджер проекта, магистр антропологии и юриспруденции

Маратова Бегимай – административный ассистент проекта

Категории и единицы контент-анализа

Религиозные термины: кафир, кәпір, каапыр, капыр, кофирон, кофир, kafir, kofir, жиҳод, jihad, джихад, чиход, jihod, жихад, жиһад, куфр, kufr, куфур, мужоҳид, mujahid, муджоҳид, муджахид, моджахед, мужоҳид, mujohid, жанилия, джахилия, жахилият, джохилия, жоҳилия, johiliya, «jahilya», тағут, tagut, тагут, дінсіздер, динсиздер, динсизлар, dinsizlar, amaliyat, амалият, амалиёт, amaliyat, мунафик, мунофик, munofiq, munafik, мухожир, мухаджир, muhojir, muhajir, тавхид, tewhid, таухид, takfir, такфир, хижра, hijra, хиджра, hijret, хижрат, шаҳид, шейит, шейит, шахид, шаходат, шохид, shahid, şehit, муртад, murtad, мұртад, муртод, gurjak, хилофат, xalifat, halyflyk, халифат.

Названия: даиш, «исламское государство»~1, «аш шам»~0, «ash sham»~0, «ash shom»~0, «daish islam»~3, «yrak sam yslam»~3, «daish islom»~3, доиш, джабхат, жабхат, jabhat, жабҳат, «жаннат ошиклари»~1, «жаннат ашыктары»~1, «jennet muşdaklary»~1, «ислам мемлекети»~1, «ислам мамлекети»~1, «давлати исломи»~1, «ислом давлати»~1, «islom davlati»~1, «yslam döwleti»~1

Словосочетания: «воин аллах»~0, «дар ислам»~1, «дар харб»~1, «dar harb»~1, «брат по вере»~2, «мұсылман бауыр»~2, «мусулман бир туугандар»~2, «мусулмон биродарлар», «musulmon birodarlar», «бародарони исломи», «кровь неверного»~2, «умереть имя аллаха»~4, «құрбан болу»~2, «фиркат наджия»~2, «спасенная община»~2, «община день суда»~3, «победоносная община»~2, «фиркатун нажия»~2, «firqat najiya»~2, «таифат мансура»~2, «женүүчү коом»~2, «taifat mansur»~2, «джомеи мунтасир»~2

Персоны: «абу бакр багдади»~2, «абу бакр сыддык»~2, «саид кутб», «сайид кутб», «sayyid qutb», «саид бурятский»~2, «саид абу саад»~2, «said abu saad»~2, «умар шишани»~1, «омар шишани»~1, «назратулла марьям»~1, «октам заурбеков»~1, «абу мұхаммад», «абу башпаев»~4, «абу иброхим башпаев»~4, «багаутдин мухаммад»~2, «содиқ самарқандий», «sodiq samarqandiy», «abd mu'min»~1.

Стоп-слова: апостол, православие, храм, Старбакс, ЕАЭС, Xiaomi, «террористическая группировка»~0, India, атеизм, Иисус, Христос, Евразийский экономический союз, Русь, Bangkok, бабушка, РСФСР, Thailand, Азур, Starbucks, Старбакс, Football, футбол, sport, спорт, хоккей, hockey, COVID, Христа, «Ин Ша», «@abdulla_shahid», «Shahid Khaqan», «Shahid Afridi», Burhan, «@People4Shahid», «#ShahidKapoor», «@shahid2742», «Shahid Kapoor», «Rahul Gandhi», Hindu, «Shahid Shaili», «Шахид Капур»~0, «Шахид Мадани»~0, «Rajkummar Rao»~1, «Worships_Shahid», «Shahid Buttar», «Faraj Shahid», «Ahmet Küçükadalı», «Шахид Бехешти», «Şehit Hava Pilot», Bernie, «Bernie Sanders»~0, Pelosi, «FENDOĞLU», Ertugrul, ErtugrulGhazi, «ибн Джабр», «ibn Jabr», Аббасид, Abbasid, Боспиек, Azour, Анализ, отцы церкви, атеист, Фома, Сандерс, «спецназ ГРУ», «Allama Khadim Hussain Rizvi»~4, «по данным спецслужбы»~2, «Ряфат Хабибуллин»~2, «запрещенный в России»~0, «террористическая организация»~0, «запрещенная в РФ»~0, «запрещенной организации»~0, «Сотрудники ФСБ»~0, «моджахед афганистан»~5.

