Роль профессионального интерактивного медиаконтента в системе профилактики терроризма и экстремизма среди молодежи

СТАТЬЯ

Роль профессионального интерактивного медиаконтента в системе профилактики терроризма и экстремизма среди молодежи

Ермилова Юлия Владимировна — проректор ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», академик IATR, кавалер ордена Дружбы за заслуги в телевидении, г. Москва.

Свыше 2,5 тысяч человек задержаны за террористическую деятельность в 2025 году, 65% из них — молодежь, по данным Национального антитеррористического комитета [3], и это в 2,5 раза больше, чем годом ранее [1].

Практически все они были завербованы в социальных сетях и мессенджерах: 95% молодежи в возрасте от 12 до 24 лет в России пользуется этими инструментами ежедневно, а среднесуточное экранное время в этой группе превышает 6 часов [2, 4].

И это медиавоздействие организовано профессионально: современные преступные и экстремистские структуры работают в социальной сети «ВКонтакте», Telegram-каналах и на видеохостинге Rutube по законам медиапсихологии и цифрового маркетинга.

Республика Татарстан, 2025–2026 гг.: 28 диверсий совершены несовершеннолетними, младшему задержанному — 13 лет. Схема вербовки: в мессенджере функционирует канал о подработке, в котором сначала дают несложные задания за небольшие деньги, например, сфотографировать пять машин за 500 рублей, затем предлагают съемки определенных объектов за уже большую сумму, в финале — поджог вышки или релейного шкафа за 10–20 тысяч рублей [7].

Камчатский край, 2026 г., схема вербовки: 12-летний школьник купил «читы» [прим. ред. «чит-код» — набор символов, который используется в компьютерных играх для получения полезных дополнений] для компьютерной игры, перевел деньги, после этого в мессенджер ему пришло сообщение, что он поддержал ВСУ, а за молчание для начала должен заплатить [5].

Московская область, 2026 г.: четверо несовершеннолетних задержаны за поджоги стратегических объектов. Схема вербовки: подростки в группах знакомств мессенджера якобы девушкам пересылали координаты соцобъектов, после чего лжесотрудники правоохранительных органов им сообщали, что координаты использованы ВСУ для планирования ударов, и под угрозой уголовной ответственности склоняли к поджогам, используя предлог «проверки антитеррористической защищенности объектов» [6].

Вербовщики используют воронку вовлечения: от нейтрального развлекательного поста — к закрытому чату, от чата — к выполнению простого задания (нанести граффити, снять видео), от задания — к диверсии.

Большую роль играет геймификация преступного поведения: активно используются игровые механики воздействия. Молодым людям предлагают

выполнять задания, получать баллы, деньги или символическое признание — это подается не как преступление, а как форма соревнования, квеста.

Данная механика универсальна и не требует от вербуемого изначальной идеологической убежденности: достаточно любопытства и естественного для молодежи желания принадлежать к значимой группе.

Также преступники активно используют психологические особенности подросткового возраста: потребность в признании, одиночество, тревожность, кризис идентичности, желание принадлежать группе. Сначала молодому человеку дают эмоциональную поддержку и ощущение значимости, а затем постепенно переводят коммуникацию в управляемую форму.

И, наконец, вербовка носит таргетированный характер: злоумышленники анализируют интересы подростков, используют персонализированную коммуникацию, эмоциональные триггеры.

Помимо заметных проявлений радикализации молодежи происходит и тихая радикализация: преступные и экстремистские структуры воздействуют на подростков в цифровой среде постепенно, формируя у них определенные модели поведения, восприятия реальности и изменения ценностей. Этот процесс заключается в нормализации насилия и формировании протестной идентичности.

Молодежь начинает воспринимать агрессивные действия как допустимый способ самовыражения, мести или борьбы за справедливость, что проявляется в одобрении жестокого контента, романтизации оружия и силового поведения, распространении видеозаписей насилия, участии в агрессивных интернет-флешмобах.

Радикальные сообщества часто эксплуатируют естественное для молодого возраста стремление к протесту: внушается идея, что общество несправедливо, а государство враждебно или несостоятельно, поэтому насилие оправдано, а высшее проявление свободы — разрушение норм.

Алгоритмы социальных сетей усиливают эффект радикализации, формируя замкнутую информационную среду, так называемые цифровые пузыри: пользователь начинает видеть только контент, подтверждающий уже сформированные взгляды, что снижает уровень критического мышления и убеждает в правильности радикальных идей.

