

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Программа «Теория и практика межкультурной коммуникации»

Кабанова Галина Анатольевна

ФУНКЦИИ И РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ TWITTER, FACEBOOK И
INSTAGRAM В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИГИЛ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ АРАБСКИХ И
ЗАПАДНЫХ СМИ

Выпускная квалификационная работа
бакалавра

Научный руководитель:

канд. филол. наук

Блондин Владимир Николаевич

Рецензент:

ст. преп.

Писарева Юлия Александровна

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2016

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Медиа-платформа ИГИЛ до начала использования социальных сетей	15
Глава 2. Основные социальные сети, используемые ИГИЛ.....	19
Глава 3. Основные механизмы работы ИГИЛ в социальных сетях Twitter, Facebook и Instagram.....	22
Глава 4. Попытки борьбы с деятельностью ИГИЛ в социальных сетях и их последствия.....	35
Заключение.....	41
Библиография.....	43
Приложение1.....	50

Введение

На сегодняшний день интернет-пространство в целом и в частности его сервисы, попадающие в категорию Web 2.0, несомненно, играют огромную роль в жизни современного общества. Современные события показывают, что такое интернет-явление, как социальные сети, с каждым днём из обыкновенного средства обмена информацией превращаются скорее в инструмент влияния общества на окружающую действительность.

Несмотря на большое количество научных работ, посвящённых функционированию социальных сетей в обществе, до сих пор не было сформулировано единое, чёткое, удобное в использовании определение для понятия социальной сети применительно к сфере информационных технологий. Большинство исследователей обращаются к определению Н.Б. Эллисон и Д.М. Байд в различных вариантах его перевода. Одним из самых точных, на мой взгляд, можно считать перевод В.В. Зайонц в виде следующей формулировки: «Виртуальной социальной сетью (social network site) является базирующийся на интернет-технологиях сервис, который позволяет отдельным пользователям:

- Создавать открытые или частично открытые профили, т.е. наборы характеристик и признаков, описывающих личность пользователя, например, пол, возраст, образование, географическое местоположение и т.д.
- Видеть список своих коммуникаций – пользователей, с которыми они взаимодействуют внутри системы, «друзей». Другими словами, создавать и видеть персональную социальную сеть.
- Иметь доступ к спискам коммуникаций «друзей», т.е. к социальным сетям других пользователей внутри системы».¹

Определение Эллисон и Байд в достаточном объёме отражает образ социальной сети, однако оно, во-первых, склонно рассматривать социальные

¹ Зайонц В. В. Социологические подходы к исследованию виртуальных социальных сетей // Молодой ученый. — Вып.4. — 2010. — С. 266.

сети исключительно в контексте социальных связей в сети Интернет; во-вторых, не является достаточно лаконичным и, следовательно, неудобно в использовании.

Российский исследователь Д.В. Винник расширяет определение Эллисон и Байд, пытаясь сделать акцент на роли личности пользователя социальной сети и его возможностях. В его определении есть ряд важных дополнений относительно содержания социальной сети, однако его форма остаётся запутанной и громоздкой: «Социальная сеть в сети Интернет – это интерактивный многопользовательский веб-сайт, обладающий рядом обязательных качеств:

- содержание (контент) сайта создается исключительно или преимущественно его пользователями;
- сайт представляет собой автоматизированную среду, в рамках которой пользователи имеют возможность создавать связи с другими пользователями (социальные связи) или социальные объекты (тематические группы);
- пользователи имеют возможность получать статическую и динамическую информацию об объектах, существующих в данной социальной среде, о социальных связях между ними;
- пользователям доступны функции коммуникации с другими пользователями и социальными объектами».²

Поэтому наиболее функциональным определением социальной сети для данной работы будет считаться формулировка, предложенная сайтом компании SeoPult: «Социальная сеть (от англ. social networks) — это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи. Контент на этой площадке создается непосредственно самими пользователями (UGC — user-generated content)».³

² Винник Д.В. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. – Вып.4. – 2012. – С. 113.

³ Социальная сеть (словарная статья сайта компании SeoPult) [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/Uc5jMq> (Дата обращения: 01.05.2016).

Данное определение, несмотря на свой скорее рабочий, чем научный статус, включает все аспекты, необходимые для понимания понятия социальная сеть, и привлекательно своей краткостью. Для проведения данного исследования мною выбраны три типа социальных сетей, а именно: социальная сеть в её «классическом варианте» (Facebook), микроблог (Twitter) и онлайн-приложение (Instagram). Подробнее характеристики этих интернет-сервисов будут рассмотрены в Главе2.

Для понимания такого ключевого понятия данной работы, как коммуникация, наиболее подходящим будет считаться определение Н. Лумана, называвшего коммуникацией «синтез трёх селекций — сообщения, информации и понимания».⁴ Я намеренно беру подобное достаточно широкое определение, чтобы подчеркнуть, что сегодня роль социальных сетей выходит за рамки обычной передачи информации.

С развитием медиа-технологий представители различных областей научного знания стали уделять большое внимание исследованию роли коммуникации в обществе. Прежде всего, важен интерес к этой проблеме таких крупных теоретиков и философов, как Г. Маклюэн, Ж. Бодрийяр и С. Жижек.

Идеи Герберта Маклюэна исключительно важны для понимания места современных интернет-коммуникаций в жизни всего мира. Социальные сети вполне могут считаться реальным воплощением той самой «глобальной деревни», о которой говорил философ. Налицо и присущий этому феномену коллективизм, и ориентация на чувственное восприятие, и стирание границ пространства и времени. Маклюэн существенно расширил роль коммуникаций в обществе, выдвинув идею о том, что коммуникация входит в число ключевых факторов формирования типа социально-экономического, а также психологического устройства общества.⁵

⁴Луман Н. Медиа коммуникации – М. : Логос, 2005. – С. 7.

⁵См. об этом: Архангельская И.Б. Творческое наследие Г.М. Маклюэна в контексте развития теории коммуникации // Российское лицо PR: Материалы межрегиональной конференции. Н.Новгород: НГТУ, 2003. — С. 50-54.

Жан Бодрийяр, французский социолог, культуролог и философ-постмодернист, рассматривал роль современных коммуникаций более узко, а именно — в политическом контексте. Он рассуждал о том, что сообщение в постмодернистском обществе, по сути, заменяет собой событие. Задача современных СМИ и СМК (средств массовых коммуникаций) заключается в «симулировании» события, пародии на него. Таким образом, описываемые им политические события, а именно — война, заключались лишь в эскалации напряжения, устрашении, создании атмосферы опасности. Таким образом, фактически СМИ и СМК в политической сфере могут выступать не только в качестве средства пропаганды или инструмента отображения фактов и передачи информации, но и в качестве реального рычага воздействия на ход событий.⁶

Славой Жижек предлагает нам абсолютно новую теорию, позволяющую провести и ощутить грань между миром виртуальным или, если использовать его теорию для понимания данной конкретной работы, интернет-пространством и миром реальным. Философ говорит о том, что современный человек постоянно должен стремиться осознавать различие между полярными явлениями окружающей действительности. Эта идея открывает в коммуникативистике качественно новое, промежуточное пространство между виртуальным и реальным, которое необходимо тщательно исследовать, чтобы иметь возможность полноценно и адекватно пользоваться и ориентироваться в современных средствах массовой коммуникации.⁷

С начала 2000-х, времени, когда общественность уже привыкла к использованию электронной почты и начался «бум» популярности социальных сетей, стало появляться большое число исследований о роли

⁶ См. об этом: Бодрийяр Ж. Порнография войны: низость и гнусность американского могущества, Войны в заливе не было // Симулякры и симуляции. - М. : Постум, 2015.

⁷ Славой Жижек: Реальность виртуального [электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/watch?v=JKu_WUgyu3Y (Дата обращения: 14.05.2016).

интернет-общения и особенностях его функционирования. Среди наиболее значимых отечественных работ стоит отметить, прежде всего, исследование Чугунова А.В., которое содержит достаточно общие, но, тем не менее, важные сведения о тогда ещё только зарождавшемся пространстве социальных сетей. Описывая роль Интернета в политической сфере, Чугунов указывает на две основные тенденции, возникшие в обществе с появлением Интернета:

- «Увеличение группы людей, имеющих возможность принимать участие в выработке и принятии политически значимых решений».
- «Создание технологических предпосылок для постепенного уменьшения неравенства политических возможностей граждан»⁸.

В целом, А.В. Чугунов понимает информацию и коммуникацию как «специфический инструмент или средство реализации интересов политических субъектов»⁹.

Также стоит отметить исследование Лещенко А.М., который указывает на такие качества социальных сетей, как «глобальность, демократичность, бесконтрольность»¹⁰, что, по его мнению, не может не иметь влияния на подходы к использованию средств массовой коммуникации. Далее он развивает эту мысль: «актор (пользователь) социальной сети имеет совокупность мотивов и потребностей, которые определяют в свою очередь её функции»¹¹. Иными словами, Лещенко подтверждает предположение о том, что социальные сети могут выполнять практически любую функцию в зависимости от намерений их пользователей.

⁸Чугунов А.В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: Автореф.дис. на соиск. уч. степ. канд. полит. наук СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2000. – С. 14.

⁹Там же. – С. 9.

¹⁰Лещенко А.М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе Автореф.дис. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук Пятигорск. : Пятигорский государственный гуманитарно-технологический университет, 2011. – С. 7.

¹¹Лещенко А.М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе Автореф.дис. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук Пятигорск. : Пятигорский государственный гуманитарно-технологический университет, 2011. – С. 7.

Работа Шилиной И.Г. рассматривает роль современных коммуникаций в связях с общественностью. Основной тезис работы заключается в том, что «расширение использования Интернета активизирует потенциал связей с общественностью как стратегического вида деятельности в социуме».¹² Далее она уточняет: «интернет-коммуникации могут быть использованы как непосредственно в сети, в медийной сфере, так и во всех сферах жизнедеятельности: экономике, политике, культуре, социуме».¹³

Исследование социальных сетей в зарубежной науке, как правило, ориентировано на изучение информационной мобильности их пользователей. Так, например, работа группы исследователей американского центра Pew Research Center «Social Media and the «Spiral of Silence» раскрывает известное в политологии и массовых коммуникациях понятие «спираль молчания»¹⁴ на примере социальных сетей Twitter и Facebook. Основной вывод работы заключается в том, что социальные сети в силу особенностей своего устройства и функционирования создают абсолютно новую платформу для политических дискуссий и дебатов, а также повышают возможность мнения меньшинства быть услышанным.¹⁵ Также в зарубежной науке большой популярностью пользуются прагматические исследования, раскрывающие возможности социальных сетей в отдельных практических сферах жизни общества, таких, как бизнес, реклама и связи с общественностью.¹⁶

¹² Шилина М.Г. Интернет-коммуникация как фактор трансформации информационной сферы: Автореф.дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2012. – С. 14.

¹³ Там же. – С.19.

¹⁴ «Спираль молчания» - неготовность субъекта публично высказать свою точку зрения из страха общественной изоляции. См. об этом: Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем./Общ. ред. и предисл. Мансурова Н.С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996.