Пример проверки ключевых упоминаний на нерелевантность

Статистика ключевых фраз

Ключевое слово	За сегодня	За вчера	За неделю
Кафир	220	337	2 466
кәпір	72	149	1 092
каапыр	7	16	95
капыр	6	3	42
кофиран	3	5	30
Кофир	56	92	642
Kofir	10	61	147
Kafir	459	460	5 586

Статистика ключевых фраз

Ключевое слово	За сегодня	За вчера	За неделю
"брат по вере"~2	57	138	1 142
"Мұсылман бауыр"~2	42	108	754
"мусулман бир туугандар"~2	21	50	343
"Мусулмон биродарлар"	1	2	29
"Musulmon birodarlar"	1	2	18
"Бародарони исломи"	1	2	5
"imanly doganlar"	0	0	0

Статистика ключевых фраз

Ключевое слово	За сегодня	За вчера	За неделю
Муджахид	98	122	1 103
муджахид	0	0	3
моджахед	260	406	3 553
муджохид	0	0	4
мужохид	2	5	55
Mujohid	1	0	7
Mujahid	85	164	2 050

Статистика ключевых фраз

Ключевое слово	За сегодня	За вчера	За неделю
"Саид Кутб"	5	5	16
"Ибн Кутб"	0	0	0
"Сайид Кутб"	0	0	7
"Sayyid Qutb"	6	0	23

Протагонисты насильственного экстремизма

По результатам контент-анализа выявлено особое внимание к авторству НЭ контента в процессе его распространения – даже в тех случаях, когда радикальный смысл сообщения во многом утрачен в силу репостов и многочисленных адаптаций, сохраняется имя автора сообщения. Таким образом, в радикальном контенте имеет значение не только смысл сообщений, но и его источник». Наиболее распространенными авторами выявленных сообщений, признанными представляющими интерес для настоящего исследования, являются:

Абдулла Зуфар (Abdullah Zufar (каналы: Zufar123, Aqida_darslari и др.))

Зуфар напрямую не объявляет себя идеологом моджахедов ДАИШ, хотя часто обращается именно к этой аудитории. Он обширно комментирует ситуацию в Узбекистане или соседних странах. Зуфар категорически отвергает любую форму светского государства, в котором «мусульмане теряют религию, подвергаются гнету и совершают грехи». Права мусульман, по его мнению, могут воплощены только в исламском государстве, когда политический строй и законы будут построены на основе требований Корана и сунны Пророка.

Наиболее распространенными и популярными сообщениями Абдуллы Зуфара являются: «Любой другой строй, любой другой закон для мусульман есть гнет и не может быть приемлемым». В отличие от других проповедников Зуфар полагает, что объявление джихада «есть очевидное [религиозное] предписание» (fardi 'aun)». Для него территория Узбекистана является «территорией войны» светской власти с мусульманами, и поэтому он неоднократно объявлял допустимым насилие в отношении существующего правительства.

Он имеет достаточно фундаментальные знания источников ислама, хотя мазхабную литературу чаще всего игнорирует. Предпочитает сам заниматься извлечением данных и комментариями священных текстов (личный иджтихад). Ему принадлежит самое систематическое изложение медиастратегий, которые, как он полагает, должны придерживаться пропагандисты джихада

Абу Салох/Абу Салохий (Сирожиддин Мухтаров), каналы «Katibat tawhid val-jihad», «Jannat Oshiqdari». Наиболее агрессивный пропагандист джихада. Бывший глава «Джама'ат/Катибат ат-таухид ва-л-джихад», основу которого составляли узбеки из Кыргызстана и Узбекистана.

Был активен одновременно как амир (боевой командир) и пропагандист джихада, призывал присоединиться к джихадистам на Ближнем Востоке, либо помогать материально (иштирак би-л-мал).

Сообщения Абу-Салоха интересны пропагандой собственной исключительности и стремлении занять полновластную позицию в группировке «Катибат». Основой его сообщений является призывы к помощи мусульманам и то, что он единственный, кто имеет обширный боевой опыт, «чист перед Аллахом и перед братьями-моджахеддинами».

* Internews и Европейский союз не разделяют мнение авторов НЭ контента, приведенных в Приложении 5. Информация предоставлена исключительно в академических целях.

