

DOI 10.25991/VRHGA.2025.4.4.034

УДК 1(091)

*Э. А. Нимяев**

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫХ АЛГОРИТМОВ В РАСПРОСТРАНЕНИИ РЕЛИГИОЗНЫХ ФУНДАМЕНТАЛИСТСКИХ НАРРАТИВОВ**

В статье анализируется влияние рекомендательных алгоритмов ранжирования контента, с помощью которых различные онлайн-платформы удерживают внимание пользователей, на распространение религиозных фундаменталистских нарративов. Эти технологии автоматически подстраивают выдачу материалов под личные предпочтения каждого отдельного человека, что, вкупе с личными действиями пользователя по персонализации своего онлайн-опыта, приводит к формированию одномерных эпистемических структур, в рамках которых он взаимодействует только с той информацией, которая согласуется с его взглядами. Помимо прочего, это способно укреплять имеющиеся у пользователя убеждения, ассоциируемые с религиозным фундаментализмом.

Исследование также показывает, что современный религиозный фундаментализм в большинстве своих проявлений так или иначе нацелен на изменение политико-общественного устройства и активно использует Интернет для продвижения своих нарративов: от радикальных призывов к насилию до религиозно окрашенной пропа-

* Нимяев Эдуард Арсланович — магистр; smith109@mail.ru; Русская христианская гуманитарная академия им. Ф. М. Достоевского, Российская Федерация, 191023, г. Санкт-Петербург, наб р. Фонтанки, д. 15, лит. А; Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина, Российская Федерация, 196605, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Петербургское шоссе, д. 10, лит. А.

Eduard A. Nimyaev — master; smith109@mail.ru; the Russian Christian Academy for Humanities named after Fyodor Dostoevsky, Russian Federation, 191023, St. Petersburg, Fontanka River Embankment, 15, building A; Pushkin Leningrad State University, 10 lit. A, Peterburgskoe sh., St. Petersburg, Pushkin, 196605, Russian Federation, 196605

** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24–28–00272, <https://rscf.ru/project/24-28-00272/>; Русская христианская гуманитарная академия им. Ф. М. Достоевского.

The study was funded by the Russian Science Foundation grant No. 24–28–00272, <https://rscf.ru/project/24-28-00272/>; The Russian Christian Academy for the Humanities named after Fyodor Dostoevsky, 15, Fontanka Embankment, Saint Petersburg, 191023, Russian Federation.

ганды. Однако роль алгоритмов в этом процессе не столь велика: чтобы рекомендательные технологии показали пользователю фундаменталистски окрашенный контент, тот должен изначально проявлять интерес к данной тематике. Кроме того, как видно на примере реальных кейсов, переход к тотальной поддержке радикальных идей требует не только пассивного потребления такого контента, но и активного взаимодействия с носителями соответствующего мировоззрения как в сети, так и в реальной жизни. Таким образом, рекомендательные алгоритмы ранжирования контента, хоть они и могут способствовать укоренению убеждений пользователей, все же остаются вторичными в процессе распространения религиозных фундаменталистских нарративов по отношению к направленной трансляции информации.

Ключевые слова: Цифровая религия, цифровые технологии, цифровые коммуникации, цифровизация религии, рекомендательные алгоритмы ранжирования контента, фундаментализм, религиозный фундаментализм, радикализация, религиозная радикализация.

E. A. Nimyaev

ROLE OF DIGITAL CONTENT RANKING ALGORITHMS IN DISSEMINATION OF RELIGIOUS FUNDAMENTALIST NARRATIVES

In this article we analyze the influence of content ranking algorithms, which various online platforms use to keep users' attention, on the spread of religious fundamentalist narratives. These technologies automatically adjust the output of materials to the personal preferences of each individual, which, coupled with the user's personal actions to personalize their online experience, leads to the formation of one-dimensional epistemic structures within which they interact only with information that is consistent with their views. Among other things, it can strengthen the user's existing beliefs associated with religious fundamentalism.

The study also shows that modern religious fundamentalism, in most of its manifestations, is somehow aimed at changing the political and social structure, and actively uses the Internet to promote its narratives: from radical calls for violence to religiously tinged propaganda. However, the role of algorithms in this process is not so great: in order for content ranking technologies to show the user a fundamentalist approach, the user must initially show interest in the relevant topic. In addition, as can be seen from real-world cases, the transition to total support for radical ideas requires not only passive consumption of online-content, but also active interaction with worldview holders both online and in real life. Thus, recommendation algorithms for ranking content, although they may contribute to the entrenchment of users' beliefs, still remain secondary in terms of spreading religious fundamentalist narratives in relation to the direct transmission of information.

Keywords: Digital religion, digital technologies, digital communications, digitalization of religion, recommendation algorithms for ranking content, fundamentalism, religious fundamentalism, radicalization, religious radicalization.