¹⁵ См. об этом: Hampton K.N., Rainie L., Lu W., Dwyer M., Shin I., Purcell K. Social Media and the «Spiral of Silence» - Washington, DC. : Pew Research Center, 2014.

¹⁶ См. об этом: Bright J., Margetts H., Hale S., Yasseri T. The Use of Social Media for Research and Analysis: A Feasibility Study – London. : Department for Work and Pensions, 2014.

Особое место среди исследований, посвящённых значению интернет-коммуникаций в деятельности политических организаций, занимает работа Гилберта Рамсей «Jihadi Culture on the World Wide Web». Эта книга не только отвечает на вопрос, что именно необходимо понимать под интернет-джихадом и в чем его отличие от джихада реального, но и описывает тончайшие психологические, риторические и стратегические приёмы, используемые экстремистами. Основываясь, в основном, на материалах интернет-форумов, Г. Рамсей указывает и на роль социальных сетей YouTube и Twitter, пользователи которых способны сами создавать контент различного характера и управлять им, а не только вести между собой переписку.¹⁸

Особенности революционных событий 2011 года, происходивших на Ближнем Востоке, дали богатый материал для новой «волны» исследований роли социальных сетей в политической деятельности. Так появился обширный блок исследований роли интернет-коммуникаций в протестах Арабской Весны.

Ценнейшей работой по этой проблематике бесспорно является книга американского исследователя Линды Герреры «Revolution in the age of social media: the Egyptian popular insurrection and the Internet», в которой она очень подробно описывает состояние средств интернет-коммуникаций до начала событий Арабской Весны, проводит тщательный анализ самой работы администрации и подписчиков интернет-страниц, говорит о последовавших изменениях в египетской интернет-цензуре и в интернет-пространстве этой страны в целом.¹⁹

Среди отечественных исследований заслуживает внимания работа А.Р. Шикиной и Л.М. Исаева «Арабский мир в цифровую эпоху: Социальные

¹⁷ См. об этом: Guo S., Wang M., Leskovec J. The Role of Social Networks in Online Shopping: Information Passing, Price of Trust, and Consumer Choice – NY. : Proceedings of the 12th ACM conference on Electronic commerce, 2011. – P. 157-166.

¹⁸ См. об этом: Ramsay G. Jihadi Culture on the World Wide Web – London. : Bloomsbury Academic; Reprint edition, 2015.

¹⁹ См. об этом: Herrera L. Revolution in the age of social media: the Egyptian popular insurrection and the Internet – NY. : Verso, 2014.

медиа как форма политической активности». В ней исследуется роль социальных сетей во время протестного движения, а также возникновение и последующее развитие правительственной интернет-цензуры. Отдельным достоинством этой работы служит то, что учитывается региональные особенности событий Арабской Весны. В целом работа Шикиной и Исаева приписывает социальным сетям мобилизующую и организационную функции.²⁰

В данной работе материалом для исследования новой роли средств массовой коммуникации служат интернет-статьи арабских и западных СМИ, посвящённые особенностям использования социальных сетей в различных областях своей деятельности террористической организацией под названием Исламское государство Ирака и Леванта.

Исламское государство Ирака и Леванта, сокращенно - ИГ, ИГИЛ или ДАИШ(араб. аббревиатура от ad-Daul'a al-Islamiyya fi al-Iraq wa ash-Sham) - международная [террористическая исламистская организация](#), опирающаяся на мусульман-суннитов. ИГИЛ – организация, запрещённая в РФ согласно постановлению Верховного суда РФ от 29 декабря 2014 года.²¹ ИГИЛ считается запрещённой организацией и в ряде других стран, таких как США, Канада, Великобритания, Австралия, Таджикистан, Турция, Египет, ОАЭ, Индия, Индонезия. Организация действует на территории северо-восточной [Сирии](#) и [Ирака](#) с 2013 года как [непризнанное квазигосударство](#). 29 июня 2014 года ИГИЛ провозгласил себя всемирным [халифатом](#) с [шариатской](#) формой правления и штаб-квартирой (столицей) в сирийском городе [Ракка](#). Эта организация была основана на базе террористической группировки [«Исламское государство Ирак»](#), образовавшейся в [2006 году](#) в Ираке. Последняя, в свою очередь, являлась подразделением [«Аль-Каиды»](#).²²

²⁰ См. об этом: Шикина А.Р., Исаев Л.М. Арабский мир в цифровую эпоху: Социальные медиа как форма политической активности – М. : ЛЕНАНД, 2014.

²¹ Решение Верховного Суда РФ т 29 декабря 2014 г. N АКПИ14-1424С [электронный ресурс] URL: <http://nac.gov.ru/zakonodatelstvo/sudebnye-resheniya/reshenie-verhovnogo-suda-rf-t-29-dekabrya.html> (Дата обращения: 01.06.2016).

Одной из важнейших особенностей ИГИЛ является его широкая, детально развитая, целенаправленная медиа-политика. Террористические организации никогда ещё не были настолько вовлечены в медиа-активность, и особенно социальные сети, не разбирались в них столь профессионально и не получали такой широкий отклик среди их пользователей. Одни исследователи преувеличивают, другие преуменьшают роль социальных сетей в становлении ИГИЛ, однако то, что использование социальных сетей обеспечило ему популярность и помогло создать образ влиятельной организации, способной играть определённую роль в мировой истории, остаётся неоспоримым фактом.

Среди западных исследований, освещавших механизмы работы и роли социальных сетей в деятельности ИГИЛ, основной крупной работой является труд американских исследователей Джонатана Моргана и Дж.М. Бергера «The ISIS Twitter census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter». На основе 20000 Twitter-аккаунтов Джонатан Морган и Дж. М. Бергер составили анализ работы ИГИЛ в социальных сетях, включая статистические данные по количеству официальных и неофициальных аккаунтов, их подписчикам, языкам, на которых выкладывались записи, фото, мобильным приложениям, маркам используемых смартфонов, количеству постов в день и другим параметрам. Кроме того, авторы приводят первые результаты блокировки страниц — примеры того, как подобные исследования могут помочь разведывательным органам, и рекомендации правительствам западных стран в отношении борьбы с распространением ИГИЛ.²³

Результаты проведённого Бергером и Морганом исследования использовались при создании более крупной работы — книги Дж.М. Бергера и Джессики Стёрн «ISIS: The State of Terror». В ней даётся общее описание

²² См. об этом: Исламское государство [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/n9kBv2> (Дата обращения: 01.05.2016).

²³ См. об этом: Berger J.M., Morgan J., The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter - Washington, DC. : The Brookings Institution, 2015.

медиейной политики ИГИЛ, причём его деятельность в социальных сетях рассматривается в большей степени как средство привлечения в террористическую организацию западных рекрутов и манипулирования мировыми лидерами.²⁴

Совсем недавно, в феврале 2016 года, Дж. М. Бергер теперь уже совместно с Хизер Перез выпустил ещё одну работу «The Islamic State's Diminishing Returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters», в которой даётся анализ результатов массовой блокировки Twitter-аккаунтов ИГИЛ.²⁵

Достоинством другого исследования работы социальных сетей в деятельности ИГИЛ под названием «Terror on Twitter: How ISIS is taking war to social media — and social media is fighting back», опубликованного в журнале «Popular Science», является кратко изложенный анализ истории экстремистской пропаганды, технические возможности, которыми располагает ИГИЛ и используемые им различные приёмы ведения информационной войны. Вся информация чётко структурирована, излагается доступным языком и раскрывает много полезных деталей работы активистов ИГИЛ, однако, к сожалению, авторы работы практически не дают отсылок к источникам предлагаемой ими информации.²⁶

Среди отечественных исследователей, обращавшихся к теме интернет-политики ИГИЛ, стоит выделить И.Ю. Сундиева, А. А. Смирнова, В. Н. Костина и их работу «Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ». Если исследование Бергера и Моргана носило более узкий практический характер, то эта работа в основном направлена на общий

24 См.об этом: Stern J., Berger J.M. ISIS: The State of Terror – NY. : Ecco, 2015.

25 См.об этом: Berger J.M., Perez H. The Islamic State's Diminishing Returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters - Washington, DC. : George Washington University, 2016.

26 P.W. Singer and Brooking E. Terror on Twitter: How ISIS is taking war to social media—and social media is fighting back [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/ywa0vo> (Дата обращения: 18.05.2016).

обзор различных средств массовой коммуникации, которыми пользовался ИГИЛ, начиная с интернет-порталов и заканчивая наиболее популярными и развитыми социальными сетями. Материалом исследования послужили статьи СМИ, в основном западных и российских. Однако, говоря о роли социальных сетей, Сундиев, Смирнов и Костин ограничиваются утверждением, что данный вид СМК помог ИГИЛ лишь в сфере пропаганды терроризма, популяризации собственного образа и набора персонала.²⁷

Объектом настоящего исследования являются средства массовой коммуникации, используемые ИГИЛ, а также их роль в организации и управлении деятельностью этой террористической организации.

Предмет исследования — социальные сети Twitter, Facebook и Instagram, их организация, механизмы работы, методы использования и связь с другими интернет-образованиями.

Цель данной работы заключается в выявлении новой роли средств массовой коммуникации, а именно социальных сетей Facebook, Twitter и Instagram, в которой они выступают как инструмент реализации события на примере Исламского государства Ирака и Леванта.

Для этого я ставлю перед собой следующие задачи:

1. Описать характер медиа-ресурсов, используемых террористическими организациями до появления и широкого распространения социальных сетей.
2. Перечислить основные социальные сети, которыми пользовался ИГИЛ для достижения своих целей.
3. Выяснить механизмы работы социальных сетей в деятельности ИГИЛ.
4. Сделать выводы о новой роли средств массовой коммуникации и их значении.

Актуальность данной работы заключается, прежде всего, в том, что проблема роли социальных сетей в деятельности террористических организаций вообще и ИГИЛ в частности изучена недостаточно. Западные

²⁷ См. об этом: Сундиев И.Ю., Смирнов А.А., Костин В.Н. Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/D0Xh3p> (Дата обращения: 13.09.2015).

исследования, несмотря на свою глубину, рассматривают, как правило, работу только отдельно взятых социальных сетей. Отечественные – напротив, дают их общее описание и поверхностно рассматривают механизмы их работы. В настоящей работе функции средств массовой коммуникации, а именно социальных сетей, будут рассмотрены более подробно, основываясь на механизмах их работы, структуре, и взаимодействии с другими популярными интернет-сервисами. Новизну работе придаёт выбранный мной материал исследования, а именно интернет-СМИ, чьё удобство заключается в том, что в них работа социальных сетей описана внутри исторического, политического и социокультурного контекста.