Несмотря на отсутствие уникальности в сообщениях Абу-Салоха, его медиа-контент является востребованным, что подтверждает значительное количество просмотров его видео-роликов и комментариев по существу, а также по интенсивности практических действий последователей. Именно он чаще всех кибер-пропагандистов добивался того, что молодые люди запрашивали способы попасть в ряды моджахедов и иммигрировали в Сирию. Исследователи и эксперты считают, что основой его популярности является качество и содержание визуального ряда, в котором он позирует в военной форме и с оружием, а также личная харизма.

Махмуд Абдальмумин (Mahmoud Abdalmumin (Махмуд Холдоров/Абдулмумин)), канал Echim Islomda/Чечим Исламда/Решение в Исламе. Широко известен среди узбекских и кыргызских посетителей сайтов радикальной оппозиции (вещает на обоих языках). Основной аудиторией являются молодые трудовые мигранты.

Достаточно высокая популярность Абдульмумина, несмотря на его слабую теологическую эрудицию, кроется в предельной простоте его аргументации, акцент на самых актуальных проблемах мусульман (особенно трудовых мигрантов). Слабые знания особенностей глобальной политики и экономики Абдульмумин компенсирует примитивным эгалитаризмом в исламском стиле (цитата: «... если мы не продадим неверным наш газ и нашу нефть, они завтра придут к нам на коленях!»).

Популярными сообщениями Абдульмумина являются:

- Территория ЦА является «Территорией гнета» для мусульман (Dar al-Zulm). Главное доказательство – все мусульмане при пересечении границ должны получать штамп в паспорт, «как будто едут не в соседнюю мусульманскую страну, а в страну неверных». Кроме того, мусульмане не могут следовать своим формам одежды (например, одевать хиджаб). Правительства предпочли светский путь развития и светские законы, вместо шариата. Следовательно, такие государства, в лучшем случае, могут считаться в качестве угнетателей, земли гнёта и несправедливости (Dar al-Zulm).

- Только исламское государство, «которое должно ориентироваться на самую лучшую для мусульман мира политическую структуру – Всеобщий Халифат», может обеспечить достойную жизнь и справедливость для мусульман». «... Все, кто противится этому – те враги ислама и являются слугами евреев» .

Свои дискуссии или монологи Абдульмумин обязательно сводит к тому, что все глобальные и локальные проблемы мусульман (в политике, экономике, социальной или религиозной жизни) будут решены, если мусульмане совместными усилиями построят халифат, хотя бы в пределах стран ЦА.

- «Война с помощью связки бомб на теле» - это не самоподрыв, а ведение джихада доступными средствами, когда у моджахедов нет иных средств, техники, которой обладают «неверные».

- Абдульмумин воспринимает ДАИШ как неудачный опыт мусульман по созданию халифата. Сам джихад признается легитимным с точки зрения догмы ислама. Причина неудач, по его мнению, спешка и неготовность к современной войне, а также «происки врагов ислама, во главе с евреями», которые, по его мнению, и есть «главные экстремисты в мире». Одновременно, моджахедов в Сирии и Ираке Абдульмумин называет героями и примером для мусульман. Главное упущение руководства ДАИШ – слабая идеологическая подготовка моджахедов и недостаточное понимание особенностей халифата.

- Он так же отстаивает право мусульман на полигамию, которое с его точки зрения «есть повеление Аллаха».

Абдулло Бухари (Мирзаголиб Хамидов; каналы: Darul_islom, Buxoriy_Darsliklari и др.). Родился в Андижанской области Узбекистана в 1975 году в религиозной семье. Один из учеников «отца» ферганских ваххабитов Абдували-кори Мирзаева.

С 1999 года Абдулло Бухари – активный член ИДУ. Тогда же перевел на узбекский несколько сочинений по джихаду (в частности, Ибн Наххаса). Параллельно он регулировал поставки оружия и поток финансов из Пакистана боевикам ИДУ/ИДТ. Тогда же стал главным финансистом ИДУ и главой «Байт ул-мал» (бюджет ИДУ, т.н. «общак»)¹.

Основной аудиторией Бухари являются мелкие бизнесмены, которые часто задают вопросы по этике торговли и бизнеса (способы выплаты закята, как добиться «брака/удачи» в бизнесе – какие читать молитвы и т.п.).