Влияние медиатехнологий на характер восприятия информации и мышление общества неоднократно исследовалось в трудах социологов, — в частности, в родственных «Галактике Гутенберга» М. Маклюэна [4] и «Галактике Интернет» М. Кастельса [1]. Оба автора исследуют метаморфозы общественной жизни, вызванные «информационными революциями» — изобретением печатного станка и Интернета соответственно. Первый катализировал переход от устной культуры к визуальной, а также «демократизировал» информацию, сделав ее более доступной для широких слоев населения, и заметно ускорил ее распространение в научном обществе, тем самым значительно подстегнув научный прогресс и направив европейское общество напрямую в эпоху Возрождения.

Второй, в свою очередь, еще сильнее упростил доступ к информации, ускорил глобализационные процессы и поспособствовал установлению «сетевых» связей практически во всех сферах человеческой жизни: политической, экономической, социальной, корпоративной и так далее. При этом оба этих технологических новшества, утверждают авторы, сказались не только на прогрессе и общем развитии цивилизации, но и непосредственно на людях — на том, как они воспринимают информацию и мыслят. Так, широкое распространение печатных книг сделало человеческое мышление более линейным, аналитическим и последовательным, повысило уровень грамотности и укрепило идею индивидуального восприятия текста вместо полагания на коллективную интерпретацию, пишет Маклюэн, а Интернет, считает Кастельс, объединив культуры и рынки разных стран в едином киберпространстве, как бы расширил мир, в котором живет человек, а также изменил способы формирования идентичности, позволив людям выражать себя через цифровые каналы связи.

Между появлением первой печатной книги и регистрацией первого сайта во Всемирной паутине, однако, прошло около 500 лет. Все это время рынок медиа не стоял на месте. Сначала телеграф, а затем и радио с телевидением, которые вместе с прессой составили трио «традиционных СМИ», поочередно становились новыми ступенями в развитии технологий связи. Причем если телеграфные линии едва ли обеспечивали «массовость» и стали терять актуальность с открытием радиоволн и изобретением приемников, а позже с развитием телефонии, то радио- и телевидение по сей день пользуются своим спросом, постепенно, впрочем, переходя в цифровой формат. Рассуждать о сопоставимости печати, вещания и Интернета по влиянию на человеческое общество в рамках данной статьи мы не будем, однако обратим внимание на то, как радио и ТВ изменили структуру капитализации медиа. Грубо говоря, главный получатель доходов от продаж печатной книги — это издатель, который, в свою очередь, выдает гонорар автору и оплачивает расходы на типографию. Форма и содержание книги не могут существовать по отдельности, а потому ее производство и реализация на рынке происходят в результате совокупных усилий всех участников. Доходы с вещания же получают как минимум два актора — тот, кто продал человеку приемник, и тот, кто подал на него передачу. Первый, подобно книжному издателю, зарабатывает на прямых продажах своих товаров, а второй — на капитализации внимания потребителя, главным образом за счет трансляции рекламных объявлений. Конечно, чем-то похожим занимались и печатные СМИ, однако читатель газеты зачастую все же мог сам решать, открывать ему рекламный раздел или нет. У телезрителя или радиослушателя такой выбор отсутствует — ему просто включают рекламу, после чего он либо ее воспринимает, либо переключает канал.

Аналогично капитализация внимания играет ключевую роль и в Интернете, который, появившись всего несколько десятилетий назад, уже успел обогнать и частично поглотить бывших «королей» медиaprостранства. С момента, когда Кастельс написал «Галактику Интернет», прошло 20 лет. За это время ландшафт Всемирной паутины сильно изменился — из инструмента по поиску информации, налаживанию «сетевых» связей и виртуального самовыражения она превратилась в пространство, где свыше пяти миллиардов

человек по всему миру ежедневно проводит в среднем более шести часов^{*}: люди общаются, ищут информацию, делают покупки, подают заявления в местные органы власти, смотрят кино и так далее. При этом, выполняя практически любое действие в сети, пользователь так или иначе взаимодействует с многочисленными сервисами и платформами — социальными сетями, видеохостингами, поисковыми службами и прочим, — монетизация которых как раз и завязана на показе рекламных объявлений. Соответственно, чем больше времени человек проведет на том или ином сайте, тем больше рекламы ему покажут и тем больше денег заработает рекламодатель. Альтернативная схема монетизации некоторых платформ — платная подписка, которая избавляет юзера от рекламы и дает дополнительные привилегии. В этом случае сервис, впрочем, тоже заинтересован в поддержании внимания пользователя, ведь это повышает шансы на продление подписки.

Собственно, основной инструмент захвата пользовательского внимания в сети — это рекомендательная выдача контента, похожего на тот, с которым человек взаимодействовал в прошлом или взаимодействует прямо сейчас и на который ему, соответственно, захочется «кликнуть», тем самым задержавшись на платформе подольше. С развитием технологий отвечать за это все чаще стали алгоритмы машинного обучения, которые подбирают рекомендации для каждого отдельного юзера на основании его действий — лайков, просмотров, репостов, комментариев и поисковых запросов — тем самым персонализируя его опыт. Механизм работы алгоритмов не всегда очевиден для пользователей. Некоторые и вовсе не догадываются о существовании таких технологий. Понять, по какому принципу выстраивается персональная лента рекомендаций, можно либо путем прямого эксперимента, либо по открытым заявлениям платформ. Например, после того как в РФ в 2023 г. вступил в действие закон, обязывающий компании раскрывать правила работы алгоритмов ранжирования контента, соцсеть ВКонтакте опубликовала «Правила применения рекомендательных технологий»^{**}, откуда стало известно, что, помимо лайков и репостов, искусственный интеллект платформы также анализирует общую информацию об аккаунте, частоту посещений тех или иных страниц, а также популярность контента среди похожих пользователей, после чего при помощи математических моделей высчитывает, будет ли предлагаемая запись позитивно воспринята конкретным человеком. При этом сам пользователь может влиять на то, что алгоритмы будут ему показывать, взаимодействуя с контентом разными опциями: от «мне нравится» до «не интересует» и «пожаловаться».