Глава 1. Медиа-платформа ИГИЛ до начала использования социальных сетей

ИГИЛ обладает весьма широким набором медиа-средств для осуществления своих задач. Этот набор включает в себя информационные агентства, радио-каналы и интернет-сайты, работающие во многих странах мира на более чем 12-ти языках. Кроме того, ИГИЛ имеет около 90000 аккаунтов в Twitter и Facebook, которые обслуживаются администраторами по всему миру и волонтёры из центрального штаба ИГИЛ в Сирии и Ираке. Эти администраторы проводят в среднем 12 часов за работой, публикуя информацию, переданную им от лидеров организации, просматривая все новостные источники, затрагивающие тему ИГИЛ, отвечая на негативные

высказывания в сторону Исламского государства и его политики и анализируя реакцию интернет-пользователей на контент, распространяемый ИГИЛ. Большинство волонтёров, занимающихся обслуживанием этих страниц, находятся в Тунисе, Судане, Алжире, Чаде, Сомали, Нигерии, Великобритании и Германии.²⁸ Журнал «Аль-Хаят» утверждает, что ИГИЛ нанимает на работу высоких специалистов в сфере медиа-технологий. Большая часть профессионалов, работающих на Исламское государство, являются не арабами, а представителями западного среднего класса, осознавшими кризис идентичности в своих странах и привлечёнными политическими идеями этой террористической организации. Это сотрудники из самых разных стран от Китая до США. Так, например, эксперт по социальным сетям Тарик аль-Джазаири указал на одного из главных специалистов информационной деятельности ИГИЛ, американца сирийского происхождения Ахмада Абу Самра, являющегося выпускником Массачусетского технического института и имеющего степень бакалавра в сфере компьютерных технологий.²⁹

Общий бюджет для поддержки медиафонда ИГИЛ составляет 3 млрд. долларов. Видеооборудование завозится из Турции, его можно устанавливать на автомобилях, что позволяет практически в любой местности снимать видео, которые по качеству не уступают американским фильмам. Ниже перечислены наиболее крупные медиа-средства, которые использовал ИГИЛ до социальных сетей:

1. Самый крупный медиа-фонд «Аджнад» (в пер. с араб. «Воины») занимается производством «нашидов» (религиозных песнопений, основное содержание которых — призывы к «джихаду»).

²⁸(Здесь и далее названия интернет-материалов арабских СМИ даются в переводе на русский язык).

Министерство информации под руководством Мухаммада аль-Аднани сообщает... ИГИЛ имеет семь телеканалов и девяносто тысяч аккаунтов в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/7007.aspx> (Дата обращения: 20.03.2016).

²⁹ИГИЛ и «Электронная армия Сирии» - суперзвёзды арабской Всемирной паутины [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/UMScMv> (Дата обращения: 20.12.2015).

2. Отдельная сумма в размере 200 млн. долларов расходуется на информационное агентство «Аль-Фуркан», созданное несколько лет назад при поддержке Аль-Каиды.

3. На медиа-фонд «Аль-И’тисам» тратится 500 млн. долларов, в его штат входят корреспонденты, ведущие трансляции с полей сражений в Ираке и Сирии.

4. Ещё 500 млн. долларов составляют бюджет информационного агентства «Аль-Хайят», сотрудники которого берут интервью у лидеров ИГИЛ, таких, как Абу Бакр аль-Багдади (лидер ИГИЛ) и Абу Мухамад аль-Аднани (официальный представитель ИГИЛ). В штате этого агентства состоят психологи, социологи и специалисты по мусульманскому праву (фикху и шариату), они учитывают особенности целевой аудитории и приводят цитаты пророка Мухаммада из хадисов и фрагменты коранических текстов согласно тематике видео.

5. Кроме того, ИГИЛ выпускает журнал «*Dabiq*», печатная версия которого выходит еженедельно, а интернет-версия обновляется каждый день. Журнал нацелен на европейскую и американскую аудиторию и изначально издаётся на 4-х языках, а затем переводится на ещё 12 языков. Бюджет журнала составляет 500 млн. долларов.³⁰³¹

Но информационная война в социальных сетях началась задолго до появления ИГИЛ. Ещё во время событий Арабской Весны в ряде стран Ближнего Востока начали образовываться оппозиционные и государственные сообщества в социальных сетях. Первые были нацелены на идеологическую и техническую организацию революционного движения, привлечение внимания мировой общественности, создание общественного движения как

³⁰ Министерство информации ИГИЛ под руководством Мухаммада аль-Аднани сообщает... ИГИЛ имеет семь телеканалов и девяносто тысяч аккаунтов в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/7007.aspx> (Дата обращения: 20.03.2016).

³¹ ИГИЛ и сайты «общественной смекалки» [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/753.aspx> (Дата обращения: 20.12.2015).

такового. Среди наиболее популярных из них можно назвать Facebook-страницу «We Are All Khaled Said», интернет-ядро революции в Египте. Изначально основной целью страницы было прежде всего требование правосудия в отношении дела Халеда Саида. Затем - публикация свидетельств жестокости полиции (фото- и видеоматериалы с отображением пыток, безосновательного ареста граждан, получения взяток и т. д.). А также организация так называемых «Немых стояний» — видов протesta, когда молодые люди, одетые в черное, собирались в каком-либо общественном месте и устраивали молчаливые демонстрации, что олицетворяло мирное выражение недовольства граждан Египта. С начала событий 25 января страница приобретает революционный характер и становится центром подготовки революции.³²

Вторые, действовавшие в поддержку государственных режимов, находившихся под угрозой свержения, — на поддержание статуса режима, восстановление имиджа его лидеров, блокировку страниц, занятых распространением революционных настроений. К последним относится такая интернет-организация при поддержке государства, как «Электронная армия Сирии», ответственная за использование программы «Сиянукс», позволяющей взламывать страницы социальных сетей и интернет-сайты. Кроме того, «Электронная армия Сирии» боролась с оппозиционно настроенными сообществами под названиями «Анонимус сирийская революция» и «Хакеры сирийской революции». Автор статьи отмечает, что в 2014 году в интернет-пространстве почти не осталось подобных организаций, за исключением «Солдат сирийской революции», которые продолжали заниматься взломом сетевых сайтов, принадлежащих режиму Башара Асада и «Пиратов революции», взломавших аккаунты ответственных лиц выше названного режима и их офицеров.³³

³² См. об этом: Herrera L. Revolution in the age of social media: the Egyptian popular insurrection and the Internet – NY. : Verso, 2014.

³³ ИГИЛ и «Электронная армия Сирии» - суперзвёзды арабской Всемирной паутины [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/UMScMv> (Дата обращения: 20.12.2015).

Глава 2. Основные социальные сети, используемые ИГИЛ

1. Twitter

Twitter стал основной социальной сетью, которой пользуется ИГИЛ при проведении своих интернет-кампаний. Причиной этому послужило, прежде всего, то, что формат Twitter-сообщений очень удобен для распространения коротких броских текстов пропагандистского содержания, к ним же можно прилагать иллюстрации, хэштэги и ссылки. Также Twitter является довольно популярной социальной сетью среди западных интернет-пользователей. Её подписчики делятся друг с другом короткими сообщениями о своей повседневной жизни, что, во-первых, гарантирует доступ к широкой аудитории и быстрому распространению сообщений, во-

вторых, позволяет влияться в общую тенденцию этой социальной сети и рассказывать последователям ИГИЛ о своей бытовой жизни.

Кроме того, эта социальная сеть может являться и инструментом реализации события. Это доказывает факт, произошедший при штурме боевиками ИГИЛ иракского города Мосул в июне 2014 года. В поддержку террористов было опубликовано около 40000 твитов с фотографиями казней убитых, это усилило эффект реальной атаки и привело к тому, что непосредственно во время штурма города и за первые недели иракского кризиса дезертировали около 90000 военных.³⁴³⁵ Сразу после захвата Мосула ИГИЛ начал публиковать твиты о том, что его боевики собираются захватить Багдад. Общественное напряжение, вызванное подобной акцией, на некоторое время привело к уменьшению потока туристов в этот активно посещаемый иностранцами регион.³⁶ Помимо всего прочего, Twitter считается наиболее удобной социальной сетью для распространения террористических идей, потому что система правил безопасности её пользования развита не так полно, как у Facebook и YouTube.³⁷

2. Facebook

Являясь ещё одной из наиболее часто используемых социальных сетей, Facebook предоставлял возможность ИГИЛ создавать на своей базе целые пропагандистские блоки. На Facebook-страницах террористов можно было ознакомиться не только с идеологией ИГИЛ, их военными операциями, бытом их последователей, но и можно было свободно с ними списаться и задать вопросы. Таким образом, Facebook стал одним из основных инструментов привлечения иностранцев в эту организацию. Если интернет-пользователь не собирался уезжать в места военных действий, ему

³⁴ Who is behind Isis's terrifying online propaganda operation? [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/3aFIAm> (Дата обращения: 10.09.2015).

³⁵ Iraq disintegrating as insurgents advance toward capital; Kurds seize Kirkuk [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/H2EwAi> (Дата обращения: 10.09.2015).

³⁶ Jihadists on the move in Iraq with weapons, hashtags [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/zPAxPw> (Дата обращения: 17.09.2015).

³⁷ ИГИЛ и «Электронная армия Сирии» - суперзвёзды арабской Всемирной паутины [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/UMScMv> (Дата обращения: 20.12.2015).

предлагалось заниматься террористической деятельностью, «не выходя из дома» - изготавливать бомбы, заниматься интернет-пропагандой и т.д. Для всего этого на ту же страницу Facebook-пользователя присылались личные сообщения с подробными инструкциями.³⁸

3. Instagram

Сегодня Instagram считается самой популярной социальной сетью среди западных пользователей. Она позволяет выкладывать яркие, привлекающие внимание изображения в сопровождении текстов, хэштегов и смайлов emoji. ИГИЛ освоил работу с этим интернет-ресурсом в совершенстве: его интернет-администраторы внимательно следили за модными тенденциями и вовремя следовали им, что позволяло их публикациям набирать большое число лайков и подписчиков и выдвигать распространяемую информацию в рейтинг самой популярной.

4. YouTube

Появление видео ИГИЛ на крупнейшем видео-портале мира обеспечило этой террористической организации известную долю популярности. Об ИГИЛ заговорили особенно громко после того, как его сотрудники выложили видео казни американского журналиста Джеймса Фоули.³⁹ Получив доступ к такой широкой публике и важнейшему элементу её культуры — зрительным образам, ИГИЛ быстро научился делать яркие, качественные, привлекающие внимание пропагандистские видео, призывающие вступить в ряды боевиков.

³⁸Taming ISIS on Twitter: More than a game of whack-a-mole [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/BkLdNc> (Дата обращения: 05.06.2015).

³⁹Video shows ISIS beheading U.S. journalist James Foley [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/3eLLcb> (Дата обращения: 21.08.2014).

