



Научно-исследовательский журнал «*International Journal of Medicine and Psychology / Международный журнал медицины и психологии*»

<https://ijmp.ru>

2025, Том 8, № 8 / 2025, Vol. 8, Iss. 8 <https://ijmp.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки)

УДК 159.9.07

<sup>1</sup>Лебедева Т.П.,  
<sup>1</sup>Бариляк И.А.,

<sup>1</sup> Тверской филиал Московского университета МВД России имени В.Я. Кикотя

## Психологические механизмы формирования деструктивных установок личности при вовлечении в террористические организации

**Аннотация:** автором проведен сравнительный анализ различных точек зрения на психологические механизмы формирования деструктивных установок личности при вовлечении в террористические организации. Описаны различные способы осуществления вербовки при вовлечении в террористические организации – вербовка, осуществляемая с помощью очного участия представителя секты или террористической организации в общественных местах, в транспорте, на территории вузов, на выставках и вербовка, осуществляемая представителем террористической организации дистанционно посредством применения телекоммуникационной сети интернет с помощью методов информационного влияния (на примере экстремистской террористической организации ИГИЛ), в том числе на основе создания медиапространства, транслирующего насаждаемые идеи, установки и ценности, организации личного общения посредством использования социальных сетей. Вне зависимости от формы воздействия - в форме личного общения или организации воздействия с помощью средств и методов информационного воздействия, отправной точкой вербовки является привлечение внимания потенциальной жертвы воздействия. Привлечение внимания рекрутера осуществляется с помощью методов беседы при личном участии вербовщика или с помощью использования каналов информационного воздействия с помощью коммуникационной сети интернет. Информация, которую можно получить с помощью коммуникационной сети интернет способна вызывать доверие у потенциальной жертвы воздействия вследствие того, что сеть интернет стала заменой классическим инструментам получения информации. Потенциальные жертвы воздействия со стороны террористической организации ИГИЛ – это молодые люди, которые проводят 8 часов и более в сутки в медиапространстве, что способствует увеличению вероятности оказания информационного воздействия.

**Ключевые слова:** психологический портрет, направленность личности, международная террористическая организация, международная террористическая организация ИГИЛ, мотив, потребность, жизненная цель, жизненные ориентиры, ценности, установки, психологическое влияние, психологическое воздействие, деструктивные установки личности, механизм формирования установок личности, социальный мотив воздействия, культурно-психологический мотив воздействия, духовный кризис, социальные сети, коммуникационная сеть интернет, состав группы риска – подверженных деструктивному влиянию террористической организации

**Для цитирования:** Лебедева Т.П., Бариляк И.А. Психологические механизмы формирования деструктивных установок личности при вовлечении в террористические организации // International Journal of Medicine and Psychology. 2025. Том 8. № 8. С. 185 – 191.

Поступила в редакцию: 26 августа 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 23 октября 2025 г.; Принята к публикации: 16 декабря 2025 г.

<sup>1</sup>**Lebedeva T.P.,**  
<sup>1</sup>**Barilyak I.A.,**

<sup>1</sup> Tver Branch of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia named after V.Ya. Kikot

## II Psychological mechanisms of formation of destructive attitudes of a person when involved in terrorist organizations

**Abstract:** the author has carried out a comparative analysis of various points of view on the psychological mechanisms of the formation of destructive attitudes of a person when involved in terrorist organizations. Various methods of recruitment for involvement in terrorist organizations are described. – recruitment carried out through the face-to-face participation of a representative of a sect or terrorist organization in public places, in transport, on the territory of universities, at exhibitions, and recruitment carried out by a representative of a terrorist organization remotely through the use of the Internet telecommunications network using methods of information influence (using the example of the extremist terrorist organization ISIS), including through the creation of a media space, broadcasting inculcated ideas, attitudes and values, organizing personal communication through the use of social networks. Regardless of the form of exposure – in the form of personal communication or the organization of exposure through means and methods of informational influence, the starting point of recruitment is to attract the attention of a potential victim of exposure. Attracting the attention of the recruiter is carried out using conversation methods with the personal participation of the recruiter or through the use of information channels using the Internet communication network. Information that can be obtained through the Internet communication network can inspire confidence in a potential victim of exposure due to the fact that the Internet has become a substitute for classical information acquisition tools. Potential victims of exposure from the ISIS terrorist organization are young people who spend 8 hours or more a day in the media space, which increases the likelihood of information exposure.