Такая практика имеет ряд очевидных плюсов для рекламодателя — пользователь доволен и дольше остается на платформе. Впрочем, есть здесь и ряд побочных эффектов.

Так, еще в начале нулевых годов К. Санстейн выразил опасение, что потребление пользователями сети однородной информации по волнующим их

^{*} Revealing Average Screen Time Statistics / BACKLINKO. Available at: <https://backlinko.com/screen-time-statistics#top-screen-time-stats> (accessed: 01.12.2024).

^{**} Правила применения рекомендательных технологий социальной сети ВКонтакте. Доступно по ссылке: <https://vk.com/legal/recommendations> (дата обращения: 01.12.2024).

острым темам, а также ее циркуляция в группе единомышленников, при игнорировании альтернативных точек зрения, способно привести к формированию у людей экстремальных взглядов, даже если изначально они придерживались умеренных позиций. В более поздних работах Санстейн ввел концепцию «эхо-камер» и «информационных коконов», в рамках которой предположил, что пользователи сети склонны искать взаимодействия с теми группами, члены которых придерживаются такого же мнения, как и они, и в которых их точка зрения находит одобрение и подтверждение. По мнению Санстейна, формирование таких «эхо-камер» чревато поляризацией мнений в социуме [11]. В свою очередь, И. Пэрисер обращает внимание на то, как индивидуализированные фильтры контента в сети, — например, в поисковом сервисе Google — также способствуют фрагментации общества и интеллектуальной изоляции пользователей. Будучи запертым в filter bubble («фильтр-пузырь»), который автоматически подгоняет выдаваемый контент под запросы и интересы пользователя, он только углубляется в своих убеждениях и, возможно, заблуждениях, при этом оказываясь изолированным от любых иных точек зрения — алгоритмы попросту ему их не показывают [9].

Развивая концепцию «эхо-камер», С. Нгуен предлагает отделять их от «эпистемических пузырей» — «социальных эпистемических структур, которые обеспечивают неполноценный (inadequate) доступ к информации путем исключения через упущение (exclusion by omission)». Иными словами, пользователь, который находится эпистемическом пузыре, взаимодействует только с ограниченным кругом источников и формирует свое представление о мире без учета фактов, находящихся вне границ его восприятия. Образуется эпистемический пузырь как путем непосредственных действий пользователя — через подписки на группы и пользователей в социальных сетях, общение с единомышленниками, — так и в результате работы алгоритмов выдачи контента.

Однако эпистемический пузырь достаточно хрупок, утверждает Нгуен. Он может быть «разрушен», если пользователь каким-то образом все же столкнется с упущенной информацией. «Эхо-камеры» же представляют собой «эпистемическое сообщество, в котором существует серьезный перекося в доверии к своим и чужим». Члены «эхо-камеры» — к примеру, сторонники теории заговора — не только формируют свое мнение на основе ограниченной, согласующейся с их убеждениями информации, но и антагонизируют всем носителям иных точек зрения, активно их дискредитируя. Автор сравнивает процесс попадания в «эхо-камеру» с культовой индоктринацией — «неофит» приобщается к некоему знанию, после чего проявляет тотальное недоверие или даже враждебность ко всем, кто это знание пытается оспорить. Причем возникнуть такая эпистемическая структура может как случайно, в том числе в результате работы рекомендательных алгоритмов, так и в результате чьего-то умысла [8].

При этом в основе любой ограниченной эпистемической структуры может оказаться, по сути, любая тема — от некой особой диеты, адепты которой будут убеждены в ее пользе даже при наличии доказательств обратного, до радикальной религиозно-политической идеи или принципов религиозного фундаментализма. Стоит отметить, что практически все крупные пользовательские

платформы — как зарубежные, так и российские — запрещают распространение контента, который нарушает закон и содержит призывы к насилию или «язык ненависти» (hate speech), что, однако, не предотвращает его появление в индизказательной форме либо в виде символов, находящихся вне правового поля. При этом алгоритмы выдачи рекомендаций не проводят различия между тем или иным контентом — они не «продвигают» лишь то, что запрещено правилами платформы и то, что пользователь помечает как «не интересно».

В данной статье мы рассмотрим, какое влияние алгоритмы ранжирования контента и возникающие в том числе в результате их работы эпистемические структуры оказывают на распространение нарративов, так или иначе ассоциируемых с религиозным фундаментализмом среди пользователей Всемирной паутины и на формирование у них фундаменталистских убеждений.