Традиционные инструменты профилактики, такие как лекции в учебных заведениях, социальная реклама на билбордах, демонстрируют критически низкую эффективность в молодежной среде: они не выдерживают конкуренции за внимание с динамичным, эмоционально окрашенным, персонифицированным и интерактивным контентом, который производят вербовщики. Ответом на этот вызов может быть только профессиональный интерактивный медиаконтент, не предполагающий морализаторства, говорящий с молодежью на языке их нарративов, апеллирующий не только к рациональной оценке рисков, но и к эмоциям, дающий чувство принадлежности к некой общности, предлагающий немедленное моральное вознаграждение, предполагающий активное участие пользователя (выбор, реакцию, влияние на развитие сюжета) и созданный молодыми (подчеркиваем

это важное качество) командами, объединяющими сценаристов, режиссеров, геймдизайнеров, психологов и специалистов по безопасности.

Качественно созданный контент должен быть встроен в естественные цифровые маршруты молодежи: специально никто его искать не будет. Следовательно, ключевым становится принцип нативности: такой контент должен выглядеть как органическая часть платформы, мессенджера.

Воспитывать статикой в данных условиях контрпродуктивно: вербовщики ведут себя проактивно, соответственно, и позитивный контент должен быть таким же интерактивным и вовлекающим. Очень важна геймификация.

Молодежь воспринимает информацию преимущественно через эмоционально-визуальные форматы: профилактический контент должен быть преимущественно не текстовым, а визуальным, динамичным. Истории конкретных людей всегда лучше абстрактных идеологических конструкций, поэтому высокий профилактический потенциал имеют медиапроекты, демонстрирующие реальные последствия вовлечения в противоправную деятельность: уголовную ответственность, психологическую зависимость от кураторов, разрушение социальных связей и утрату жизненных перспектив.

Существенную роль играет персонализация коммуникации — экстремистские сообщества активно используют технологии таргетированного воздействия, анализируя интересы, эмоциональные состояния и цифровое поведение подростков, следовательно, профилактическая система также должна применять инструменты аналитики цифровой аудитории, алгоритмического продвижения и сегментирования контента.

Отдельного внимания заслуживает проблема доверия. Молодежь воспринимает информацию через лидеров мнений, блогеров и авторитетных представителей собственной субкультуры, а не через официальные каналы. Поэтому эффективная профилактика невозможна без участия инфлюенсеров, молодежных медиапроектов и горизонтальных форм коммуникации.

Профессиональный контент должен соответствовать актуальным культурным кодам цифровой среды. Речь идет не только о визуальном качестве, но и о языке коммуникации, темпе подачи информации, использовании иронии, мем-культуры, музыкальных трендов и интерактивных механик. Профилактический медиапродукт должен органично существовать в молодежной медиасреде, а не восприниматься как внешнее идеологическое вмешательство.

Кроме того, эффективный профилактический контент должен создавать у молодого человека ощущение субъектности и включенности. Подросток должен быть не объектом воспитательного воздействия, а активным участником коммуникации. Именно поэтому перспективными становятся форматы пользовательского контента, молодежного соавторства, онлайн-дискуссий и совместных медиапроектов.

Существенная часть подростков и молодых людей не воспринимает себя как потенциальную цель вербовки, более того, профилактическая риторика нередко вызывает эффект

психологического дистанцирования: экстремизм воспринимается как проблема неблагополучных подростков. Поэтому при создании контента необходимо учитывать формирование психологической устойчивости и критического мышления без прямого акцентирования темы терроризма и экстремизма. Одним из наиболее эффективных механизмов может стать развитие у молодежи иммунитета к манипуляциям, способности распознавать эмоциональное давление, эксплуатацию чувства одиночества и несправедливости и т. д.

Согласно опросу, проведенному в мае 2026 года ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» среди старшеклассников и студентов первых курсов (16–18 лет, г. Москва), молодые люди предпочли бы следующие форматы профессионального антиэкстремистского контента, направленного на повышение устойчивости к вербовке (см. рисунок 1):

1. Интерактивный веб-сериал с выбором финала, где зритель принимает решение за героя и видит результат своих действий, поэтому, столкнувшись с реальной вербовкой, подросток