**Keywords:** psychological portrait, personality orientation, international terrorist organization, ISIL international terrorist organization, motive, need, life goal, life orientations, values, attitudes, psychological influence, psychological impact, destructive personality attitudes, mechanism of formation of personality attitudes, social motive of influence, cultural and psychological motive of influence, spiritual crisis, social networks, the Internet communication network, the composition of the risk group – those exposed to the destructive influence of a terrorist organization

**For citation:** Lebedeva T.P., Barilyak I.A. Psychological mechanisms of formation of destructive attitudes of a personality when involved in terrorist organizations. International Journal of Medicine and Psychology. 2025. 8 (8). P. 185 – 191.

The article was submitted: August 26, 2025; Approved after reviewing: October 23, 2025; Accepted for publication: December 16, 2025.

### Введение

Вопрос понимания механизмов воздействия со стороны лидеров сект и террористических организаций, описания психологических механизмов формирования деструктивных установок личности при вовлечении в террористические организации является актуальным для разработки мер противодействия негативному воздействию. Интерес представляет процесс изменения мотивов, потребностей, жизненных ориентиров, целей, ценностей, установок личности с вектором, направленного на реализацию интересов самой личности на вектор, направленный на реализацию интересов лидеров сект и террористических организаций.

В структуре психологического портрета личности наиболее подверженным изменениям является составляющая психологического портрета –

направленность личности. Она складывается из мотивов, потребностей, жизненных ориентиров, целей, ценностей, установок.

Гипотеза нашего исследования – механизм формирования деструктивных установок личности включает в себя:

- методы и способы привлечения внимания потенциальной жертвы воздействия;
- создание образа лидера организации, создание образа организации, привлекательного для потенциальной жертвы деятельности террористической организации или секты;
- оказание психологического воздействия в период общения манипулятора с жертвой;
- принятие личностью, подвергнутой воздействию, картины мира и установок, отражающих интересы террористической организации или секты.

ты и являющихся деструктивными для данной личности.

### **Материалы и методы исследований**

В ходе исследования был проведен сравнительный анализ различных точек зрения на психологические механизмы формирования деструктивных установок личности при вовлечении в террористические организации. Основываясь на полученных знаниях проведено обобщение и систематизирование информации о способах и методах психологического воздействия, используемых лидерами сект и террористических организаций для вовлечения в деятельность сект и террористических организаций новых членов, описан психологический портрет личности – жертвы деятельности сект и террористических организаций.

### **Результаты и обсуждения**

Исследователи выделяют различные способы осуществления вербовки при вовлечении в террористические организации – вербовка, осуществляемая представителем секты или террористической организации в общественных местах лично или осуществляя представителем террористической организации дистанционно посредством применения телекоммуникационной сети интернет с помощью методов информационного влияния.

Беркович О.Е., Матрешина Е.Б., Нестеренко М.А. основным считают способ оказания воздействия представителем секты с помощью личного участия в общественных местах, в том числе общественном транспорте, на территории ВУЗов, общественных мероприятиях, выставках. В качестве методов воздействия выделяют методы речевого воздействия. Используются способы привлечь внимание и вступить в диалог по теме мероприятия, который затем переходит к подаче необходимой для вербовки информации. Вербовка проводится завуалированно на официальных курсах развития личности, вербовщики используют прием предложения перспективной работы [2, с. 15].