Собственно, понятие «фундаментализм» в религиозном контексте чаще всего определяется как идеологическую парадигму, в рамках которой консервативные представители той или иной конфессии активно выступают против процессов секуляризации и модернизации в обществе и богословии и ратуют за возвращение к истокам вероучения и традиционным практикам, например, за буквальное прочтение Библии. Впервые искомый термин появился с подачи американских протестантских консерваторов, которые в начале XX в. открыто выступили против секуляризации, десакрализации общественной жизни и модернистской теологии, выпустив серию публикаций «Основы: Свидетельство об истине» (The Fundamentals: a testimony to the truth), в которых провозгласили: Библия безошибочна и должна пониматься буквально, Иисус Христос имел божественную природу, был рожден от Девы, страдал на кресте вместо человека (заместительная теория спасения), его воскресение было физическим, и таким же будет Второе пришествие*. Сегодня, однако, понятие «фундаментализм» применяется для обозначения весьма широкого ряда религиозных идей, движений и организаций.

Так, А. Пелин, исследуя место христианского и исламского фундаментализма в постсекулярном обществе, выделяет сразу несколько примеров воплощения этой религиозной парадигмы, помимо американских протестантов: католическую «теологию освобождения», зародившуюся в середине прошлого века, радикальную ортодоксию Джона Милбанка, а также исламский фундаментализм. Упомянутые «виды», однако, возникают в разных условиях и разных географических регионах мира, имея при этом отличные друг от друга предпосылки и цели. К примеру, если теология освобождения зарождается как реакция на социальное расслоение в странах Латинской Америки и провозглашает своим главным постулатом социальную справедливость, то есть отождествляет усилия по спасению души со стремлением сделать дольний мир лучшим местом, то исламский фундаментализм полностью политизируется и устремляется к истокам магометанского вероучения, установлению исламского законодательства и возвращению в «Золотой век ислама», при этом проявляя тотальный отказ от достижений европейской цивилизации

* Религиозный фундаментализм / Большая российская энциклопедия. Доступ по ссылке: <https://bigenc.ru/c/religiousnyi-fundamentalizm-01b03c> (дата обращения: 07.12.2024).

и враждебность к политическим оппонентам. Единственное, что объединяет перечисленные варианты религиозного фундаментализма, указывает Пелин, — это антисекулярный, антилиберальный, антипрогрессивистский протест против переосмысления места религии в жизни человека на всех уровнях, желание сохранить либо восстановить главенствующую роль Бога и Писания в устройстве общества или государства. Религиозные ценности в рамках фундаменталистской парадигмы, пишет исследователь, понимаются как «абсолютно значимые», а потому фундаменталисты так или иначе встают против попыток как-либо их умалить их значение [5].

Как отмечает К. Миссиер, религиозный фундаментализм следует рассматривать «не как единое, сплоченное семейство верований, идей и практик, распространяемых религиозными лидерами и учеными, но как семейство [феноменов] с весьма разобщенными (diffused) способами конструирования реальности, разнообразными наборами социальных представлений (social imaginaries) и эпистемических авторитетов». На основании обзора работ исследователей, посвященных теме фундаментализма, Миссиер выделяет три категории изучаемого феномена: изоляционистскую (complaisant), демократическую и радикальную.

В рамках первой фундаменталисты выступают за сохранение и защиту своих священных ценностей, при этом отказываясь признавать себя частью общемирового общества. Фундаменталисты-изоляционисты не признают демократических ценностей и плюрализма мнений, предпочитают религиозный авторитаризм, придерживаются догматических верований и мечтают вернуться в «славное прошлое», открыто выступают против секуляризации и современности, но не пытаются при этом как-либо изменить мир, ведут закрытую жизнь в общине, избегают современных технологий и предпочитают игнорировать внешнее общество. Примером таких фундаменталистов Миссиер называет американских Амишей.

Во многом схожими характеристиками обладают радикальные фундаменталисты, с той разницей, что вместо отказа от секулярных, либеральных и демократических ценностей и изоляции от них они вступают с ними в прямую конфронтацию. Радикалы антагонизируют вестернизации и глобальному капитализму, стремятся добиться политических перемен путем внушения страха через террористические акты, проявляют готовность умереть за идею и ненависть к внешнему миру, ведут активную деятельность по демонизации представителей других конфессий, мировоззрений и культур, в том числе посредством Интернет-технологий.

Демократическая категория фундаменталистов же значительно отличается от двух других. Фундаменталы-демократы также придерживаются догматических верований, однако признают демократические ценности и принимают плюрализм в качестве статуса-кво. Они выступают против секуляризации, либеральной этики и атеизма, однако готовы к диалогу с внешним миром и рассчитывают добиться перемен в обществе при помощи легальных демократических механизмов. Активно участвуют в политической жизни общества, приветствуют использование современных технологий. Пример фундаменталов-демократов — правые политические партии [6].

