

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ НА СЕССИЮ «Практический опыт»

Презентация проекта

Миргуль Каримова
Search for Common Ground





ПИЛОТНЫЙ ПРОЕКТ:

**«Социальные медиа для
дерадикализации в Кыргызстане:
Модель для Центральной Азии»**

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Разработать альтернативные нарративы через соц. медиа для создания возможностей населения эффективно отвечать на пропаганду насильственного экстремизма



ЗАДАЧА №1: Предложить онлайн/соц. медиа платформы, служащие молодежи как каналы для выражения их недовольств конструктивными путями

ЗАДАЧА №2: Продвигать многообразие и плюрализм как альтернативу насильственному экстремизму

Целевая группа: ≥ 50 «радикализирующихся» лидеров среди молодежи в 8 районах: Араван, Базар-Коргон, Жети-Огуз, Кара-Балта, Кара-Суу, Ноокат, Сузак, Узген

ДВА x ПЯТЬ

Медиа кампании и сроки их реализации



Профессиональная медиа кампания будет проводиться медиа экспертами на основании разработанного молодежью и экспертами ключевого послания и проводиться на национальном масштабе в течении 5 месяцев.

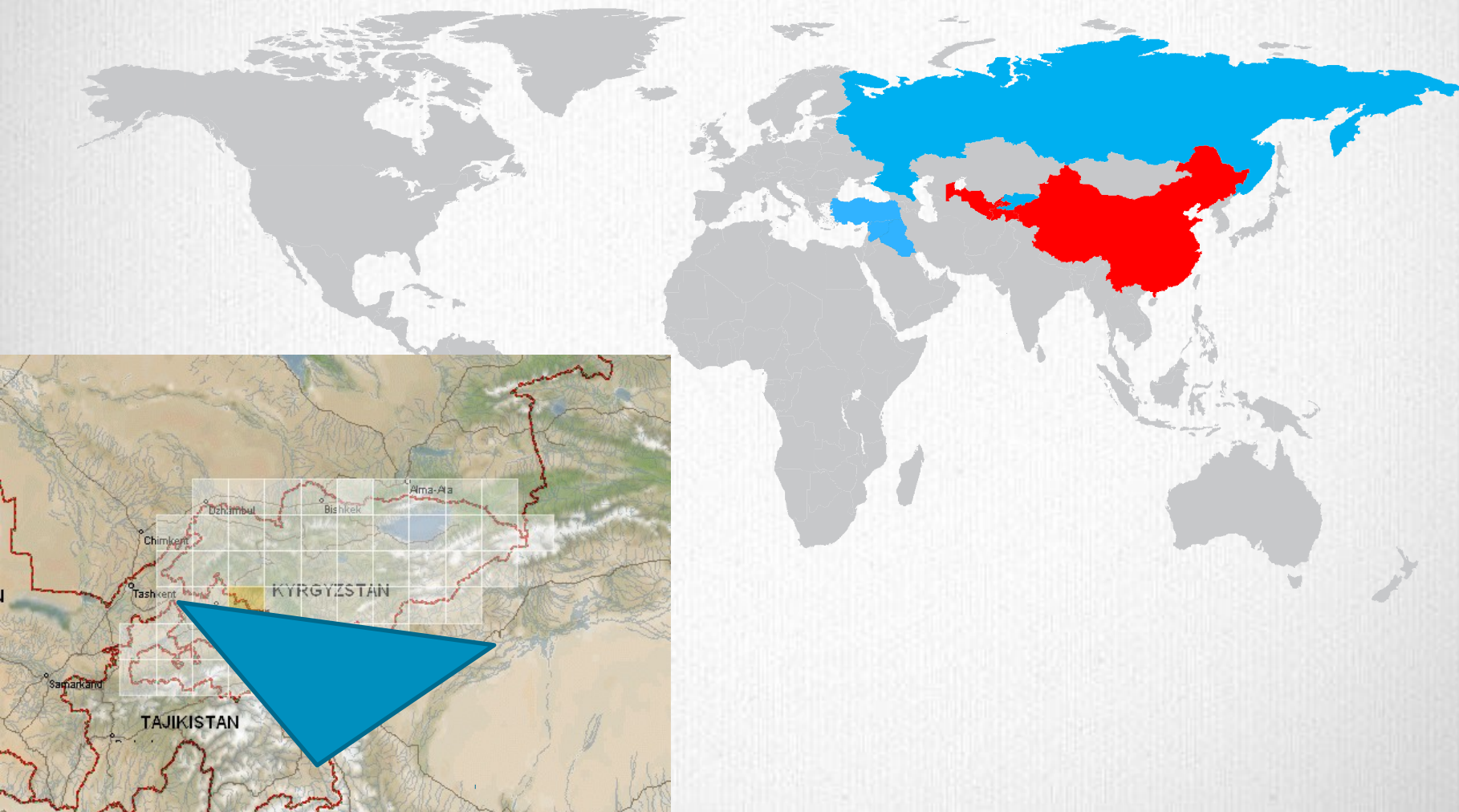


Инклюзивная соц. медиа кампания будет проводиться в теч. 5 месяцев молодыми лидерами из 8 целевых зон, акцентируя внимание местной аудитории на плюрализм и многообразие, возможности конструктивного выражения обид.



ТРАЕКТОРИЯ РАДИКАЛИЗАЦИИ

Треугольник напряженности: «СУАР», «Бадахшан», «Ферганская долина»

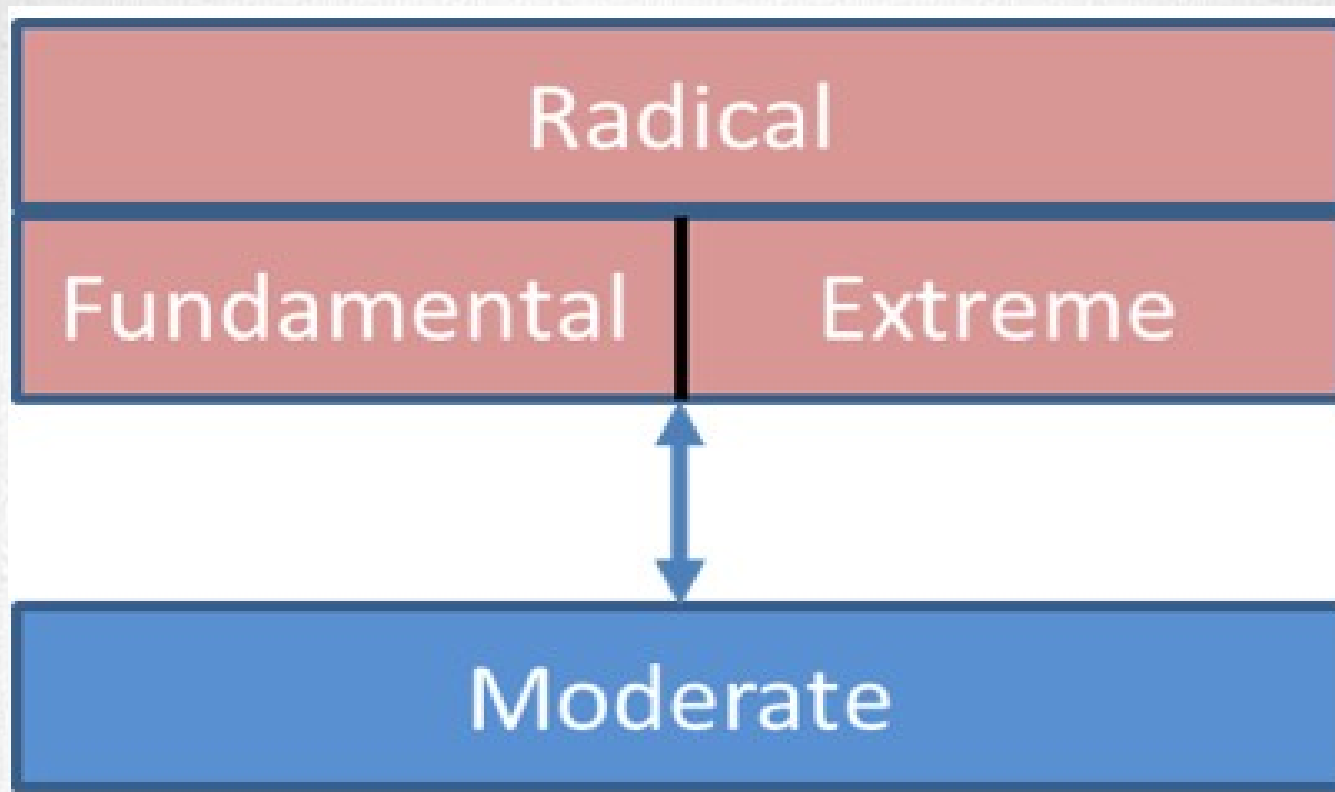


РАДИКАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ

Как решить эту проблему?