В своих сообщениях Бухари концентрируется на популяризации пропаганды ислама, использует максимально простой язык, который делает ислам доступным для неподготовленной публики. Его ключевым сообщением является «Поэтому, когда мы вернемся (в Узбекистана), тогда нам будет легче продолжить даъват. И тогда мы без крови поставим во главе государства настоящего мусульманского правителя». То есть, сообщения данного пропагандиста направлены на подготовку почвы для последующей смены государственного устройства.

Ровшен Газаков, родился в 1980 году в пригороде Ашхабада. В 2002-2006 гг. обучался в Саудовской Аравии, затем вернулся в Туркменистан, обсуждалась возможность, что его назначат имамом мечети. Из-за давления спецслужб, пытавшихся сделать его своим агентом, в 2010 году выехал с семьей в Каир (Египет), где был зачислен в университет «Аль-Азхар», и оставался в Каире вплоть до отъезда в Сирию в середине 2013 года. В июне 2013 года российское ТВ продемонстрировало кадры с задержанным в Сирии Газаковым, его дальнейшая судьба неизвестна. Передача вызвала большой резонанс не только в официальных структурах Туркменистана, отрицавших участие туркмен в сирийском конфликте, но и среди обычных туркмен.

¹ <https://regnum.ru/news/polit/1881046.html>

В период жизни в Каире он решил разместить в интернете систематические аудиолекции об исламе на туркменском языке, основанные на религиозных знаниях, полученных им в период учебы в Саудовской Аравии и Египте. На тот момент и вплоть до сегодняшнего дня это – единственный систематический курс лекций такой тематики, доступный онлайн на туркменском языке.

Страница самого Газакова в соцсетях недоступна, но его файлы размещены сейчас многими другими туркменскими пользователями. Эти лекции включают широкий спектр тем, изложенных, по некоторым оценкам, последовательно и грамотно, на хорошем туркменском языке. Среди них – разъяснение религиозных понятий и терминов, комментарии к отдельным сурам Корана и др. Однако целый ряд файлов содержит агрессивную и эмоциональную риторику в адрес кафи́ров (неверных), а также против распространенных среди туркмен традиций, не соответствующих, по мнению автора, принципу единобожия.

Лекции Газакова в последние годы популярны среди религиозной туркменской молодежи. Те, кто находится за рубежом, скачивают их в интернете, иногда совместно прослушивают. Внутри Туркменистана файлы передаются в основном из рук в руки. Со времени ареста Газакова в Сирии в июне 2013 года власти Туркменистана жестко преследуют тех, кто распространяет или хранит эти файлы внутри страны.

В страновом контексте, авторы и их сообщения согласуются с идеями смены государственного устройства, но имеют иную направленность, которая в основном выражена в обосновании необходимости следовать предписаниям ислама в быту и бороться за чистоту религии, а также в пропаганде борьбы с представителями других религий (неверными).

Анкета для проведения опроса

ВОПРОСЫ О МЕДИАПРИВЫЧКАХ

1. Какой соцсетью Вы пользуетесь чаще всего? не более 3-х вариантов

1. Facebook
2. Instagram
3. VK
4. OK
5. TikTok
6. Telegram
7. Youtube
8. Другое (напишите): _____

2. Как часто вы пользуетесь нижеследующими мессенджерами?

обведите кружком

№	Мессенджер (зачитать первые 5)	Частота					3/0
		Ежедневно	Пару раз в неделю	Пару раз в месяц	Пару раз в год	Никогда	
2.1	Whatsapp	1	2	3	4	5	99
2.2	Telegram	1	2	3	4	5	99
2.3	Skype	1	2	3	4	5	99
2.4	Агент Mail.ru	1	2	3	4	5	99
2.5	Facebook мессенджер	1	2	3	4	5	99
2.6	Другое №1 (напишите):	1	2	3	4	5	99
2.7	Другое №2 (напишите):	1	2	3	4	5	99
2.8	Другое №3 (напишите):	1	2	3	4	5	99

3. Для чего Вы используете социальные сети чаще всего?

не более 3-х вариантов

1. Для общения с друзьями/родными
2. Для просмотра видео
3. Для прослушивания музыки
4. Для игр на различных приложениях
5. Для обзора новостей
6. Для работы
7. Другое (напишите): _____

4. Какую информацию в соцсетях Вы считаете наиболее ценной для себя?
не более 3-х вариантов

1. Новости в стране и мире
2. Образовательные материалы (ролики/статьи/уроки/тесты)
3. О культуре и искусстве
4. Про спорт
5. Про опыт и события других людей
6. Про технологии
7. Про друзей и близких
8. Про науку
9. Про отдых
10. Про религию
11. Другое (напишите): _____

5. На каком языке для Вас предпочтительнее получать информацию?