Однако, с развитием технического прогресса, для целей вербовки у лидеров террористических организаций появляется больше возможностей привлечения внимания потенциальных жертв, основанных на способах и методах воздействия, ставших возможными с развитием новых коммуникационных технологий.

Ряд исследователей считает, что вербовка осуществляется с помощью средств и методов информационного воздействия. Запрещенная на территории Российской Федерации экстремистская группировка ИГИЛ осуществляет вербовку с помощью средств и методов информационного воздействия [1, с. 114].

По данным на 2023 год более половины населения земного шара 5,16 млрд человек пользуется коммуникационной сетью интернет, что позволяет организовать вербовку с помощью методов использования сети интернет.

Для целей нашего исследования раскроем понятие интернет – это коммуникационная сеть, а также всемирная система объединенных компьютерных сетей, используемая для хранения и передачи информации. На основе интернета работают системы передачи данных (World Wide Web, WWW). По данным на 2023 год число пользователей коммуникационной сети Интернет составило 5,16 миллиарда человек, что составило более 50% населения Земли. Рост числа пользователей интернет обеспечило распространение сотовых сетей, обеспечивающих доступ в интернет стандартов. Развитие социальных сетей, распространение сотовых сетей с доступом в интернет, реализация возможности сделать стоимость интернет-трафика доступным для большого количества людей сделали возможным использование каналов информационного воздействия, основанных на применении таких инструментов как коммуникационная сеть интернет, социальные сети и видеохостингов.

Интересным представляется факт, что коммуникационная сеть интернет стала заменой классическим инструментам получения информации. Различные средства массовой информации – телевизионные каналы, радио, печатные издания размещают в коммуникационной сети онлайн-версии своих издательств. Блог-платформы и интернет-СМИ с помощью использования различных средств коммуникации делают свой контент более доступным для восприятия, чем классические СМИ. Таким образом информация, которую можно получить с помощью коммуникационной сети интернет способна вызывать доверие у потенциальной жертвы воздействия. К популярным ресурсам в сети интернет можно отнести социальные сети (ВКонтакте), мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram), видеохостинг YouTube, онлайн-энциклопедия Википедия [4].

Таким образом информационные методы воздействия позволяют в процессе информационного воздействия «дотянуться» до половины населения земного шара – людей, являющихся пользователями коммуникационной сети Интернет.

Информационное воздействие осуществляется с помощью применения методов создания медиапространства, транслирующего насаждаемые идеи с помощью создания и использования медийных агентств «Аль-Фуркан», «Итисаам», медия-фонда «Айнад», студии «Аль-Хайят». Масштаб информ-

мационного воздействия можно оценить по количеству возможных адресатов – жертв информационного воздействия. Материалы аудио и видеоНформата производят для аудитории, говорящей на русском, английском, немецком, французском, курдском, хинди, урду,ベンгали. С учетом процентного соотношения людей, которые пользуются коммуникационной сетью интернет, можно сказать, что адресатами информационного воздействия может стать большая часть населения земли.

Запрещенная на территории Российской Федерации экстремистская группировка ИГИЛ используют методы и средства информационного воздействия, которые ей позволяет реализовать развитая медийная инфраструктура. Так, для психологической обработки и манипулирования сознанием людей международная террористическая организация ИГИЛ создала и использует медийное агентство «Аль-Фуркан», выпускающее видеоматериалы, аудиоматериалы, фильмы, листовки и брошюры «*Islamic State Report*» и «*Islamic State News*», а также глянцевый журнал «*Dabiq*» [1, с. 114]. Вместе с этим террористическая организация использует медийное агентство «Итисаам», медийный фонд «Айнад», студию и медиа-центр «Аль-Хайят». Аудио- и видеоматериалы производятся на английском, немецком, французском, русском, турецком, курдском языках, а также на хинди, урду иベンгали. Данные аудио- и видеоматериалы направлены на романтизацию образа бойцов ИГИЛ, а также обличают идеи и ценности западной культуры. Листовки, брошюры, глянцевый журнал, фильмы, аудио- и видеоматериалы способствуют распространению идей религиозно-идеологического характера, уделяют внимание приданию легитимности ИГИЛ. Таким образом потенциальная жертва доверяет информации, размещаемой в СМИ коммуникационной сети интернет. Распространяемые материалы призваны влиять на восприятие жертвы возможного воздействия, создавая образ легитимного, успешного государства.