Глава 3. Основные механизмы работы ИГИЛ в социальных сетях Twitter, Facebook и Instagram

1. Использование образов с положительной коннотацией для привлечения внимания пользователей и создания образа мирной организации

В феврале 2015 года CNN выпустил видеоролик, в котором говорится о том, что члены ИГИЛ в своих публикациях часто используют изображения котят, шоколадной пасты Nutella, а также смайлов емоji. Таким образом, по мнению CNN, ИГИЛ привлекает внимание пользователей женского пола. Вышеупомянутые образы создают впечатление того, что их жизнь в государстве ИГИЛ ничем не отличается от повседневной жизни людей из других стран.⁴⁰ К этому явлению обращается и британская газета The

⁴⁰'They have learned our secrets': CNN ridiculed after ludicrous claim that ISIS is luring women with kittens and Nutella [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/KrSqfx> (Дата обращения:

Independent. В статье, посвящённой Twitter-аккаунту «Islamic State of Cats» ([@ISILCats](#)) говорится, что большинство авторов таких постов называют изображённых животных «mewjahids»[мяуджахедами] по аналогии с моджахедами (борцами за веру). Этой проблемой всерьёз обеспокоен глава мусульманской организации «Ramadhan Foundation» Мохаммед Шариф: «If you don't confront it, the softer postings on Facebook and Twitter will seek to normalise the idea of going to fight in Iraq and Syria». [Если с этим не бороться, то все эти милые публикации в Facebook и Twitter приведут к тому, что будет считаться нормальным ехать Ирак и Сирию для участия в военных действиях].⁴¹

Другой источник сообщает, что Twitter-сообщения ИГИЛ часто сопровождаются фотографиями боевиков, общающихся с детьми, раздающих еду и оказывающих другую социальную помощь. Например, в апреле 2014 года ИГИЛ выпустил видео, на котором боевик ИГИЛ – бывший немецкий рэп-исполнитель африканского происхождения Дэнис Гусперт играет в снежки со своими товарищами по экстремистской организации: «Now you see...here in Syria, we also can have fun!...That's jihad, jihad makes fun...and we have fun here with the children...Come on, we invite you to jihad!». [Теперь видите? Мы здесь, в Сирии, тоже веселимся! Это и есть джихад, джихад – это весело...мы тут здорово проводим время с ребятами. Давай же, мы приглашаем тебя присоединиться к джихаду!].⁴²

Подобные рекламные решения направлены на поддержание идеи о том, что терроризм – это часть повседневной жизни: «The message is very much, here we are at the beach, here we are eating pizza, the guys, it's pizza night, almost as an aside it says 'death to Jews'» [Сообщение таково: вот мы отдыхаем на пляже, а вот едим пиццу; ребята, сегодня вечер пиццы; как бы в сторону:

14.04.2015).

41[□]I Can Haz Islamic State Plz': Isis propaganda on Twitter turns to kittens and lolspeak [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/Ai26IY> (Дата обращения: 07.07.2015).

42 Hashtag Terror: How ISIS Manipulates Social Media [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/JRAJkq> (Дата обращения: 07.07.2015).

«смерть евреям»], — утверждает Эллиот Цвейг, заместитель директора «Middle East Media Research Institute». Именно поэтому призывы вступить в ряды членов ИГИЛ звучат не как нагруженные давящей информацией политические тексты, а скорее как приглашения: «You see messages of camaraderie. The focus of these are much more on 'come and join us', it is not all difficulty and gore and suffering. It is 'come and join us, join me and we'll fight the good fight together.» [Видите, это дружеские сообщения. Акцент делается на «приезжайте к нам», а не на сложностях, крови, пролитой в сражениях, и страданиях. Просто «приезжайте к нам»; приезжай ко мне, и мы с тобой вместе пойдём сражаться].⁴³

2. Использование мусульманской терминологии

После того, как Twitter и Facebook начали блокировать аккаунты с экстремистским содержанием, члены ИГИЛ объявили джихад владельцам этих социальных сетей. Так, Джеку Дорси, владельцу Twitter, объявили войну за удаление тысяч аккаунтов, содержащих контент экстремистского характера⁴⁴, а Марку Цукербергу, владельцу Facebook, за проявление солидарности французскому журналу «Charlie Hebdo»⁴⁵. Кроме того, сами члены ИГИЛ называют себя моджахедами (борцами за веру) и стремятся восстановить на территории Ирака и Сирии систему правления, напоминающую (согласно их мнению) халифат раннего ислама.

3. Andriod-приложение для автоматической рассылки постов ИГИЛ

Среди огромного количества различных мобильных приложений существует также Twitter- приложение «Fajr al-Bashaer», или «Dawn of Good Tidings», помеченное Twitter как потенциально опасное. При попытке установить его запрашивается доступ к пользовательским и персональным

⁴³ ISIS recruits fighters through powerful online campaign [электронный ресурс] URL: <http://www.cbsnews.com/news/isis-uses-social-media-to-recruit-western-allies/> (Дата обращения: 06.10.2015).

⁴⁴ ISIS Declares War on Twitter and Facebook's Jack Dorsey and Mark Zuckerberg [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/qXiPSP> (Дата обращения: 16.10.2016).

⁴⁵ ISIS threatens social media moguls, Zuckerberg and Dorsey in recent video [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/wQTiQe> (Дата обращения: 16.10.2016).

данным. После загрузки приложения с аккаунта пользователя начинают отправляться сообщения о борьбе ИГИЛ в Сирии и Ираке. При этом в тексте сообщения после каждого символа ставится пробел — с помощью такого приёма блоггеры обходят алгоритмы анти-спама в Twitter. Зарегистрированы сотни пользователей, загрузивших это приложение на свои Android-смартфоны через магазин приложений «Google Play store». «Dawn of Good Tidings» было создано в апреле, но наиболее активно стало использоваться в июне, когда ИГИЛ захватил город Мосул на севере Ирака. Сейчас приложение является недоступным.⁴⁶

4. Учёт целевой аудитории

Создатели медиа-продукции ИГИЛ умело учитывают особенности потребителей, на которых ориентированы их продукты, что обеспечивает их пропаганде особый успех и эффективность. Учитываются не только средства передачи информации (в Facebook длинные, нагруженные смыслом тексты, в Twitter — короткие, ёмкие записи, в Instagram — ориентация на зрительное восприятие и т.д.), но и целевая аудитория. Например, устрашающие видео казней заложников зачастую снимаются на камеру, прикреплённую к стволу автомата, что помогает создать изображение, подобное тому, которое видит участник компьютерных игр милитаристской тематики. Подобные игры особенно популярны среди молодых людей и подростков.⁴⁷ Другим примером служит вышедшее совсем недавно детское Android-приложение «Huroof»⁴⁸, созданное якобы для изучения арабского алфавита, поражающее продуманностью интерфейса и уникальным способом подачи информации. На фоне цветочков и звёздочек светлых тонов действительно всплывают буквы арабского алфавита, но слова, которые приводят для примера,

⁴⁶ How ISIS conquered social media [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/QgY8hy> (Дата обращения 12.09.2015).

⁴⁷ Credible Messengers Are Legitimising The ISIS Narrative [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/p8Ujs4> (Дата обращения 22.01.2016).

⁴⁸ От араб. - буквы

исключительно военной тематики. Ведётся обучение на фоне «весёлого» игиловского насида.⁴⁹

5. «Twitter Storms»

Термином Twitter Storm обозначаются массовые кампании по рассылке заранее заготовленных постов. Сотни, а иногда и тысячи пользователей по несколько раз публикуют один и тот же хэштэг в определённое время суток, так что он становится популярным в пространстве социальной сети.⁵⁰ Подобную акцию под названием «Warning to the American Peeople» [Предупреждение американским гражданам] провёл ИГИЛ в социальных сетях Twitter, Facebook и на популярном видеопортале YouTube в июне 2014 года. Источником рассылки являлся главный аккаунт ИГИЛ, чьи подписчики публиковали предлагаемые записи на своей странице. Записи распространялись под хэштэгами #CalamityWillBefallUS [Бедствие настигнет США], #AmessagefromISIStoUS [Послание США от ИГИЛ]⁵¹ и др. и сопровождались слоганами: «If the United States bombs Iraq, every citizen is a legitimate target for us» [Раз США бомбят Ирак, мы можем законно считать каждого американского гражданина своей мишенью], «This is a message for every American citizen. You are the target of every Muslim in the world wherever you are» [Это послание для каждого американского гражданина. Вы — мишень для каждого мусульманина в мире, где бы вы ни находились], «For every drop of blood shed of the Iraqis, Americans will shed a river of blood» [За каждую каплю крови иракцев американцы прольют реки крови], «Don't come to Iraq unless you want another 11th September to happen» [Не лезьте в Ирак, если не хотите повторения 11 сентября] и т.п.⁵²

⁴⁹ Isis releases app for children to 'learn Arabic alphabet' using jihadist songs and cartoons of weapons [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/6vbnZx> (Дата обращения 13.05.2016).

⁵⁰ How ISIS Games Twitter [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/fQfRnO> (Дата обращения: 23.10.2015).

⁵¹ ISIS swiping hashtags as part of propaganda efforts [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/6OZkYO> (Дата обращения: 03.11.2015).

⁵² ISIS Propaganda Campaign Threatens U.S. [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/CfWHRz> (Дата обращения: 03.11.2015).

Также, согласно сообщению российского источника, в формате Twitter Storm может проводиться «прощупывание настроений» среди целевой аудитории. Это делается с помощью массовых опросов на какую-либо тему. Так, в июле 2014 года был опубликован ряд сообщений о том, что ИГИЛ планирует вновь вернуться к идеологии Аль-Каиды и бороться за создание халифата не только на территории Сирии и Ирака, но и во всём мире. Встретив резкое недовольство со стороны подписчиков, верхушка ИГИЛ сняла с себя ответственность за эти сообщения и быстро свернула кампанию.⁵³

Газета «The Guardian» приводит ещё один пример того, как террористы опрашивают своих подписчиков. В сентябре 2014 года пользователь Twitter Абдульрахман аль-Хамид обратился к своим 4000 подписчикам с просьбой подсказать ему самые популярные хэштеги Великобритании для продвижения контента ИГИЛ. Так как на тот момент в британской общественности активно обсуждалась тема возможного отделения Шотландии, подписчики аль-Хамида прислали хэштеги: #andymurray, #scotland, #scotlandindependence, #VoteNo and #VoteYes.⁵⁴

Хотя именно Twitter Storms являются основным механизмом привлечения внимания общественности к ИГИЛ, автор самого крупного исследования в области работы ИГИЛ в социальных сетях Дж.М. Бергер отмечает, что такие акции не могут долго удерживать внимание общественности и не только быстро теряют эффект произведённой сенсации, но вскоре могут вообще потерять внимание публики.⁵⁵

6. Использование рейтинга @ActiveHashtags

⁵³Джихад в Twitter: Как террористы осваивают приёмы социального маркетинга [электронный ресурс] URL: <http://apparat.cc/network/isis-social-war/> (Дата обращения: 03.11.2015).

⁵⁴Isis in duel with Twitter and YouTube to spread extremist propaganda [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/iF33gy> (Дата обращения: 19.10.2015).

⁵⁵How ISIS Succeeds on Social Media Where #StopKony Fails [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/uHmKqk> (Дата обращения: 05.11.2015).