1. На английском
2. На русском
3. На казахском
4. На кыргызском
5. На таджикском
6. На узбекском
7. На туркменском
8. Другое (напишите): _____

6. Из каких источников Вы чаще всего узнаете о событиях в мире и вашей стране и сколько времени Вы на это примерно тратите в течении дня?
не более 3-х вариантов

№	Варианты источников (не более 3-х)	Длительность					З/О
		менее 30 минут	от 30 до 60 минут	от 1 до 3 часов	от 3 до 5 часов	более 5 часов	
6.1	из телевизора	1	2	3	4	5	99
6.2	из чатов и сообщений с друзьями	1	2	3	4	5	99
6.3	из ютьюб (youtube)	1	2	3	4	5	99
6.4	от близких людей (при живом общении)	1	2	3	4	5	99
6.5	из ленты соц. сетей	1	2	3	4	5	99
6.6	из тематических сообществ и каналов	1	2	3	4	5	99

№	Варианты источников (не более 3-х)	Длительность					3/0
		менее 30 минут	от 30 до 60 минут	от 1 до 3 часов	от 3 до 5 часов	более 5 часов	
6.7	из новостных порталов	1	2	3	4	5	99
6.8	от соседей	1	2	3	4	5	99
6.9	от коллег	1	2	3	4	5	99
6.10	от преподавателей	1	2	3	4	5	99
6.11	от религиозных организаций (мечеть, церковь)	1	2	3	4	5	99
6.12	другое (напишите): _____	1	2	3	4	5	99

**7. Какой формат получения информации Вы предпочитаете больше всего?
не более 3-х вариантов**

1. Ток-шоу на ТВ
2. Радио передачи и новостные программы
3. Видео клипы
4. Текстовый формат
5. Визуальный формат (картинки, инфографика и др.)
6. Другое (напишите): _____

8. Насколько вы доверяете следующим источникам информации?

№	Варианты источников (зачитайте все варианты)	наибольшее доверие	в целом доверяю	иногда доверяю	в целом не доверяю	нет доверия	3/0
8.1.	Новостные передачи по ТВ	5	4	3	2	1	99
8.2.	Радиопередачи/вещание	5	4	3	2	1	99
8.3.	Соц. сети (Одноклассники, Фейсбук и т.д.)	5	4	3	2	1	99
8.4.	Информационные порталы	5	4	3	2	1	99
8.5.	Газеты (местные, республиканские)	5	4	3	2	1	99
8.6.	Рассылки в мессенджер группах (Вотсап, Вайбер и т.д.)	5	4	3	2	1	99

ВОПРОСЫ О ЦЕННОСТЯХ

9. Насколько вы согласны со следующими утверждениями

(1 - полностью согласен(а), 2 - скорее согласен(а), 3 - скорее не согласен(а), 4 - полностью не согласен(а))

№	Утверждения	Варианты					3/0
Ксенофобия, разделение на своих и чужих							
9.1.	Браки между представителями разных национальностей вполне приемлемы	1	2	3	4	99	
9.2.	Мусульмане и христиане имеют много общего	1	2	3	4	99	
9.3.	У меня много друзей – представителей других национальностей	1	2	3	4	99	
Политическое переустройство							
9.4.	Религиозные лидеры должны иметь большее влияние на политическую жизнь страны	1	2	3	4	99	
9.5.	В нашей стране соблюдаются все права верующих	1	2	3	4	99	
9.6.	Женщины-мусульманки должны иметь право носить хиджабы везде	1	2	3	4	99	
Сакрализация религиозных идей и символов							
9.7.	Люди, оскорбляющие религию и его ценности, должны быть строго наказаны	1	2	3	4	99	
Враждебность в отношении «Запада»							
9.8.	Нужно запретить празднование Хэллоуина в нашей стране, так как оно противоречит нашим традициям и культуре	1	2	3	4	99	
9.9.	Западная культура (музыка, фильмы) вредят морали и духовности в нашей стране	1	2	3	4	99	

10. Насколько вы согласны со следующими утверждениями

(5 - полностью согласен(а), 4 - частично согласен(а), 3- трудно сказать, согласен(а) или не согласен(а), 2 - частично не согласен(а), 1 - совершенно не согласен(а))