Миссиер неспроста выделяет в качестве одного из критериев категоризации фундаменталистских групп отношение к технологиям. Несмотря на то что они выступают против веяний современности, фундаменталы остаются частью современного мира, и для достижений своих целей, которые, как правило, направлены на изменение политического устройства общества, в том числе включаются в актуальную систему медиа-коммуникаций. Так, исследование Сакина показывает, как различные группы радикальных групп боевиков, ассоциирующих себя с исламом, используют Интернет-технологии для распространения идей и фундаменталистских нарративов, построенных на искаженном понимании Коранических стихов и Хадисов. Эти нарративы включают в себя, в частности, представление о том, что Джихад является обязательным для любого правоверного мусульманина, что отказ от вступления в ту или организацию, — например, Талибан — автоматическое делает человека кафиром, что эти организации сражаются во имя ислама и Аллаха, что женщины являются корнем зла и так далее. Основные каналы для трансляции таких религиозных идеологем — популярные онлайн-платформы, которыми пользуются миллионы людей по всему миру: YouTube, Facebook [*принадлежит Meta Platforms, запрещенной на территории РФ*], X, WhatsApp и так далее. Радикалы публикуют как откровенно экстремистские материалы, например, инструкции по изготовлению взрывчатых веществ или видео с обезглавливанием пленных, так и относительно нейтральный контент — новости, разговорные видео на неарабских языках, ссылки на сторонние ресурсы и так далее. При этом они осведомлены о том, что платформы активно борются с экстремизмом, программируя внутренние фильтры на автоматическое удаление любого подозрительного контента, и потому используют менее очевидные стратегии. Например, составляют списки потенциальных неофитов на основании информации в личных профилях и пишут им в личные сообщения или добавляют в групповые чаты. Активная деятельность радикальных фундаменталистов в сети, учитывая растущую доступность Интернета по всему миру, ведет к повышенным рискам радикализации большого количества людей, в особенности молодежи, считает Сакина. Это уже можно проследить на примере Пакистана, где распространение современных технологий совпало с ростом религиозной радикализации [10].

Похожим образом роль неограниченного доступа пользователей к Интернет-коммуникациям в распространении радикальных фундаменталистских нарративов выделяет и В. Красиков. Онлайн-среда значительно упрощает поиск единомышленников, в результате чего юзеры легко находят собеседников или целые группы людей — либо те находят их, — которые разделяют их мнение, после чего обмениваются с ними информацией, обсуждают интересующие вопросы и находят подтверждение своей позиции. Такие контакты могут касаться совершенно любых тем, включая радикальные, причем анонимность и удаленность общения могут снижать порог отторжения даже самых шокирующих экстремистских идей. Длительное потребление радикально окрашенной информации в ходе общения в сети, наряду с работой рекомендательных алгоритмов Интернет-платформ, способно погрузить пользователя в «эхо-камеру», которая постепенно легитимизирует насильственный дискурс

и приводит к сдвигам в его идентичности. Причем возможная причина, по которой пользователи идут на контакт с другими людьми в сети заключается, в том числе, в их личных и социальных уязвимостях, для компенсации которых они и обращаются к понимающим онлайн-собеседникам, кем бы те ни были [2].

Миссиер также обращает внимание на «утешающую» составляющую цифровых коммуникаций. Фундаменталистские идеи дают пользователям, испытывающим одиночество, потерянность и неудовлетворенность собственной жизнью и окружающим обществом, чувство принадлежности к «воображаемому сообществу» в рамках религиозной системы ценностей, которые служат в качестве «амортизатора тревоги». Больше всего этому подвержены представители поколений «цифровых аборигенов», то есть миллениалы и все последующие за ними — они активно пользуются современными технологиями и черпают большую часть информации из Интернета, формируют свою систему убеждений и идентичность при помощи онлайн-контента. Впрочем, полагает исследователь, переоценивать влияние рекомендательных алгоритмов, «эхо-камер» и усилий радикальных фундаменталистов по распространению своих нарративов в сети на молодых пользователей все же не стоит. Исследования показывают, что большая часть юзеров потребляет достаточно разностороннего контента, чтобы не попадать в изолированные «эхо-камеры». При этом, хорошо ориентируясь в цифровом пространстве и находясь в статусе «онлайн» практически все время, они умеют фильтровать информацию, владеют пониманием «цифровой гигиены» и менее подвержены внезапным сдвигам в идентичности — реальной и цифровой. Куда более серьезную угрозу с точки зрения внушения радикальных фундаменталистских идей для пользователей сети представляют гибридные методы, при которых онлайн-воздействие на человека совмещается с офлайн-практиками [7].

Так, исследование онлайн-активности 15 заключенных-террористов из Великобритании, проведенное RAND Corporation на основании данных полиции, судебных журналов и следственных материалов, показало, что, хотя Интернет выступал для осужденных источником информации и платформой для обсуждения и распространения экстремистских идей, сам по себе он не становился главным драйвером их радикализации. Ни один из кейсов не подтвердил гипотезу о «само-радикализации» онлайн — во всех случаях рост экстремальных идей сопровождался общением с единомышленниками в виртуальной или реальной среде. При этом в ряде кейсов офлайн-факторы оказывали куда большее влияние на радикализацию осужденного, чем онлайн-активность, — в частности, первичный контакт с фундаменталистскими идеями у части заключенных состоялся еще до широкого распространения доступа к Интернету. Кроме того, большую роль в радикализации заключенных играли их взаимоотношения с уже радикализованными родственниками.