В процессе вербовки международная террористическая организация ИГИЛ пользуется средствами и приемами маркетинга для того, чтобы из жертв информационного воздействия выбрать последователей, которые бы наиболее подходили под требования террористов. Для целей нашего исследования введем проанализируем понятие «целевая аудитория». Целевая аудитория – группа людей, объединенная общими признаками (термин используется в маркетинге и рекламе). Главным свойством данной аудитории является то, что именно эти люди с большей долей вероятности купят продукт, то есть воспримут воздействие,

разработанное с учетом психологического портрета. Целевая аудитория – это основная и наиболее важная для рекламодателя категория получателей рекламного обращения. Вместе с этим термин может обозначать совокупность существующих или потенциальных потребителей, принимающих решение о покупке [ЦА]. Лидеры и исполнители экстремистской группировки ИГИЛ используют маркетинговые способы и методы воздействия, позволяющие оказывать адресное воздействие. Целевая аудитория вербовщиков – молодые люди обоих полов в возрасте от 17 до 40 лет. Особый интерес для вербовщиков, представляют военные специалисты, лингвисты и переводчики [8].

Вне зависимости от формы воздействия – в форме личного общения или организации воздействия с помощью средств и методов информационного воздействия, отправной точкой вербовки является привлечение внимания потенциальной жертвы воздействия. Привлечение внимания реципиента осуществляется с помощью методов беседы при личном участии вербовщика или с помощью использования каналов информационного воздействия с помощью коммуникационной сети интернет.

Важным каналом информационного воздействия стал видео хостинг YouTube, что способствовало большей узнаваемости террористической организации. Агитационная деятельность и психологическая обработка ведется представителями группировки в социальных сетях. У руководства ИГИЛ есть аккаунты на многих популярных в мире платформах и социальных сетях – Вконтакте, Facebook, Instagram, Twitter, где они выкладывают видеообращения и заявления руководства; есть аккаунты, используемые для трансляций с захваченных территорий; есть аккаунты бойцов, где они делятся с подписчиками подробностями своей жизни и быта, подробностями участия в боях, эмоциями.

Представители группировки изучают профили пользователей интернет людей, представляющих наибольший интерес и оказывают информационное воздействие с применением медиаматериалов и информации, размещаемой в различных профилях различных социальных сетей.

В Российской Федерации всероссийским центром изучения общественного мнения было проведено исследование. Согласно данным опроса молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет тратят 8 часов в день или 493 минуты ежедневно для проведения времени в популярных социальных сетях [3]. Таким образом, россияне, молодые люди обоих полов, входящие в состав целевой аудитории ИГИЛ проводят в коммуникационной сети Интер-

нет более 8 часов в день. Такие характеристики жертвы террористической организации делают ее уязвимой для оказания информационного воздействия.

В связи с растущей популярностью социальных сетей и увеличением количества времени, которое молодые люди обоих полов (от 17 до 40 лет) проводят в медиапространстве, увеличиваются возможности оказания информационного воздействия. Таким образом, у личности – жертвы информационного воздействия вместе с увеличением количества времени, проводимого в социальных сетях,искажается восприятие реальной картины мира. Для вербовки разных категорий рекрутеров лидеры экстремистской группировки разработали отдельные методы привлечения.

А.А. Казанцев выделяет культурно-психологические мотивы для привлечения рекрутеров экстремистской организацией, возникающие в период прохождения личностью духовного кризиса. Европейская культура предлагает самостоятельный поиск жизненного пути и смысла жизни, однако не все молодые люди справляются с данным выбором самостоятельно [5].