“ Радикал радикалу - рознь

- Общее понимание
- Адресная работа
- Доступ к аудитории
- Ресурсы
- Устойчивость
- Постоянные партнеры
- Вовлечение других участников

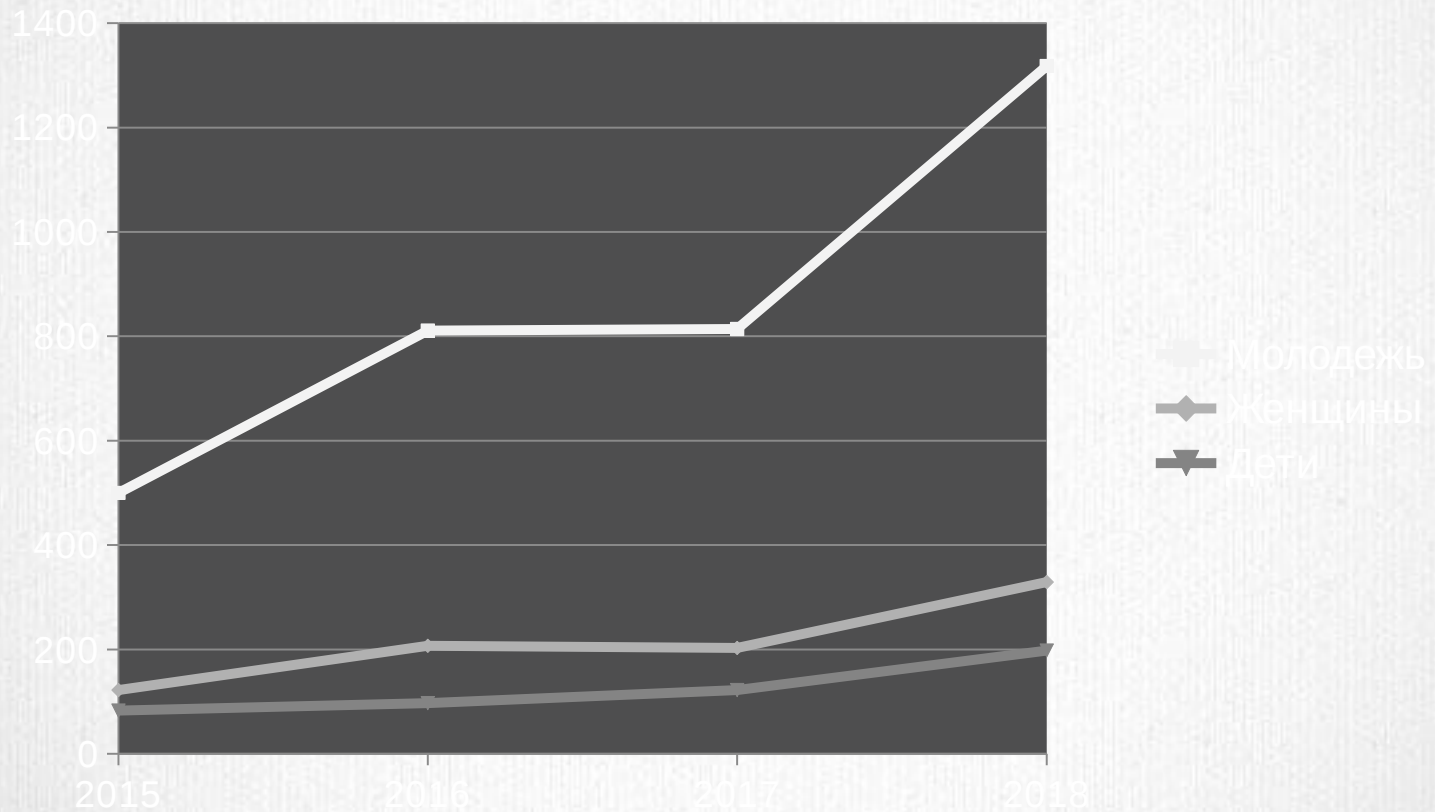


Дерадикализация –

*это действие или процесс, ведущий к изменениям экстремистских взглядов человека на занятие им **более умеренной** позиции в политических и социальных вопросах.*

ОПЫТ SFCG

Дерадикализация в Кыргызстане через позитивный нарратив



Практическое исследование

Какие (1) **ключевые послания** и (2) **каналы инфо** осуществляют рекрутинг?