Вместе с тем исследователи констатируют, что высокая доступность информации и коммуникации в сети действительно упрощает процесс радикализации, хоть и не обязательно его ускоряет. Один из осужденных, который активно занимался распространением фундаменталистских нарративов, признавал эффективность Интернета как средства вербовки новых последователей: «Раньше мы «ловили» [людей] по одному, сейчас ловим по 100–200 в год». Для

самих же экстремистов Интернет в большинстве кейсов выступал в качестве «эхо-камеры» — принадлежность к виртуальному сообществу давала им ложное чувство «силы в количестве», а потребление односторонней информации и общение с единомышленниками, наряду со спорами с иноверцами и атеистами на форумах, только усиливали их радикальные убеждения.

Интернет-технологии, таким образом, играют важную роль в процессах приобщения пользователей по всему миру к идеям радикального религиозного фундаментализма и вносят серьезный вклад непосредственно в радикализацию индивидов, выступая в качестве источника информации и инструмента, который значительно упрощает транслирование фундаменталистских нарративов как путем прямого общения, так и путем размещения пропагандистского контента на многочисленных онлайн-платформах. Вместе с тем склонение радикализованных неопитов к реальным действиям по изменению современного секулярного миропорядка зачастую требует прямого участия идеологов-фундаменталистов не только в виртуальной, но и в реальной среде [12].

Рекомендательные алгоритмы ранжирования контента тут имеют двоякое значение. С одной стороны, они способны погрузить человека в эпистемический пузырь, поддерживающий одноокрашенность потребляемой им информации, — например, показывать ему только материалы консервативного характера, — и даже способствовать установлению контакта с единомышленниками через секцию комментариев, но с другой, задаваемый ими вектор базируется на уже существующих у пользователя интересах и предпочтениях, которые тот сформировал в общении с другими юзерами или в своей офлайн-жизни. Иными словами, алгоритмы сами по себе не могут привести человека в фундаменталистскую «эхо-камеру». Отталкиваясь от персональных предпочтений пользователя и метаданных, они будут выдавать ему ровно тот контент, с которым он уже взаимодействует, не повышая при этом степень радикальности предлагаемых материалов. Тем более что радикальный контент с платформ активно удаляют.

В то же время, поскольку характер эпистемического пузыря, сформированного как в результате осознанных действий, так и в результате работы рекомендательных алгоритмов, прямо коррелирует с уже существующими у человека убеждениями и установками, он, во-первых, во многом отражает его социокультурную и религиозно-политическую идентичность и даже может способствовать ее укреплению, а во-вторых, создает окно для эксплуатации этой идентичности внешними силами. Радикальные фундаменталисты могут анализировать профили юзеров социальных сетей и писать потенциальным кандидатам на вербовку, а «демократические» фундаменталисты (по Миссиеру) либо просто политические структуры правого толка могут использовать религиозные нарративы в рамках публичных заявлений для привлечения поддержки в свою сторону — алгоритмы доведут их до аудитории, разделяющей эти взгляды, тем самым улучшив имидж искомой политической силы в глазах электората.

Так, комментируя победу Дональда Трампа на президентских выборах США 2024 г., евангелист Франклин Грэхэм заявил: «Это большая победа для Христиан, для евангелистов. Мы верим, что президент защитит религиозную свободу

там, где Демократы этого сделать не смогли»*. Собственно, основу электората Трампа на прошедших выборах, согласно экзит-поллам, традиционно составили белые консервативные американцы**. По данным Pew Research Center, 85% консерваторов в США — это христиане, прежде всего евангельские протестанты и католики. При этом 45% консерваторов считают, что Библия — это Слово Господа, которое нужно воспринимать в буквальном значении, что является одним из основных принципов христианского фундаментализма. Американские консерваторы выступают против либеральных веяний — легализации аборт, засилья мигрантов, использования религиозных символов в неподобающих целях — и часто мечтают о возвращении страны к прошлому, возможно, даже недалекому***. Мы не утверждаем, что всех американских консерваторов можно считать христианами фундаменталистами, это достаточно разнородная группа политически активных людей. Тем не менее, часть из них демонстрирует вполне явные признаки принадлежности к фундаменталистской парадигме «демократической» категории.

Многие из пунктов, вызывающих недовольство у консервативной публики, как раз вошли в предвыборную кампанию Трампа, который обещал выслать нелегалов, построить стену на границе с Мексикой, отменить федеральное решение о защите права на аборт, «Сделать Америку снова великой» и так далее. Ожидается, что эти программные строки нашли широкую поддержку в среде консервативно настроенной аудитории, в том числе у христианских фундаменталистов. Озвученные Трампом — является сам он христианским фундаменталистом или нет, не так уж важно — на его выступлениях тезисы широко расходились по Интернету и попадали в систему ранжирования контента, откуда алгоритмы направляли их в персональные ленты пользователей, заинтересованных в новостях, политике, проконсервативном контенте или лично Трампе. Некоторые из этих пользователей, судя по статистике, разделяли принципы христианского фундаментализма и, находя политическую поддержку своим убеждениям, скажем, негативному отношению к аборту, становились все больше готовы предоставить свою электоральную поддержку взамен, даже если изначально не хотели голосовать или поддерживали другого кандидата.