В случае успешного прохождения духовного кризиса человек выбирает новую жизненную стратегию и разрушает установки, ограничивающие развитие. Однако, в ходе проживания духовного кризиса, переосмысливания смысла жизни, потери цели, которая являлась вектором его движения, потери ценностей, на основе которых он строил свою деятельность, повышается уязвимость личности в отношении ее вовлеченности в секты и террористические организации. При выборе новой жизненной стратегии и разрушения старых установок у личности – жертвы информационного воздействия есть соблазн воспользоваться уже готовым решением в выборе жизненных целей и установок, навязываемых членами террористической группировки или секты. Навязывание жизненных целей и установок, отражающих интересы террористической группировки ИГИЛ возможно на фоне увеличения количества времени, проводимого в социальных сетях потенциальными жертвами, искажения восприятия реальной картины мира под воздействием контента, созданного пропагандой ИГИЛ. Выбор жизненных целей и установок, отражающих интересы террористической группировкой ИГИЛ на фоне информацион-

ного воздействия и некритического восприятия огромного количества медиаконтента пропаганды ИГИЛ выглядит привлекательным для молодого человека, проживающего духовный кризис.

В докладе специальной комиссии Сената Франции, сделанном французским Центром борьбы против исламских сект (Centre de prévention contre les dérives sectaires liées à l'islam, CPDSI) говорится, что исламисты дают «простые ответы на духовно и жизненно важные вопросы,...,умело обыгрывают идею принадлежности к группе, обладающей ярко выраженной идентичностью и противопоставляющей себя остальному миру», и в идее джихада молодые радикалы получают «стройную систему ценностей, которую они не смогли найти в своей стране» [9].

Отдельной целевой аудиторией являются молодые люди, проживающие в бедных странах. Для данной категории рекрутеров предлагается достижение нового социального статуса и быстрое обогащение.

Отдельной целевой аудиторией является молодежь благополучных стран. Одним из эффективных мотивов вербовки является апеллирование к чувству справедливости. Объект вербовки «забрасывают» видеороликами с изображением убийств в основном женщин и детей и информационным посылом «Где же вы, настоящие мусульмане, вы должны заступиться за единоверцев...» [6].

Таким образом, можем сделать вывод, что состав группы риска – людей, подверженных деструктивному влиянию террористической организации, в частности экстремистской организации ИГИЛ это мужчины и женщины в возрасте от 18 до 40 лет, имеющие военный опыт, военные специалисты, лингвисты и переводчики.

По параметру использования телекоммуникационной сети интернет – это мужчины и женщины в возрасте от 18 до 40 лет, которые проводят в коммуникационной сети Интернет более 8 часов в день.

Молодые люди обоих полов 18-40 лет, проживающие духовный кризис или представители бедных стран, для которых самым важным является реализация мотива быстрого обогащения и роста социального статуса.

Молодые люди обоих полов 18-40 лет, чувствительные к механизму воздействия, основанному на апеллировании к чувству справедливости.