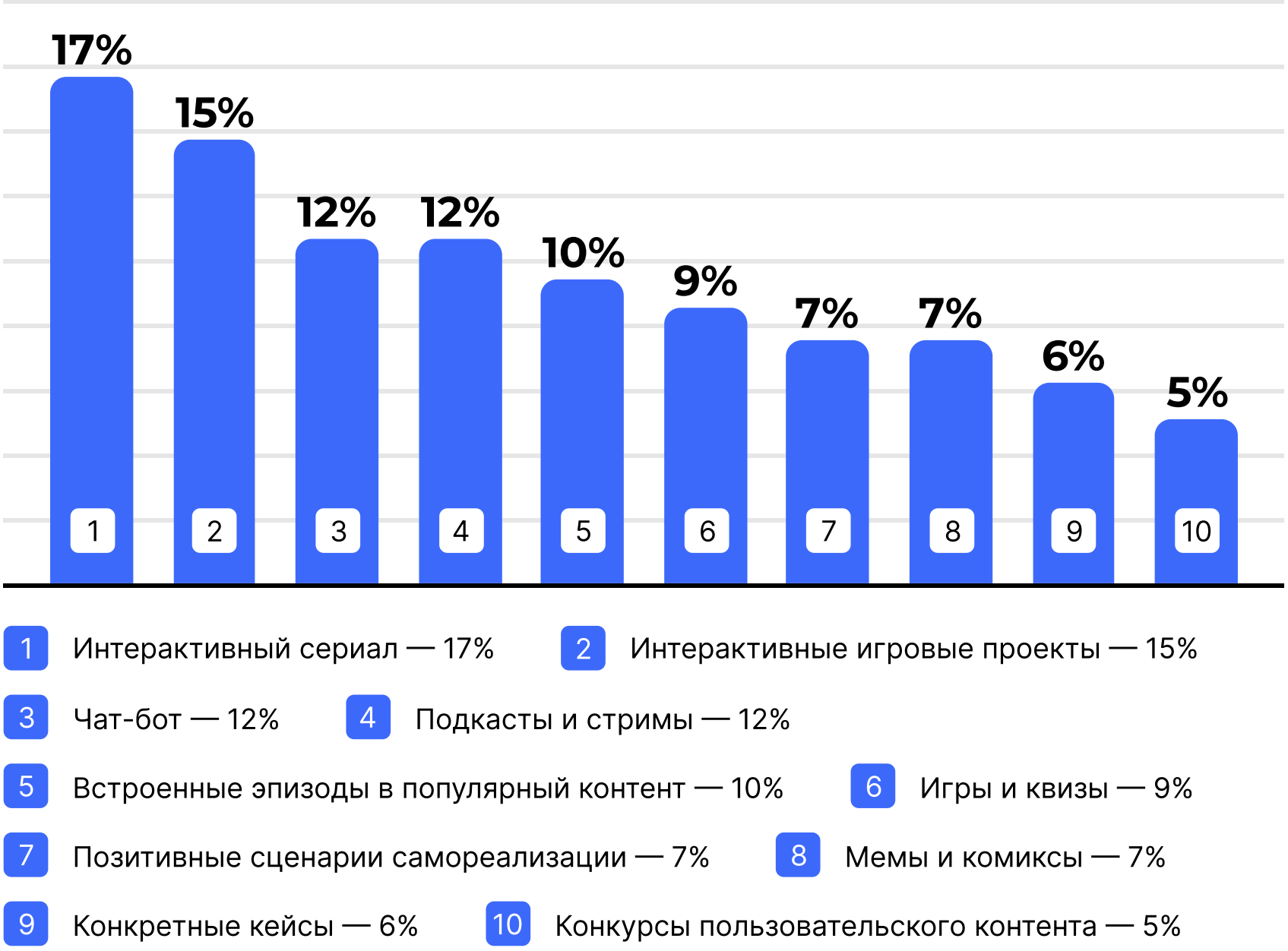


Рис. 1. Предпочтительные форматы контента у молодежи.

уже имеет готовый сценарий правильных действий. Например, подростковый веб-сериал про дружбу и предательство: в компании один из друзей начинает странно себя вести, скрывает переписки, получает деньги за непонятные задания, отдаляется. Зритель проживает ситуацию с позиции друга, который видит, как меняется поведение завербованного — он врет, ему страшно, он не может выйти из этого замкнутого круга. В центре конфликта не вербовка, а отношения.

2. Чат-бот, симулирующий попытку вербовки в контролируемой среде. Такой формат пробуждает любопытство, играет на склонности молодежи к самоизучению, помогает пользователю распознать манипулятивные техники на собственном опыте и проверить свою устойчивость к ним в безопасной среде.

3. Интерактивные игровые проекты, моделирующие механизмы манипуляции и направленные на развитие медиаграмотности. Пример: детективный квест в социальной сети «ВКонтакте», где пользователь расследует дело о подростковом экстремизме. Пользователь собирает факты, читает переписки, восстанавливает хронологию и в финале понимает, что поджигатель — не злодей, а жертва шантажа. Пользователь чувствует себя умным детективом, проигрывает мысленно схему вербовки, вникает в тонкости, после чего способен мгновенно распознать ее.