Акции, подобные Twitter Storm выводят часто используемые хэштэги в рейтинг самых популярных. Такие хэштэги попадают на Twitter-аккаунт @ActiveHashtags, который публикует самые популярные твиты дня. В среднем каждый хэштэг, попавший на этот аккаунт, пересыдается 72 раза, что делает его ещё более популярным. Таким образом, пользователи Twitter практически неизбежно подвергаются влиянию информации, распространяемой ИГИЛ.⁵⁶

7. Использование популярных хэштэгов

Для продвижения своей продукции среди как можно большего количества пользователей, ИГИЛ публикует не только собственные хэштэги (#ISIS, #ISIL, #IslamicState, #AllEyesOnISIS и др.), но и хэштэги, относящиеся к популярным мероприятиям и событиям, происходящим в мире. Например, во время проведения Чемпионата мира по футболу 2014 в Бразилии ИГИЛ использовал хэштэги #WorldCup, #Brazil2014, #ENG, #France, #WC2014 и др. Помимо этого использовались хэштэги Английской Премьер-лиги (#MUFC, #WHUFC, #LFC и #THF)⁵⁷, хэштэг [#naraquake](#), относящийся к землетрясению в северной Калифорнии, хэштэг #AskRicky, распространяемый известным YouTube-блоггером и музыкантом Рики Диллон, чтобы собрать интересующие его фанатов вопросы.⁵⁸

8. Ориентация на западного зрителя

ИГИЛ заинтересован в привлечении союзников не только из региона Ближнего Востока, но и из западных стран. Это проявляется во многом. Прежде всего, ИГИЛ выпускает информацию на только на арабском, но и на языках стран Западной Европы. Так, уже упоминавшаяся организация, ответственная за создание медиа-продукции ИГИЛ, «Аль-Хаят»,

⁵⁶ How ISIS Games Twitter [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/fQfRnO> (Дата обращения: 23.10.2015).

⁵⁷ Iraq crisis exclusive: Isis jihadists using World Cup and Premier League hashtags to promote extremist propaganda on Twitter [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/PQMSJC> (Дата обращения: 23.11.2015).

⁵⁸ ISIS swiping hashtags as part of propaganda efforts [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/6OZkYO> (Дата обращения: 03.11.2015).

осуществляет перевод высказываний Абу Мухаммада аль-Аднани аль-Шами (официального представителя ИГИЛ) на английский, немецкий, французский, русский, турецкий и индонезийский языки.⁵⁹ Особое внимание ИГИЛ уделяет англоязычному контенту. Прекрасно осознавая роль английского языка как языка глобализации, ИГИЛ стремится влиться в мировое сообщество, сделать публикуемую информацию понятной каждому, наконец, обеспечить своей продукции престиж за счёт ориентации на доступный и широко распространённый английский язык.⁶⁰

Многие источники отмечают, что пропагандистские видео, которые выпускает ИГИЛ, сделаны по канонам голливудских фильмов: в них представлены спецэффекты, трюки каскадёров, замедленное действие, взрывы, музыка, роскошные пейзажи и стандартная для таких фильмов концовка «To be continued»⁶¹⁶². Непрофессиональные видео снимаются на ставшую недавно популярной камеру GoPro⁶³, часто последователи ИГИЛ выкладывают свои селфи.

9. Интернет-магазин продукции с символикой ИГИЛ

Одежда (футболки и худи) с символикой ИГИЛ находятся в свободной продаже как на страницах Facebook, так и на специально организованных сайтах. Многие страницы Facebook, занимающиеся подобной торговой деятельностью, были заблокированы, однако на смену им быстро приходят новые. Типичные слоганы, которые можно увидеть на одежде, предлагаемой ИГИЛ: «Muslim Brotherhood», «F***k Israel», «Pray for Gaza» и «Mujahedeen

⁵⁹ How ISIS conquered social media [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/QgY8hy> (Дата обращения 12.09.2015).

⁶⁰ New Al Qaeda Group Produces Recruitment Material for Americans, Westerners [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/ZzEVcW> (Дата обращения 07.11.2015).

⁶¹ Brutal terrorist video borrows techniques from Hollywood [электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kBdCSmHmBek> (Дата обращения 19.11.2015).

⁶² ISIS recruits fighters through powerful online campaign [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/zVm2rI> (Дата обращения 19.11.2015).

⁶³ ISIS recruits fighters through powerful online campaign [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/zVm2rI> (Дата обращения 19.11.2015).

Around The World United We Stand».⁶⁴ При этом в столице Ливии (Триполи) открылся реальный магазин товаров ИГИЛ, где представлена разнообразная продукция — от одежды до сувениров с характерной символикой.⁶⁵

10. Акцент на популярных личностях-участниках ИГИЛ

Одним из важнейших механизмов пропаганды ИГИЛ является использование образов знаменитых личностей, ставших членами ИГИЛ. Это, например, немецкий рэп-исполнитель Денис Гусперт⁶⁶⁶⁷ и британская рок-певица Салли Джонс.⁶⁸ Из российских звёзд таковым стал актёр Вадим Дорофеев.⁶⁹

11. Одна и та же информация дублируется в нескольких источниках.

Например, в феврале 2015 года седьмой выпуск журнала «Dabiq» опубликовал статью о казни 21 египтянина-копта террористами ИГИЛ, видео со съёмкой казни было опубликовано практически в то же время на видеопортале YouTube.⁷⁰

12. Разделение аккаунтов

Аккаунты членов ИГИЛ в Twitter, как правило, тематически разделены. В найденной мной российской статье «Джихад в Twitter: Как террористы осваивают приёмы социального маркетинга» говорится: «У группировки есть официальный профиль — там выкладывают видеообращения и заявления

⁶⁴ The ISIS gift shop: T-shirts and hoodies sold online [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/4UeFJv> (Дата обращения 23.11.2015).

⁶⁵ Tracksuits and Tricycles: The Weird World of ISIS-Branded Merchandise [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/vyUUm4> (Дата обращения 22.11.2015).

⁶⁶ Hashtag Terror: How ISIS Manipulates Social Media [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/JRAJkq> (Дата обращения: 07.07.2015).

⁶⁷ ISIS recruits fighters through powerful online campaign [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/zVm2rI> (Дата обращения 19.11.2015).

⁶⁸ Revealed: Benefits mother-of-two from Kent once in all-girl rock band who is now jihadi in Syria - and wants to 'behead Christians with a blunt knife' [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/jUPwRL> (Дата обращения 20.11.2015).

⁶⁹ Поводыри слепых — кто уходит в леса и пустыни, чтобы искать простые ответы на сложные вопросы? [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/9pD16i> (Дата обращения 06.09.2015).

⁷⁰ Видео ИГИЛ с казнью 21 христианина разжигает гнев в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/5508.aspx> (Дата обращения 09.04.2015).

руководства; есть профили для трансляций с захваченных территорий; есть профили конкретных бойцов, где они делятся с подписчиками подробностями участия в боях, эмоциями и повседневными бытовыми деталями».⁷¹

Прежде всего такое разделение делается для того, чтобы читатель чётко знал, к какому типу аккаунта ему следует обратиться для ознакомления с интересующей его информацией, а не перегружался лишним, тематически неопределённым материалом. Кроме того, тематически самостоятельные аккаунты способны подготавливать и предоставлять свой контент более качественно, с учётом особенностей их тематики.

13. Использование социальных сетей для набора рекрутов.

ИГИЛ осуществляет набор новых агентов через социальные сети Twitter и Facebook.⁷² Подобные кампании нацелены в основном на западную аудиторию, а именно на молодых людей с экстремистскими взглядами. Любой желающий вступить в эту организацию может обратиться непосредственно к террористам в социальных сетях по поводу любых вопросов, связанных с процедурой вступления в ИГИЛ и жизнью на территории, находящейся под контролем моджахедов. Все ступени этого процесса чётко отработаны: от создания привлекательного образа организации и обеспечения открытого доступа к ней до транспортировки рекрутов и обеспечения их всем необходимым. Это ярко проиллюстрировано в переписке одного из израильских журналистов с террористами (См. Приложение1). В результате, согласно данным европейских органов безопасности, в 2014 году к джихаду в Сирии присоединились более 700 граждан Франции, 300 — Германии, 250 — Бельгии, 250 — Австралии, 100 — США, 50 — Испании и около 500 — Великобритании. В целом, рекрутинговая кампания проходит в три этапа: пропаганда и связь с новобранцем через социальные сети, далее перевоз моджахедов в зону

⁷¹ Джихад в Twitter: Как террористы осваивают приёмы социального маркетинга [электронный ресурс] URL: <http://apparat.cc/network/isis-social-war/> (Дата обращения: 03.11.2015).

⁷² ИГИЛ и сайты «общественной смекалки» [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/753.aspx> (Дата обращения: 20.12.2015).

боевых действий и, наконец, фактическое вступление в организацию. При этом во время переписки никогда не указываются имена тех, кто должен помочь новобранцам с переездом. Обычно диалоги социальных сетей заканчиваются фразами: «Выдвигайся и Аллах покажет тебе дорогу», «Ты найдёшь этих людей», «Ищи того, кто свяжется с тобой» и т.д. Как правило, дальше разговор осуществляется через мессенджеры. На территорию ИГИЛ новобранцы попадают с помощью волонтёров, которые проводят их через границу либо с Турцией, либо с Иорданией.⁷³

Отдельно стоит осветить то, как попадают в ИГИЛ девушки. Саудовская газета «аль-Арабийя» сообщает, что уже в июне к ИГИЛ присоединились более 500 женщин, в основном, из Европы и Америки. Специально отобранные активисты обращаются к девушкам, чей возраст, в среднем, до двадцати лет, и предлагают им уехать на территории ИГИЛ, чтобы стать «жёнами мучеников». Зачастую они едут к людям, с которыми ни разу не виделись в реальности, а только переписывались в социальных сетях. То есть, они не знают, ни чем на самом деле занимается их потенциальный жених, ни как он выглядит, ни даже его настоящего имени.⁷⁴

14. Логистика и финансовые вопросы.

По свидетельству газеты «аль-Арабийя», одной из самых авторитетных на Ближнем Востоке, ИГИЛ использует социальные сети не только в целях пропаганды, но и в таких исключительно практических сферах, как решение вопросов логистики и сбор финансовых средств. Например, интернет-сайт «Ас-Сакина», ссылаясь на газету «Аль-Джазира», сообщает, что на страницах социальной сети Facebook агенты ИГИЛ осуществляют сбор и передачу денежных средств, причём личность получателя этих средств остаётся засекреченной.⁷⁵⁷⁶

15. Взлом аккаунтов и телеканалов

⁷³ ИГИЛ пользуется социальными сетями для распространения своей пропаганды [электронный ресурс] URL: http://www.alhaya.ps/arch_page.php?nid=243269 (Дата обращения: 11.01.2016).