№	Утверждения	Варианты					3/0
10.1.	Люди должны делать то, что им говорят.	1	2	3	4	5	99
10.2.	Люди должны избегать действий, которые другие, важные для него люди сочли бы неверными.	1	2	3	4	5	99
10.3.	Человек должен стараться следовать своим религиозным убеждениям.	1	2	3	4	5	99
10.4.	Человек всегда должен поступать в соответствии с установившимися традициями общества (светскими).	1	2	3	4	5	99
10.5.	Человек всегда должен заботиться о своих близких и друзьях.	1	2	3	4	5	99
10.6.	Человек всегда должен стараться понять мнение людей, которые отличаются от него.	1	2	3	4	5	99

№	Утверждения	Варианты					З/О
10.7.	Человек хочет, чтобы со всеми поступали справедливо, даже с людьми, которых он не знает, особенно слабыми	1	2	3	4	5	99
10.8.	Человек всегда должен быть свободным в планировании и выборе своей деятельности.	1	2	3	4	5	99
10.9.	Жизнь человека должна быть полна ярких впечатлений, риска и приключений.	1	2	3	4	5	99
10.10.	Человек всегда должен получать удовольствие от жизни, наслаждаться жизнью.	1	2	3	4	5	99
10.11.	Люди должны восхищаться тем, что я делаю.	1	2	3	4	5	99
10.12.	Любой человек хочет быть тем, кто принимает решения, быть лидером.	1	2	3	4	5	99
10.13.	Любой человек в настоящее время должен активно участвовать в политике.	1	2	3	4	5	99
10.14.	Иметь стабильное правительство важно для человека. Он беспокоится о сохранении общественного порядка.	1	2	3	4	5	99

ВОПРОСЫ О ДРАЙВЕРАХ

11. К чему Вы стремитесь в жизни в первую очередь? *не более 3-х вариантов*

1. Прочное финансовое положение для себя
 2. Прочное финансовое положение для близких
 3. Личностное саморазвитие
 4. Профессиональное саморазвитие
 5. Оставить след после себя
 6. Получение удовольствия
 7. Известность
 8. Создание собственной семьи
 9. Одобрение окружающих
 10. Сделать мир лучше и правильнее
 11. Служение богу / господу / творцу
- Другое (напишите): _____

12. Что или кто в большей степени может помешать вам в реализации Ваших планов? *не более 3-х вариантов*

1. Социальные события в стране
2. Политическая ситуация в стране
3. Личные финансовые трудности
4. Неуверенность в себе
5. Мое физическое состояние (болезнь, травма)
6. Отсутствие терпимости, толерантности в моем окружении
7. Другое (напишите): _____

ВОПРОСЫ ОБ ИНТОНАЦИЯХ

13. Что позволяет Вам чувствовать себя счастливым? *не более 3-х вариантов*

1. Достижение значимых целей
2. Материальная обеспеченность, деньги
3. Любовь, любимый человек
4. Спокойствие, отсутствие тревоги
5. Другое (напишите): _____

14. Что в большей степени положительно влияет на Ваше самочувствие? *не более 3-х вариантов*

1. Наличие денег
2. Любовь, любимый человек
3. Спокойствие
4. Впечатления и знания
5. Юмор
6. Физическая активность
7. Религия
8. Другое (напишите): _____

15. Что из нижеследующих вызывает у Вас наиболее отрицательные эмоции? *не более 3-х вариантов*

1. Насилие в моем окружении
2. Плохая погода
3. Несправедливость в стране
4. Конфликты с людьми
5. Политика руководства страны
6. Религиозные наставления
7. Отсутствие денег
8. Другое (напишите): _____

16. Представим, что Вы увидели в социальных сетях ролик или пост, в котором критикуют Вашу религию или представителя Вашей религии. Как Вы поступите в данной ситуации? *не более 3-х вариантов*

1. Напишу осуждающий комментарий в отношении автора
2. Напишу комментарий в поддержку автора
3. Напишу защищающий комментарий в отношении героя ролика или поста
4. Задам вопрос автору, почему он так пишет/делится информацией (делает репост)
5. Поставлю дизлайк
6. Поставлю лайк
7. Проигнорирую
8. Другое (напишите): _____

17. Представим, что Вы увидели в социальных сетях ролик или пост, в котором критикуют другую религию или представителя другой религии. Как Вы поступите в данной ситуации? не более 3-х вариантов