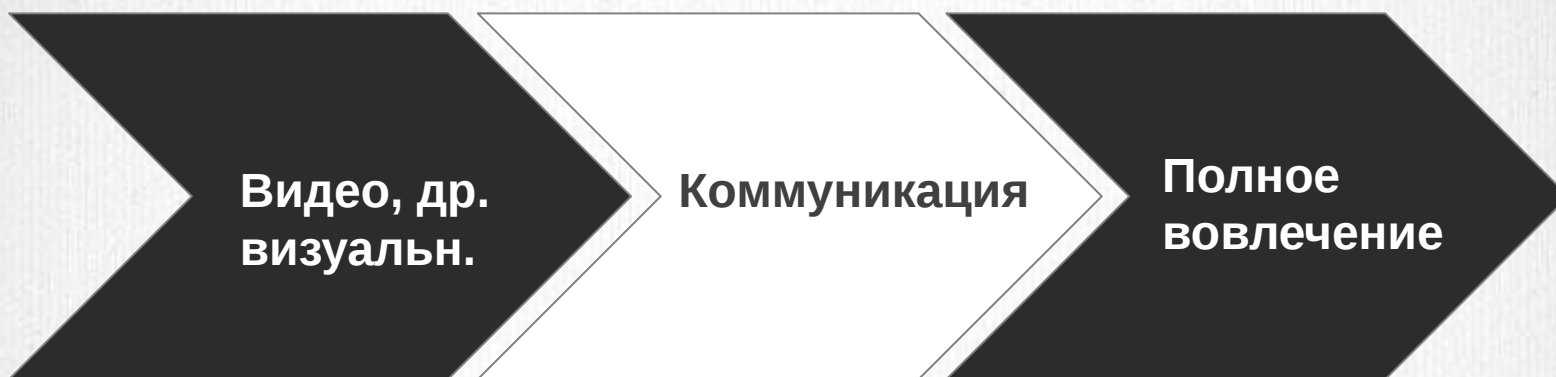
Респонденты: 108 (%), 95м/5ж; 87узб/13кыр; 16-30лет (38/62%); 48% - студенты, безработные, регулярно посещающие мин. 3 соц. медиа платформы на узб/рус/кыр языках); **61%** поддерживают, **20%** сопереживают, **19%** отрицают увиденное

География охвата: 8 (Араван, Базар-Коргон, Жети-Огуз, Кара-Балта, Кара-Суу, Ноокат, Сузак, Узген)

Методология: 108 (до 20 интервью/район) структурированных интервью, проведенные в неформальной обстановке 6 молодыми лидерами из 8 локаций на языке респондентов

Ключевые послания

Мотивирующие молодежь вступать в ТГ



Жертвовать жизнью для религии = дорога в рай:

- Джихад - фарз (обязанность совершать джихад);
- Все женщины в джихаде защищены Халифатом;
- Мусульмане должны поддерживать своих братьев;
- “Священная война” для “Исламского государства”;
 - ИГИЛ гарантирует защиту Шариата;
- Помогай религии Аллаха, а Он поможет тебе;

Если ты видишь происходящее и не действуешь, значит, ты не познал Аллаха.



Вовлекающие образы, звуки

* Internet World Stats (Июнь 2016)

36.2% КР имеет доступ к интернету; 2.1млн пользователей (360,000 пользователей Facebook)

* Freedom of the Net (2015)



- Сцены войны
- Массовое убийство «неверующих»
- Действия смертников
- Мужчины с оружием
- Дети и женщины на войне
- Знакомые лица (родные, земляки)
- Молитвы террористов
- Нашиды (печальные араб. песни)
- Жизнь со «смыслом» в Сирии





Рекомендации

для соц. медиа кампаний

1. Используйте визуальный ряд и умеренный подход к религии;
2. Создавайте идеалы, опираясь на образы, мотивирующие «вступать»;
3. Для борьбы с джихадизмом нужно обучать религии и отвечать на вопросы на доступном языке;
4. Контент должен быть на языке оригинала;
5. Распространяйте инфо с динамич. IP-адресов (используя VPN) с разных соц. медиа аккаунтов

Какой нарратив «работает»?



Альтернативный /
Контр- /
Положительный

ПОДЕЛИМСЯ ОПЫТОМ



- Сборник рекомендаций, включающий уроки из опыта работы с «радикализирующейся» молодежью, с соц. медиа
- Идеи для расширения программы на Центрально-Азиатский регион
- Ознакомление широкой общественности с выводами пилотного проекта