### Список источников

1. Альбо Таслих Мухаммед Имад Кадим «Пропагандистская деятельность ИГИЛ и методы борьбы с ней»// Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2022. Т. 2. № 2. С. 110 – 121.
2. Беркович О.Е., Матрешина Е.Б., Нестеренко М.А., «О психологии противодействия вовлечению личности в деструктивные секты» //Актуальные проблемы деятельности правоохранительных органов Российской Федерации: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Самара, 28 марта 2024 г.) / науч. ред. С.В. Владимиров. Чебоксары: Среда, 2024. С. 13 – 16.
3. Газета.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2025/05/23/25853288.shtml?ysclid=mqm8qm41c2652960773>
4. Интернет [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет>
5. Казанцев А.А. Проблема вербовки и возврата боевиков-террористов: опыт Европы и перспективы России. № 27/2016 / гл. ред. И.С. Иванов / Российский совет по международным делам (РСМД). М.: Спецкнига, 2016. С. 21. <https://russiancouncil.ru/upload/WP-Terrorists-27 Rus.pdf>
6. Соловьев Е. Эксперты: около 30 тыс. наемников из 86 стран воюют на стороне ИГ / ТАСС [Электронный ресурс]. URL: [https://tass.ru/mezhunarodnaya\\_panorama/2510144](https://tass.ru/mezhunarodnaya_panorama/2510144)
7. Электронные «Религиозные платформы». Оружие государств для противодействия терроризму / Газета Альхалиж (21/01/2018) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.alkhaleej.ae/alkhaleej/page/e85e9e73-5eb8-4e0a-9764-0eeab82023b1>
8. Целевая группа [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Целевая\\_группа](https://ru.wikipedia.org/wiki/Целевая_группа)
9. ISI Gives Biography of Slain Saudi, Media Member .URL: <https://news.siteintelgroup.com/Jihadist-News/isi-gives-biography-of-slain-saudi-media-member.html>
10. H. Lang and M. Al Wari. The Flow of Foreign Fighters to the Islamic State. Assessing the Challenge and the Response. Center for American Progress. March 2016. P. 14 – 17.

### References

1. Albo Taslih Mohammed Imad Kadim, "ISIS Propaganda Activities and Methods of Combating Them". Bulletin of the Volga University named after V.N. Tatishchev. 2022. Vol. 2. No. 2. P. 110 – 121.
2. Berkovich O.E., Matreshina, E.B., Nesterenko, M.A., "On the Psychology of Counteracting the Involvement of an Individual in Destructive Sects". Current Issues in the Activities of Law Enforcement Agencies of the Russian Federation: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conf. (Samara, March 28, 2024). Ed. S.V. Vladimirov. Cheboksary: Sreda, 2024. P. 13 – 16.
3. Gazeta.ru [Electronic resource]. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2025/05/23/25853288.shtml?ysclid=mqm8qm41c2652960773>
4. Internet [Electronic resource]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет>
5. Kazantsev A.A. The Problem of Recruitment and Return of Terrorist Fighters: The Experience of Europe and the Prospects of Russia. No. 27/2016. Ed. I.S. Ivanov. Russian International Affairs Council (RIAC). Moscow: Spetskniga, 2016. P. 21. <https://russiancouncil.ru/upload/WP-Terrorists-27 Rus.pdf>
6. Soloviev E. Experts: About 30,000 mercenaries from 86 countries are fighting on the side of ISIS. TASS [Electronic resource]. URL: [https://tass.ru/mezhunarodnaya\\_panorama/2510144](https://tass.ru/mezhunarodnaya_panorama/2510144)
7. Electronic "Religious Platforms". Weapons of States to Counter Terrorism. Alkhaleej Newspaper (21/01/2018) [Electronic resource]. URL: <http://www.alkhaleej.ae/alkhaleej/page/e85e9e73-5eb8-4e0a-9764-0eeab82023b1>
8. Target Group [Electronic resource]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Target\\_group](https://ru.wikipedia.org/wiki/Target_group)
9. ISI Gives Biography of Slain Saudi, Media Member .URL: <https://news.siteintelgroup.com/Jihadist-News/isi-gives-biography-of-slain-saudi-media-member.html>
10. H. Lang and M. Al Wari. The Flow of Foreign Fighters to the Islamic State. Assessing the Challenge and the Response. Center for American Progress. March 2016. P. 14 – 17.

## Информация об авторах

**Лебедева Т.П.**, кандидат психологических наук, доцент, Тверской филиал Московского ордена Почета университета Министерства внутренних дел Российской Федерации имени В.Я. Кикотя, 170040, г. Тверь, ул. Кривичская, д. 12, hristi1984@mail.ru

**Бариляк И.А.**, кандидат психологических наук, доцент, декан факультета психологии, Тверской государственный университет, 170100 Тверь, ул. Желябова, д. 33, Barilyak.IA@tversu.ru

© Лебедева Т.П., Бариляк И.А., 2025