1. Напишу осуждающий комментарий в отношении автора
2. Напишу комментарий в поддержку автора
3. Напишу защищающий комментарий в отношении героя ролика или поста
4. Задам вопрос автору, почему он так пишет/делиться информацией (делает репост)
5. Постараюсь понять почему автор так пишет
6. Поставлю дизлайк
7. Поставлю лайк
8. Проигнорирую
9. Другое (напишите): _____

ВОПРОСЫ ОБ ИМИДЖЕ И РЕПУТАЦИИ

18. Какие из нижеследующих признаков, по Вашему мнению, характерны для успешного человека? не более 3-х вариантов

1. Жить в счастливой семье
2. Иметь круг друзей
3. Работать на любимой работе
4. Отдыхать там, где хочется
5. Быть довольным своей жизнью
6. Самоуверенность
7. Самоорганизованность, дисциплина
8. Умение хладнокровно мыслить и трезво рассуждать
9. Честность с самим собой
10. Быть благочестивым/верующим
11. Другое (напишите): _____

ВОПРОСЫ О ДОВЕРИИ

19. К кому Вы больше всего прислушиваетесь при принятии решений? не более 3-х вариантов

1. Супругу\супруге
2. Любимому человеку
3. Родителям
4. Другам
5. Родственникам
6. Учителю
7. Наставнику
8. Собственному мнению
9. Соседям
10. Религиозному лидеру
11. Общинам
12. Блогерам
13. Другое (напишите): _____

ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСПОНДЕНТОВ

D1. Пол респондента, ОТМЕЧАЕТСЯ САМОСТОЯТЕЛЬНО:

1. Женский
2. Мужской

D2. Укажите, пожалуйста, сколько Вам полных лет? _____

D3. Ваша национальность:

1. Казах/казашка
2. Русский/русская
3. Узбек/узбечка
4. Кыргыз/кыргызка
5. Таджики/таджичка
6. Уйгур/уйгурка
7. Украинец/украинка
8. Татарин/татар
9. Немец/немка
10. Туркмен/туркменка
11. Азербайджанец/азербайджанка
12. Кореец/корейка
13. Другое (напишите): _____

D4. Ваше образование (полученная степень):

- 1) Высшее, с ученой степенью (кандидат или доктор наук, phd)
- 2) Высшее (специалист, бакалавр, магистр)
- 3) Незаконченное высшее
- 4) Среднее специальное, профессиональное образование
- 5) Общее среднее
- 6) Неполное среднее
- 7) Нет образования

D5. В какой сфере (отрасли) Вы работаете? респонденты в декретном отпуске указывают свою основную работу:

1. Домохозяйка/ин
2. Фермер
3. Разнорабочий
4. Предприниматель
5. Трудовой мигрант
6. Медицинский работник
7. Учитель
8. Государственный служащий
9. Работник нпо
10. Юрист, адвокат
11. Студент
12. Безработный(-ая)
13. Пенсионер
14. Другое (напишите): _____

D6. Ваше семейное положение:

1. Никогда в браке не состоял(-а)
2. Официально в браке не состоим, но живем вместе
3. Состою в официальном браке
4. Разведен(-а)
5. Вдова/вдовец

D7. Если Вам будет комфортно укажите, пожалуйста, Ваше вероисповедание:

1. Мусульманин
 2. Христианин (Православный, Протестант, Католик)
 3. Буддист
 4. Иудей
 5. Неверующий (атеист)
 6. Другое (*напишите*): _____
- 98) Отказ от ответа *не зачитывать*

D8. Укажите, какую долю ежемесячного дохода Ваша семья тратит на питание, включая покупку продуктов, а также питание вне дома, например, посещение кафе, ресторанов и т.д.

1. На питание уходит почти весь доход
2. На питание уходит более половины дохода
3. На питание уходит около половины дохода
4. На питание уходит менее половины дохода
5. На питание уходит незначительная часть дохода
6. 99) Затрудняюсь ответить *не зачитывать*

В целях контроля качества моей работы, организация, которая проводит этот опрос может проверить, действительно ли я интервьюировал Вас. Поэтому прошу Вас продиктовать мне Ваш номер телефона. В случае если Вам позвонят, прошу подтвердить, что Вы участвовали в опросе: Тел: _____

СПАСИБО ЗА УДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ!!!