Анализ литературы продемонстрировал, что рекомендательные технологии Интернет-платформ, созданные для капитализации внимания пользователей, не следует однозначно рассматривать как канал радикализации юзеров и непреодолимую силу цифровой стихии, неизбежно ведущую людей в фундаменталистские «эхо-камеры». Во-первых, сам фундаментализм принимает разные формы, и если радикальные призывы к насилию со стороны ближневосточных боевиков быстро блокируются платформами, то умеренный фундаменталистский контент, к примеру, видео о буквальном прочтении

* 'Anointed by God': The Christians who see Trump as their saviour / BBC. Available at: [bbc.com/news/articles/c20g1zvvgj4do](https://www.bbc.com/news/articles/c20g1zvvgj4do) (accessed: 14.12.2024).

** Exit Polls / NBC News. Available at: [nbcnews.com/politics/2024-elections/exit-polls](https://www.nbcnews.com/politics/2024-elections/exit-polls) (accessed 14 December 2024).

*** Religious composition of conservatives / Pew Research Center. Available at: [pewresearch.org/religious-landscape-study/database/political-ideology/conservative/](https://www.pewresearch.org/religious-landscape-study/database/political-ideology/conservative/) (accessed: 14.12.2024).

Библии, не вызывают нареканий у администрации и контент-фильтров. Вторых, алгоритмы подбирают контент на основе уже имеющихся у юзера предпочтений, а потому не могут навязать ему какие бы то ни было убеждения, в том числе ассоциируемые с религиозным фундаментализмом, если у него заранее не было интереса к этой теме. В-третьих, современные пользователи достаточно хорошо ориентируются в цифровом пространстве и, постоянно находясь в переизбытке информации, умеют ее фильтровать, а также могут напрямую влиять на выдачу контента с помощью предусмотренных функций.

Тем не менее, называть алгоритмы абсолютно нейтральными с точки зрения формирования острых мнений по вопросам отношений религии и общества тоже нельзя. Хотя технологии ранжирования контента не могут самостоятельно привести человека к идеям религиозного фундаментализма той или иной категории, они все же могут, если он сам заинтересован в этой теме, спровоцировать его сильнее в нее погрузиться и — потенциально — столкнуться с продвигаемыми фундаменталистскими организациями нарративами либо познакомиться с пользователями, активно включенными в фундаменталистскую повестку.

Кроме того, рекомендательные алгоритмы, выдавая конкретному пользователю контент, согласующийся с его религиозно-политической и социокультурной идентичностью — это в том числе могут быть фундаменталистские материалы «демократической» категории, — может погрузить человека в эпистемический пузырь, тем самым повысив его склонность к поддержке политических сил, демократических или экстремистских, озвучивающих предложения, которые сходятся с его представлениями об устройстве общества, а также к агрессивному отстаиванию своей позиции против носителей другого мировоззрения. А. Крылов на основании математической модели приходит к выводу, что если доля людей в обществе, склонных положительно оценивать информацию, соответствующую их взглядам, превышает 40%, то рекомендательные алгоритмы приводят к бифуркации и разбиению социума на два антагонизирующих друг другу лагеря, даже если изначально распределение мнений в обществе было равномерным [3].

Отметим, однако, что увлечение идеями религиозного фундаментализма, возникновение конфликтов между социальными группами с разной точкой зрения и вербовка в воинствующие организации, ассоциирующие себя с каким-либо вероучением, встречались задолго до повсеместного введения алгоритмов ранжирования контента, изобретения Интернета и даже первой печатной книги. Современные медиатехнологии лишь ускорили и в значительной степени упростили эти процессы, при этом сильно расширив их географию. Безусловно, рекомендательные алгоритмы и особенности капитализации бизнеса в Интернете сказались на том, как люди формируют мнение, отчасти забрав у них прерогативу самостоятельно погружаться в интересующие темы и изолировав их от контента, который может быть воспринят негативно и может стать причиной отключения от платформы. И все же в контексте распространения фундаменталистских нарративов современные технологии ранжирования контента на данный момент остаются лишь дополнительным — обладающим косвенной эффективностью — средством, вторичным по отношению к прямой трансля-

ции идей религиозного фундаментализма системе Интернет-коммуникаций через открытые платформы, чаты и личные сообщения и к взаимодействию в реальном мире. Далеко не каждый фундаменталистски окрашенный месседж подхватывается алгоритмами из-за запрещенного на платформе содержания, а одного только пассивного потребления искомой информации оказывается недостаточно для полноценного перехода в фундаменталистскую парадигму.