⁷⁴ Фото... секретный мир джихадистских невест ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/WG6rrX> (Дата обращения: 12.01.2016)

В апреле 2015 года французский телеканал TV5MONDE (4-й телеканал, вещающий на весь мир после BBC, CNN и MTV) подвергся информационной атаке со стороны членов организации ИГИЛ, что привело к прекращению телевещания и потере контроля над их интернет-сайтами. «Пираты» не только использовали Facebook-аккаунты для продвижения своей пропаганды, но и опубликовали в них паспортные данные и досье на родственников французских солдат, участвующих в операциях против ИГИЛ.⁷⁷

Кроме того, директор исследовательского проекта «Тихая кампания» Абд аль-Муним аль-Машух сообщает, что в апреле 2015 года после того, как террористическая группировка «Ад-Дауаиш» потерпела поражение в своей военной операции, членам ИГИЛ удалось взломать 200 Twitter-аккаунтов жителей Саудовской Аравии и распространить в них посты экстремистского содержания под хэштегом #Saudi. Большинство из них представляли собой изображения, на которых запечатлён первый отряд бойцов ИГИЛ и Аль-Каиды в Саудовской Аравии. В результате исследования было установлено, что террористы публиковали по 90 сообщений в минуту, больше 126600 сообщений в день. В содержание сообщений входили призывы к джихаду и тексты агрессивного характера по отношению к западным странам, в особенности Америке.⁷⁸ Притом директор фонда по борьбе с экстремистскими идеологиями Абд аль-Муним аль-Машух в одном из своих интервью указал на то, что «Twitter не располагает командой достаточно профессиональной, чтобы вычленять террористический контент из арабо-мусульманского»⁷⁹. Одна из жертв массового взлома Twitter-аккаунтов, Сайд Абдуль-Азиз Ибрахим, отмечает, что после взлома с его страницы стали

75 Взломать Twitter-аккаунты всех граждан Саудовской Аравии, критикующих ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/Xa5h7e> (Дата обращения: 08.09.2015).

76 Терроризм в социальных сетях [электронный ресурс] URL:

<http://www.assakina.com/news/news1/65950.html> (Дата обращения: 15.05.2015).

77 Взлом французского телеканала TV5 Monde – дело рук последователей ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/lBo41h> (Дата обращения: 24.09.2015).

78 Саудиды против Twitter-вражды и 200 сообщений-подстрекательств в адрес Саудовской Аравии [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/3UUIyC> (Дата обращения: 17.04.2015).

79 Здесь и далее цитаты из арабских интернет-статей даются в переводе на русский язык.

отправляясь сообщения, основной целью которых была критика саудовского правительства, что поставило под сомнение патриотизм владельца страницы и сбило с толку членов его семьи.⁸⁰

16. Использование мессенджеров

В качестве альтернативы социальным сетям, ставшим сравнительно доступными для государственных служб безопасности, примерно с конца 2015 года ИГИЛ стал пользоваться мессенджерами — более совершенными с точки зрения конфиденциальности средствами интернет-коммуникации. Их преимуществом является тот факт, что мессенджер обеспечивает пользователю отдельный канал передачи сообщений, которым могут пользоваться только две стороны — участники диалога. Всем остальным, включая интернет-провайдера и владельца приложения, доступ к передаваемой информации закрыт. Наряду с мессенджерами, известными всему миру, такими как WhatsApp, Signal, RedPhone и Wickr, террористы использовали и российский продукт — программу Telegram, создателем которой являлся владелец социальной сети ВКонтакте Павел Дуров. После многочисленных обвинений в пособничестве ИГИЛ создатель программы отказался закрывать её, наставив на правах непричастных к деятельности ИГИЛ пользователей, но после парижских событий сумел заблокировать 78 террористических аккаунтов. Как бы то ни было, уже в начале 2016-го, активисты ИГИЛ запустили собственное приложение подобного рода «Alrawi.apk», недоступное для скачивания «обычным» пользователям. Мессенджеры сыграли огромную роль в террористических актах ноября 2015 года, совершённых во Франции. Если бы у служб безопасности была возможность отслеживать трафик этих средств интернет-общения, события, подобные парижским, можно было бы если не предотвращать, то хотя бы контролировать. Причём, это вполне осуществимо, учитывая случай, произошедший в июне 2015, когда удалось арестовать 16 чеченских

⁸⁰ Взломать Twitter-аккаунты всех граждан Саудовской Аравии, критикующих ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/Xa5h7e> (Дата обращения: 08.09.2015).

террористов, обсуждавших через WhatsApp план терракта в бельгийском городе Лёвен. Дело в том, что кодирование сообщений иногда осуществляется не полностью, и некоторые из них доходят до адресата незасекреченными, а значит, отследить сообщения экстремистского содержания возможно.^{81⁸²}

ГЛАВА 4. Попытки борьбы с деятельностью ИГИЛ в социальных сетях и их последствия

Несмотря на то, что прошло уже почти два года с тех пор, как ИГИЛ начал проводить свою активную деятельность в социальных сетях, меры по борьбе с распространением и влиянием этой террористической организации начали проводиться сравнительно недавно. Ниже приведены краткий перечень методов борьбы с медиа-кампанией ИГИЛ и её первые результаты.

1. Попытки осмеяния образа ИГИЛ

Отдельную роль в успехе ИГИЛ играет тот факт, что популярность ему обеспечивает не только его продуманная политика в социальных сетях, но и мировые новостные СМИ. Практически с момента своего создания эта организация стала предметом новостных сводок крупнейших телеканалов, где о ней говорят самые авторитетные политические деятели и даже главы некоторых государств. Этот феномен является как мощным двигателем «опосредованной» пропаганды ИГИЛ, так и возможностью противостоять деятельности этой организации.

Так, 28 февраля 2015 года одно из популярных американских телешоу вывело в эфир пародию на известную в Америке рекламу Toyota «Мой смелый папа», в которой отец со слезами на глазах поддерживает опасное решение своей дочери пойти в армию. В этом видео девушка, роль которой

81⁸² ISIS using encrypted apps for communications; former intel officials blame Snowden [Updated] [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/pSBkXq> (Дата обращения: 03.01.2016).

82⁸³ Don't Shoot The ISIS Messenger [электронный ресурс] URL:

<http://techcabal.com/2016/01/15/dont-shoot-the-isis-messenger/> (Дата обращения: 17.05.2016).

исполняет звезда нашумевшего фильма «Пятьдесят оттенков серого» Дакота Джонсон, трогательно прощается с отцом и запрыгивает в оборудованный пулемётом джип рядом с террористом, который на просьбу отца позаботиться о его дочери отвечает: «Death to America» [Смерть Америке] и уезжает, стреляя в воздух. Видеоролик вызвал большой общественный резонанс, в основе которого были обвинения телешоу в преступлении против моральных норм по отношению к жертвам казней ИГИЛ. В то же время многие выступили с противоположным мнением, считая, что высмеивание последователей этой организации может стать одним из инструментов ведения информационной войны против неё.⁸³

Совсем недавно в интернете был популярен другой юмористический трюк по отношению к ИГИЛ: в социальных сетях появились тысячи фотографий бойцов Исламского государства, на которых террористы запечатлены с головами уток вместо привычных чёрных повязок и бород. Вместо оружия в руках у террористов — приспособления для чистки унитазов. Акция была проведена с целью «снизить ставшее в последнее время огромным чувство страха по отношению к этой экстремистской организации». Многие пользователи социальных сетей дали положительные отзывы на результаты этой кампании.⁸⁴

2. Удаление аккаунтов

В сентябре 2014 года Twitter начал удалять наиболее активные аккаунты сторонников ИГИЛ. Однако многие исследователи отмечают, что это не мешает новым аккаунтам появляться быстро и беспрепятственно. Более того, зафиксировано несколько попыток создания собственных социальных сетей

⁸³ 'Depraved' or 'hilarious'? SNL viewers divided over shocking Dakota Johnson ISIS skit that parodies US Army commercial and sees her join the terror group yelling 'Death to America' [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/WCjmdJ> (Дата обращения: 23.09.2015).

⁸⁴ Бойцы ИГИЛ с головами уток на страницах социальных сетей [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/pPqDG4> (Дата обращения: 07.01.2016).

ИГИЛ.⁸⁵⁸⁶ Как бы то ни было, на данный момент меры, предпринятые Twitter, приносят свои плоды: удалены десятки тысяч аккаунтов и, вследствие этого, ИГИЛ теряет свою опору в этой социальной сети. Отпор террористам даёт и Facebook — многие страницы удалены на основе запрета на пропаганду терроризма. Такой же политики придерживается и видеопортал YouTube после опубликованного в нём видео с казнью американского журналиста Джеймса Фоули.⁸⁷

Однако этот метод борьбы с распространением идей терроризма стал источником другой проблемы. Многие всерьёз обеспокоены тем, что подобная блокировка аккаунтов нарушает естественное право человека на свободу слова. Например, международная некоммерческая организация WikiLeaks выразила протест Twitter в ответ на блокировку шести страниц пользователей с твитами об успехах военных действий ИГИЛ в Ираке и Сирии, расценив это как покушение на свободу слова. Кроме того, многие пользователи считают, что не стоит удалять фотографии с казнями и пытками заложников ИГИЛ, так как они повышают уровень осведомлённости общества о терроризме, а также могут впоследствии являться законными доказательствами жестокости этой организации.⁸⁸

3. Использование хэштэгов ИГИЛ в целях контрпропаганды

Как уже упоминалось выше, ИГИЛ использовал хэштэги различных значимых мероприятий и событий для более широкого распространения своих сообщений. Однако вскоре эта уловка начала работать и против него самого. Активисты-спammerы, противники ИГИЛ, переняли его наиболее

⁸⁵ Caliphatebook: ISIS social network ‘created, brought down’ in one day [электронный ресурс] URL: <https://www.rt.com/news/239141-isis-facebook-network-clone/> (Дата обращения: 21.05.2015)

⁸⁶ ISIS Targets Blackberry Channels [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/SB2rSN> (Дата обращения: 25.04.2016).

⁸⁷ Taming ISIS on Twitter: More than a game of whack-a-mole [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/BkLdNc> (Дата обращения: 05.06.2015).

⁸⁸ Twitter Has Suspended An ISIS Account That Live-Tweeted Its Advance In Iraq [электронный ресурс] URL: <http://islam-portal.ru/m/novosti/105/5111/> Дата обращения: (14.09.2015).

часто используемый хэштэг #ISIS для распространения информации, направленной на антипропаганду этой террористической организации. Причём их дневная активность в пять раз превышает аналогичные возможности ИГИЛ-блоггеров.⁸⁹

4. Использование геолокации для слежения за членами ИГИЛ

В августе 2014 года исследователи Джэф Уайэрс и Мубин Шейх проследили передвижение так называемой Toronto Jane или L.A. — женщины, вступившей в ряды ИГИЛ. Возможность провести такое исследование позволила функция геолокации, доступная для многих социальных сетей, включая Twitter, Facebook и Instagram. Её путь отмечался на карте после каждой опубликованной записи в Twitter с указанием текущего местонахождения. В результате было установлено, что, начиная с конца ноября 2014 года, девушка проделала путь из Канады (Торонто) в Сирию (Ракка), затем в Алеппо, в Мосул — город на севере Ирака и, наконец, снова в Сирию (город Кобани). Неизвестно, знала ли террористка о том, что её преследуют, но в апреле 2015 года её аккаунт был удалён. Исследователи полагают, что Toronto Jane была разведчицей ИГИЛ, поэтому ей приходилось постоянно перемещаться по региону. Они также отмечают тот факт, что данные геолокации очень сложно подделать, а значит, они могут служить точным методом слежения за бойцами ИГИЛ, пользующимися подобной функцией. Сейчас личность Toronto Jane установлена, но не разглашается. Полиция Канады ведёт расследование по её делу.^{90⁹¹}

Тот факт, что функция геолокации может включаться автоматически при отправлении твитов, помог исследователям следить за ещё одним членом ИГИЛ – Марком Тейлором, рекрутом из Новой Зеландии. Молодой человек не заметил, что при отправке сообщений Twitter автоматически указывал его

⁸⁹ Taming ISIS on Twitter: More than a game of whack-a-mole [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/BkLdNc> (Дата обращения: 05.06.2015).