4. Конкретные кейсы с реальными сроками, поданные через историю от первого лица, например, короткие видеоролики с элементами сторителлинга: «Мне 17, я в СИЗО, я думал, это игра» в VK-видео. Работают через отождествление зрителя с героем. Интерактивности добавляют комментарии.

5. Легкие интересные игры, квизы, психологические тесты, которые удовлетворяют потребность молодых людей в принадлежности к значимой группе, активном времяпрепровождении. С помощью таких форматов происходит вовлечение в профилактические проекты через сообщества в соцсетях, где подростки получают признание за создание позитивного контента, а не за разрушительные действия. Например, тест «Насколько ты устойчив к манипуляции?», где вопросы построены на реальных кейсах: «Тебе написал незнакомец и предложил 5000 рублей за фото стройки рядом с домом. Твои действия?». В конце результат: «Ты — крепкий орешек» или «Ты — легкая добыча, срочно прокачивай защиту».

6. Подкасты и стримы популярных блогеров, которые встраивают контрнарративный месседж в привычный аудитории формат, не разрушая его развлекательной оболочки.

7. Контент о позитивных сценариях самореализации молодежи.

8. Мемы и краткие комиксы.

9. Конкурсы пользовательского контента, например, на лучший короткий ролик на тему «Другу предложили странную подработку — как ты его спасешь?». Победители получают финансовые призы, их контент расходится по платформам. Профилактика происходит и в момент создания ролика (для автора — подросток сам продумывает ситуацию, примеряет ее на себя, ищет решение), и в момент его показа (для зрителей — ролик сделан «своими для своих», говорит с ними на одном языке и пользуется понятными приемами). Используется эффект социального доказательства.

10. Встроенные эпизоды в популярных играх, детективных и драматических сериалах, образовательных шоу. С психологической точки зрения подобный подход более эффективен, поскольку не запускает механизм защитного отрицания: молодой человек не чувствует, что его воспитывают или подозревают в склонности к радикализму, напротив, он сам может выбрать контент, соответствующий его интересам и культурным ожиданиям. При создании контента для конкурсов включается и механизм заработка, важный для молодежи.

При этом создание контрнарративного контента не может быть отдано исключительно государственным службам или только коммерческим студиям, поскольку первые не владеют языком аудитории, а вторые не погружены в госзадачи и специфику профилактики. Необходима гибридная модель, объединяющая медиапрофессионалов, способных упаковать смыслы в формат, который алгоритмически конкурентоспособен; криминологов и психологов, специалистов по механизмам вербовки, возрастной психологии, суицидологии; государственного заказчика в лице аппаратов антитеррористических комиссий или профильных департаментов, формулирующего задачу, обеспечивающего доступ к актуальным данным и легитимность контента.

Список использованных источников:

1. В 2025 году в РФ число причастных к терроризму подростков выросло в 2,5 раза // ТАСС. URL: https://tass.ru/proisshestviya/27138967 (дата обращения: 23.05.2026).

2. Воронцов А. Аудитория интернета // Медиаскоп. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/539/zgazi40m8k99k5nfm21×50rfx31xdui4/НРФ_Mediascope_Аудитория_Интернета.pdf (дата обращения: 23.05.2026).

3. Глава ФСБ: 65% задержанных за терроризм составляет молодежь // Ведомости. URL: https://www.vedomosti.ru/society/news/2025/08/12/1131020-glava-fsb (дата обращения: 21.05.2026).

4. Пикулева М. Дети и блогеры: кто кого // Медиаскоп. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/45c/axbw1y7bxfuuex6i5rk06j637yfb764r/Mediascope_Креативная_неделя.pdf (дата обращения: 23.05.2026).

5. ФСБ в Приморье предотвратила вербовку школьника спецслужбами Украины // ТАСС. URL: https://tass.ru/proisshestviya/27193591 (дата обращения: 21.05.2026).

6. Четыре завербованных Киевом подростка задержаны за поджоги в Московском регионе // Российская газета. URL: https://rg.ru/2026/03/25/chetyre-zaverbovannyh-kievom-podrostka-zaderzhany-za-podzhogi-v-moskovskom-regione.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 20.05.2026).

7. Шатров Д. С начала 2025 года в Татарстане произошло 28 поджогов вышек связи и релейных шкафов // Татар-информ. URL: https://www.tatar-inform.ru/news/s-nacala-2025-goda-v-tatarstane-proizoslo-28-podzogov-vysek-svyazi-i-releinyx-skafov-6024844 (дата обращения: 20.05.2026).