Дальнейшее осмысление темы влияния рекомендательных алгоритмов, используемых онлайн-платформами для удержания внимания пользователя, на продвижение религиозных нарративов, а также способности таких технологий погружать юзеров в радикализующие «эхо-камеры», на наш взгляд, потребует уточнения методологии исследования и его объекта. Во-первых, необходимо учесть, как выдаваемый алгоритмами религиозный контент вообще влияет на «офлайн»-религиозность людей, выражается ли он в реальных действиях и практиках либо служит развлечением или виртуальным суррогатом религиозной жизни и «амортизатором тревоги», а также выявить, кто, собственно, такой контент потребляет. Для этого, возможно, потребуются проводить прямые интервью или опросы широкой аудитории. В противном случае исследователь, рассматривая пользовательские профили, рискует принять цифровую идентичность за реальную, хотя они не всегда совпадают. Во-вторых, нужно внимательнее рассмотреть принципы работы самих алгоритмов, в частности, то, насколько глубоко они могут погрузить пользователя в интересующую его тему и способны ли они выдавать радикально окрашенную информацию.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кастельс М.* Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 2004. 328 с.
2. *Красиков В. И., Кудашов В. И.* Как алгоритмы социальных сетей и социально-психологические уязвимости формируют участников радикальных онлайн-сообществ // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2023. Т. 12. № 16. С. 2208–2215.
3. *Крылов А. Н.* Порождение бифуркации общественного мнения алгоритмами социальных сетей // Известия высших учебных заведений. Прикладная нелинейная динамика. 2022. Т. 30. № 3. С. 261–267.
4. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: Академический проект, 2005. 496 с.
5. *Пелин А. А.* Исламский и христианский фундаментализм в постсекулярном обществе // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2018. № 24. С. 87–98.
6. *Missier C.* Framing of Fundamentalism in the Digital Media Space // Intercultural Communications Studies. 2021. Vol. 30. No. 1. Pp. 20–41.
7. *Missier C.* Fundamentalism and the search for meaning in digital media among Gen Y and Gen Z // Journal for Deradicalization. 2022. No. 33. Pp. 255–285.
8. *Nguyen C.* Echo chambers and epistemic bubbles // Episteme. 2018. Vol. 17. No. 2. Pp. 1–21.

9. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. New York; The Penguin Press, 2011. 304 p.
10. Sakeena, Ishfaq U. The Role of Social Media in Propagating the Religious' Popular Narratives and Radicalization // *Global Digital & Print Media Review*. 2023. Vol. 6. No. 3. Pp. 16–27.
11. Sunstein C. *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ and Woodstock: Princeton University Press, 2009. 272 p.
12. Von Behr I., Reding A., Edward C., Gribbon L. *Radicalisation in the digital era. The use of the internet in 15 cases of terrorism and extremism*. Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2013. 59 p.

REFERENCES

1. Kastel's, M. *Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internetе, biznese i obshchestve*. [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society] Ekaterinburg, U-Faktoriya (with support from Humanitarian University), 2004. (In Russian).
2. Krasikov, V. I., Kudashov, V. I. Kak algoritmy social'nyh setej i social'no-psihologicheskie uyazvimosti formiruyut uchastnikov radikal'nyh onlajn-soobshchestv. [How Social Media Algorithms and Social-Psychological Vulnerabilities Lead to Radical Online Communities]. In: *Zhurnal Sibirskogo federal'nogo universiteta. Gumanitarnye nauki Siberian state university journal. Humanities*, 2023, vol. 12, no. 16, pp. 2208–2215. (In Russian).
3. Krylov, A. N. Porozhdenie bifurkacii obshchestvennogo mneniya algoritmami social'nyh setej. [The generation of bifurcation of public opinion by social network algorithms]. In: *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Prikladnaya nelinejnaya dinamika Higher educational institutions Tidings. Applied nonlinear dynamics*, 2022, vol. 30, no. 3, pp. 261–267. (In Russian).
4. Maklyuen, M. *Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatayushchego* [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man] Moscow, Akademicheskij proekt, 2005. (In Russian).
5. Pelin, A. A. Islamskij i hristianskij fundamentalizm v postsekulyarnom obshchestve. [Islamic and Christian fundamentalism in a post-secular society]. In: *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politologiya. Religiovedenie. Irkutsk State University Tidings. Series: Political science. Religion Studies*, 2018, no. 24, pp. 87–98. (In Russian).
6. Missier, C. Framing of Fundamentalism in the Digital Media Space. In: *Intercultural Communications Studies*. 2021, vol. 30, no. 1, pp. 20–41.
7. Missier, C. Fundamentalism and the search for meaning in digital media among Gen Y and Gen Z. In: *Journal for Deradicalization*. 2022, no. 33, pp. 255–285.
8. Nguyen, C. Echo chambers and epistemic bubbles. In: *Episteme*. 2018, vol. 17, no. 2, pp. 1–21.
9. Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. New York; The Penguin Press, 2011. 304 p.
10. Sakeena, Ishfaq U. The Role of Social Media in Propagating the Religious' Popular Narratives and Radicalization. In: *Global Digital & Print Media Review*. 2023, vol. 6, no. 3, pp. 16–27.
11. Sunstein, C. *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ and Woodstock: Princeton University Press, 2009. 272 p.
12. Von Behr, I., Reding, A., Edward, C., Gribbon, L. *Radicalisation in the digital era. The use of the internet in 15 cases of terrorism and extremism*. Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2013. 59 p.