⁹⁰ Taming ISIS on Twitter: More than a game of whack-a-mole [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/BkLdNc> (Дата обращения: 05.06.2015).

⁹¹ Tracking 'Toronto Jane' via Twitter [электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ep6qdh17gsk> (Дата обращения: 18.09.2015).

местонахождение, эта случайность предоставила исследователям 45 публикаций, позволяющих проследить его передвижения. Согласно полученным данным, в октябре 2014 года Марк Тейлор участвовал в столкновениях с сирийской армией в районе Кафр Рома, затем в начале декабря был замечен рядом со стратегически важным городом Табка. Удалось даже обнаружить дом, в котором на несколько дней останавливался террорист.⁹²

5. Использование информации, публикуемой террористами в социальных сетях.

Часто террористы заранее публикуют информацию о предстоящих терактах, что позволяет их предотвратить. Так, например, член ИГИЛ по имени Нада Муайад аль-Кахтани под псевдонимом «сестра Джалибиба» публиковала сообщения в Twitter о том, что она готовится статьсмертницей и совершить террористический акт, и использовала свой аккаунт для сбора средств на покупку машины, в которую должно было быть установлено взрывное устройство.⁹³

6. Международное сотрудничество

В октябре 2015 года Европейский Союз поднял проблему необходимости организованного противостояния медиа-политике ИГИЛ в сети интернет. С этой целью были организованы десятки особых конференций и съездов с участием ведущих исследователей, учёных и специалистов в области современной рекламы, СМИ и технологий. Параллельно проводятся встречи политических лидеров с целью выработать стратегию по борьбе с экстремистской пропагандой, влекущей за собой возможные возникновения террористических актов. Борьба нацелена скорее на предупредительные меры, нежели на меры наказания. В результате проведённых встреч было решено создать исследовательскую группу для

⁹² ISIS Targets Blackberry Channels [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/SB2rSN> (Дата обращения: 25.04.2016).

⁹³ Министерство внутренних дел Саудовской Аравии: аль-Кахтани – брат Сестры Джалиб [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/cCgsNL> (Дата обращения: 12.12.2015).

осуществления проекта «противостояния экстремизму в Европе», при этом деятельности ИГИЛ в социальных сетяхделено особое внимание. ЕС сформировал особую ячейку Европола, состоящую из 15-20 человек, для слежки за страницами в социальных сетях и их закрытыми аккаунтами, на которых появляется контент, связанный с ИГИЛ, в течение одного часа после их создания. Общая цель программы — установить личности лидеров интернет-активности ИГИЛ и выявить источники её финансирования. Франция учредила отдельную группу людей, в которую входят 50 человек, для работы над снижением влияния ИГИЛ в сети Интернет. Кроме того, Министерство внутренних дел Франции запустило сайт www.stop-dihadisme.gouv.fr, содержащий видеоматериалы, обличающие террористическую пропаганду.⁹⁴

7. Правовые ограничения

В январе 2015 года министр культуры и СМИ Саудовской Аравии Абдель Азиз аль-Худейри на открытии рабочей сессии министерства культуры указал на необходимость создания в ближайшем будущем «структур, которые ограничивали бы злоупотребление и нарушение правил использования социальных сетей» и того, чтобы пользователи социальной сети Twitter сами «несли ответственность за свои слова». Он также заметил, что министерство культуры располагает всеми полномочиями и средствами для осуществления контроля над списком организаций, которые ведут какую-либо деятельность в социальных сетях. Основным органом, занимающимся этой проблемой, является Комиссия первой инстанции по вопросам электронных теле- и радиокоммуникаций.⁹⁵

⁹⁴ Программы Европы по борьбе с ИГИЛ в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/bfu2hX> (Дата обращения: 24.12.2015).

⁹⁵ Действуйте решительно, Ваше Превосходительство, господин министр [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/oCp5Mm> (Дата обращения: 20.09.2016).

Заключение

В результате исследования особенностей и механизмов работы социальных сетей в деятельности ИГИЛ я пришла к следующему выводу: Социальные сети могут служить реальным инструментом подготовки и реализации события.

До недавнего времени социальные сети воспринимались скорее как средство передачи информации и развлечения, и их влиянию не придавали такого значения, как, например, прессе и телевидению. Однако события последних трёх лет наглядно продемонстрировали, что даже такое, на первый взгляд безобидное, явление, как виртуальные социальные сети, вполне может стать совершенно реальным инструментом для реальных изменений. Многие исследователи преуменьшают влияние социальных сетей в деятельности ИГИЛ, отмечая, что это лишь средство пропаганды, однако я полагаю, что если бы средством концентрации и распространения информации стал какой-либо другой вид медиа, то развитие недавних событий, касающихся влияния ИГИЛ на Ближнем Востоке и во всём мире, проходило бы по-другому.

Учитывая то, что основным отличием социальных сетей от других медиа является возможность самого человека выступать в качестве активного участника коммуникации, в то время как пресса и телевидение, например, предполагают «спуск» информации сверху, где масса является лишь потребителем информации, пользователь социальной сети получает возможность создавать виртуальную площадку для осуществления практически любого вида деятельности. Поэтому именно социальные сети — идеальный инструмент управления информацией даже в обществе, подвергающем информационные технологии строгой цензуре. Таким образом, социальные сети позволяют любому человеку использовать возможности Интернета в своих целях без каких-либо территориальных,

временных, социальных и, с развитием средств защиты информации, законодательных ограничений.

В целом можно сказать, что через взаимодействие с огромным количеством интернет-пользователей социальных сетей Twitter, Facebook и Instagram по всему миру ИГИЛ выполняет свои пропагандистские, финансовые, логистические, кадровые и стратегические задачи. В связи с этим не стоит недооценивать влияние и возможности социальных сетей, предоставляющих виртуальную площадку для практически любого вида деятельности. Напротив, обществу необходимо тщательно следить за инновациями в сфере СМК, быть осведомлённым о механизмах работы социальных сетей и пользоваться ими как в соответствии с их многочисленными возможностями, так и с их потенциальными угрозами.

Библиография

Научная литература:

1. Архангельская И.Б. Творческое наследие Г.М. Маклюэна в контексте развития теории коммуникации // Российское лицо PR: Материалы межрегиональной конференции. Н.Новгород: НГТУ, 2003. — С. 50-54.
2. Бодрийяр Ж. Порнография войны: низость и гнусность американского могущества, Войны в заливе не было // Симулякры и симуляции. - М. : Постум, 2015. – 240 с.
3. Винник Д.В. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. – Вып.4. – 2012. – С. 110-126.
4. Зайонц В. В. Социологические подходы к исследованию виртуальных социальных сетей // Молодой ученый. — Вып.4. — 2010. — С. 266-271.
5. Лещенко А.М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе Автореф.дис. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук Пятигорск. : Пятигорский государственный гуманитарно-технологический университет, 2011.
6. Луман Н. Медиа коммуникации – М. : Логос, 2005. – 276 с.
7. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем./Общ. ред. и предисл. Мансурова Н.С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.
8. Сундиев И.Ю., Смирнов А.А., Костин В.Н. Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/D0Xh3p> (Дата обращения: 13.09.2015).
9. Чугунов А.В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: Автореф.дис. на соиск. уч. степ. канд. полит. наук СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2000.
10. Шикина А.Р., Исаев Л.М. Арабский мир в цифровую эпоху: Социальные медиа как форма политической активности – М. : ЛЕНАНД, 2014. – 128 с.

11. Шилина М.Г. Интернет-коммуникация как фактор трансформации информационной сферы: Автореф.дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2012.
12. Berger J.M., Morgan J., The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter - Washington, DC. : The Brookings Institution, 2015. – 68 p.
13. Berger J.M., Perez H. The Islamic State’s Diminishing Returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters - Washington, DC. : George Washington University, 2016. – 21 p.
14. Bright J., Margetts H., Hale S., Yasseri T. The Use of Social Media for Research and Analysis: A Feasibility Study – London. : Department for Work and Pensions, 2014. - 63 p.
15. Guo S., Wang M., Leskovec J. The Role of Social Networks in Online Shopping: Information Passing, Price of Trust, and Consumer Choice – NY. : Proceedings of the 12th ACM conference on Electronic commerce, 2011. – P. 157-166.
16. Hampton K.N., Rainie L., Lu W., Dwyer M., Shin I., Purcell K. Social Media and the «Spiral of Silence» - Washington, DC. : Pew Research Center, 2014. – 43 p.
17. Herrera L. Revolution in the age of social media: the Egyptian popular insurrection and the Internet – NY. : Verso, 2014. – 192 p.
18. P.W. Singer and Brooking E. Terror on Twitter: How ISIS is taking war to social media—and social media is fighting back [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/ywa0vo> (Дата обращения: 18.05.2016).
19. Ramsay G. Jihadi Culture on the World Wide Web – London. : Bloomsbury Academic; Reprint edition, 2015. – 272 p.
20. Stern J., Berger J.M. ISIS: The State of Terror – NY. : Ecco, 2015. – 416 p.

Источники:

21. Бойцы ИГИЛ с головами уток на страницах социальных сетей [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/pPqDG4> (Дата обращения: 07.01.2016).
22. Взлом французского телеканала TV5 Monde – дело рук последователей ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/lBo41h> (Дата обращения: 24.09.2015).
23. Взломать Twitter-аккаунты всех граждан Саудовской Аравии, критикующих ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/Xa5h7e> (Дата обращения: 08.09.2015).
24. Видео ИГИЛ с казнью 21 христианина разжигает гнев в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/5508.aspx> (Дата обращения 09.04.2015).
25. Действуйте решительно, Ваше Превосходительство, господин министр [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/oCp5Mm> (Дата обращения: 20.09.2016).
26. Джихад в Twitter: Как террористы осваивают приёмы социального маркетинга [электронный ресурс] URL: <http://apparat.cc/network/isis-social-war/> (Дата обращения: 03.11.2015).
27. ИГИЛ и «Электронная армия Сирии» - суперзвёзды арабской Всемирной паутины [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/UMScMy> (Дата обращения: 20.12.2015).
28. ИГИЛ и сайты «общественной смекалки» [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/753.aspx> (Дата обращения: 20.12.2015).
29. ИГИЛ и сайты «общественной смекалки» [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/753.aspx> (Дата обращения: 20.12.2015).
30. ИГИЛ пользуется социальными сетями для распространения своей пропаганды [электронный ресурс] URL: http://www.alhaya.ps/arch_page.php?nid=243269 (Дата обращения: 11.01.2016).
31. Исламское государство [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/n9kBv2> (Дата обращения: 01.05.2016).
32. Министерство внутренних дел Саудовской Аравии: аль-Кахтани – брат Сестры Джалибид [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/cCgsNL> (Дата обращения: 12.12.2015).

33. Министерство информации ИГИЛ под руководством Мухаммада аль-Аднани сообщает... ИГИЛ имеет семь телеканалов и девяносто тысяч аккаунтов в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://aitmag.ahram.org.eg/News/7007.aspx> (Дата обращения: 20.03.2016).
34. Поводыри слепых — кто уходит в леса и пустыни, чтобы искать простые ответы на сложные вопросы? [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/9pD16i> (Дата обращения 06.09.2015).
35. Программы Европы по борьбе с ИГИЛ в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/bfu2hX> (Дата обращения: 24.12.2015).
36. Саудиды против Twitter-вражды и 200 сообщений-подстрекательств в адрес Саудовской Аравии [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/3UUIyC> (Дата обращения: 17.04.2015).
37. Терроризм в социальных сетях [электронный ресурс] URL: <http://www.assakina.com/news/news1/65950.html> (Дата обращения: 15.05.2015).
38. Фото... секретный мир джихадистских невест ИГИЛ [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/WG6rrX> (Дата обращения: 12.01.2016).
39. Brutal terrorist video borrows techniques from Hollywood [электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kBdCSmHmBek> (Дата обращения 19.11.2015).
40. Caliphatebook: ISIS social network ‘created, brought down’ in one day [электронный ресурс] URL: <https://www.rt.com/news/239141-isis-facebook-network-clone/> (Дата обращения: 21.05.2015).
41. Credible Messengers Are Legitimising The ISIS Narrative [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/p8Ujs4> (Дата обращения 22.01.2016).
42. 'Depraved' or 'hilarious'? SNL viewers divided over shocking Dakota Johnson ISIS skit that parodies US Army commercial and sees her join the terror group yelling 'Death to America' [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/WCjmdJ> (Дата обращения: 23.09.2015).

43. Don't Shoot The ISIS Messenger [электронный ресурс] URL: <http://techcabal.com/2016/01/15/dont-shoot-the-isis-messenger/> (Дата обращения: 17.05.2016).
44. Hashtag Terror: How ISIS Manipulates Social Media [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/JRAJkq> (Дата обращения: 07.07.2015).
45. How ISIS conquered social media [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/QgY8hy> (Дата обращения 12.09.2015).
46. How ISIS Games Twitter [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/fQfRnO> (Дата обращения: 23.10.2015).
47. How ISIS Succeeds on Social Media Where #StopKony Fails [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/uHmKqk> (Дата обращения: 05.11.2015).
48. 'I Can Haz Islamic State Plz': Isis propaganda on Twitter turns to kittens and lolspeak [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/Ai26lY> (Дата обращения: 07.07.2015).
49. Iraq crisis exclusive: Isis jihadists using World Cup and Premier League hashtags to promote extremist propaganda on Twitter [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/PQMSJC> (Дата обращения: 23.11.2015).
50. Iraq disintegrating as insurgents advance toward capital; Kurds seize Kirkuk [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/H2EwAi> (Дата обращения: 10.09.2015).
51. ISIS Declares War on Twitter and Facebook's Jack Dorsey and Mark Zuckerberg [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/qXiPSP> (Дата обращения: 16.10.2016).
52. ISIS Propaganda Campaign Threatens U.S. [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/CfWHRz> (Дата обращения: 03.11.2015).
53. ISIS recruits fighters through powerful online campaign [электронный ресурс] URL: <http://www.cbsnews.com/news/isis-uses-social-media-to-recruit-western-allies/> (Дата обращения: 06.10.2015).
54. Isis releases app for children to 'learn Arabic alphabet' using jihadist songs and cartoons of weapons [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/6vbnZx> (Дата обращения 13.05.2016).

55. ISIS swiping hashtags as part of propaganda efforts [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/6OZkYO> (Дата обращения: 03.11.2015).
56. ISIS Targets BlackBerry Channels [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/SB2rSN> (Дата обращения: 25.04.2016).
57. [ISIS threatens social media moguls, Zuckerberg and Dorsey in recent video](#) [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/wQTiQe> (Дата обращения: 16.10.2016).
58. ISIS using encrypted apps for communications; former intel officials blame Snowden [Updated] [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/pSBkXq> (Дата обращения: 03.01.2016).
59. Jihadists on the move in Iraq with weapons, hashtags [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/zPAxPw> (Дата обращения: 17.09.2015).
60. New Al Qaeda Group Produces Recruitment Material for Americans, Westerners [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/ZzEVcW> (Дата обращения 07.11.2015).
61. Revealed: Benefits mother-of-two from Kent once in all-girl rock band who is now jihadi in Syria - and wants to 'behead Christians with a blunt knife' [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/jUPwRL> (Дата обращения 20.11.2015).
62. Taming ISIS on Twitter: More than a game of whack-a-mole [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/BkLdNc> (Дата обращения: 05.06.2015).
63. The ISIS gift shop: T-shirts and hoodies sold online [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/4UeFJv> (Дата обращения 23.11.2015).
64. 'They have learned our secrets': CNN ridiculed after ludicrous claim that ISIS is luring women with kittens and Nutella [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/KrSqfx> (Дата обращения: 14.04.2015).
65. Tracking 'Toronto Jane' via Twitter [электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ep6qdh17gsk> (Дата обращения: 18.09.2015).

66. Tracksuits and Tricycles: The Weird World of ISIS-Branded Merchandise [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/vyUUm4> (Дата обращения 22.11.2015).

67. Twitter Has Suspended An ISIS Account That Live-Tweeted Its Advance In Iraq [электронный ресурс] URL: <http://islam-portal.ru/m/novosti/105/5111/> Дата обращения: (14.09.2015).

68. Video shows ISIS beheading U.S. journalist James Foley [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/3eLLcb> (Дата обращения: 21.08.2014).

69. Who is behind Isis's terrifying online propaganda operation? [электронный ресурс] URL: <http://goo.gl/3aFIAm> (Дата обращения: 10.09.2015).

Электронные ресурсы:

70. Решение Верховного Суда РФ от 29 декабря 2014 г. N АКПИ14-1424С [электронный ресурс] URL: <http://nac.gov.ru/zakonodatelstvo/sudebnye-resheniya/reshenie-verhovnogo-suda-rf-t-29-dekabrya.html> (Дата обращения: 01.06.2016).

71. Славой Жижек: Реальность виртуального [электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/watch?v=JKu_WUgyu3Y (Дата обращения: 14.05.2016).

72. Социальная сеть (словарная статья сайта компании SeoPult) [электронный ресурс] URL: <https://goo.gl/Uc5jMq> (Дата обращения: 01.05.2016).

Приложение 1

Перевод отрывка статьи «ИГИЛ пользуется социальными сетями для распространения своей пропаганды», опубликованной в журнале «Аль-Хайят» со ссылкой на газету «Едиот Ахронот».

Израильский журналист Нафо Зиф переписывается с молодым человеком по имени Гази, являющимся активистом ИГИЛ в Сирии, через социальную сеть «Ask»:

— Я израильтянин. Я служил в армии. Могу ли я присоединиться к ИГИЛ? Ты знаешь как?

Но так как диалог происходил за день до того, как ИГИЛ опубликовал видео с казнью израильского журналиста Стивена Светлова, дальнейшего разговора не состоялось:

— Возьми своё же оружие и убей себя.

Автор статьи предпринял вторую попытку и списался с джихадистом Омаром, в этот раз представившись гражданином Великобритании.

— Исламскому государству всегда нужны люди, которые боролись бы за его права. Не трать время впустую, стань одним из основателей исламского халифата. Мы установим шиитское законодательство, основанное на принципах исламского государства, и освободим исламские земли от неверных.

— Как мне присоединиться к тем, кто строит исламский халифат? Куда я должен отправиться?

— Прежде всего, просто сделай первый шаг, и мы вознаградим тебя за твои намерения, даже если по воле Аллаха тебя арестуют, ты должен будешь попасть на территорию, находящуюся под контролем моджахедов.

— А оттуда можно звонить домой?

— Зависит от условий и ситуации; иногда можно. Но будь осторожен, потому что силы безопасности могут найти твою семью.

— А ты говорил что-нибудь своей семье?

— Да, но что они могли поделать? Они не сделали ничего, чтобы я присоединился к джихаду. Они хотели, чтобы я остался в США и продолжил своё обучение. Но я сбежал, не спрашивая их одобрения и разрешения. Всё это с помощью Аллаха.

— Мне нужен человек в качестве гаранта.

— Да, ты всё же можешь присоединиться к нам, однако, этот процесс будет намного дольше.

— А христиан вы тоже принимаете?

— Конечно, христиане тоже могут приехать в Исламское государство, чтобы там начать знакомиться с исламом, а потом они сами решают: выбрать ислам и жить, как мусульманин, или заплатить джизью.⁹⁶ В исламе нет принуждения, нет никаких несправедливых убийств в исламском халифате. Если пожелает Аллах, то они защитят всех, кто находится под покровительством закона шариата, в том числе и евреев.

— А что, если есть желание повоевать, но я ношу очки?

— Никаких проблем, ты можешь быть принят в ряды моджахедов, даже если ты носишь очки. Здесь много моджахедов, которые носят очки, есть даже слепые. Не бойся разбить или сломать их, даже если что-то случится, тебе привезут новые очки, если пожелает Аллах.

Молодые люди, которые приезжают воевать на территории ИГИЛ, используют социальные сети, чтобы привлечь своих друзей, оставшихся дома. Ниже автор статьи ведёт переписку с двумя братьями-британцами (Мауджирам аль-Британи и Хитабом аль-Мауджирам), которые сейчас находятся в Сирии, по социальной сети «Ask»:

— Можно ли получить хорошее оружие в Сирии?

⁹⁶Джизья – подушная подать с иноверцев в мусульманских государствах.

— Да, можно.

— Сколько людей вы убили?

— Сложно сказать, это не бой один на один.

— Постоянно ли вы пользуетесь интернетом?

— Сигнал не очень хороший, но достаточный, чтобы смотреть фильмы.

— Вы иногда скучаете?

— Мы очень заняты каждый день.

— Какое сражение было для вас самым лучшим?

— Первое.

— Помогите мне: как я могу рассказать своей семье, что собираюсь в Сирию?

— Это требует времени, - ответил мне Хитаб. - Ты должен научить их Корану, Сунне пророка и религиозным книгам. Я попробую прислать тебе книги на эту тему.⁹⁷

⁹⁷ ИГИЛ пользуется социальными сетями для распространения своей пропаганды [электронный ресурс] URL: http://www.alhaya.ps/arch_page.php?nid=243269 (Дата обращения: 11.01.2016).