

**Московский государственный университет имени М. В.
Ломоносова**

**Факультет журналистики
Кафедра новых медиа и теории коммуникации**

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИА ЗАПРЕЩЕННОЙ В РФ
ТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ «ИСЛАМСКОЕ
ГОСУДАРСТВО»**

**Дипломная работа
студента VI курса вечернего отделения
Л.В. Аверина**

**Научный руководитель:
кандидат филологических наук
Д.Ю. Кульчицкая**

Москва 2016

Содержание

<u>ВВЕДЕНИЕ</u>	2
<u>ГЛАВА 1. ВОЗМОЖНОСТИ НОВЫХ МЕДИА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ</u>	6
<u>1.1 Новые механизмы коммуникации</u>	6
<u>1.2 Новые возможности агитации и пропаганды</u>	15
<u>1.3 Новые возможности мобилизации</u>	20
<u>ГЛАВА 2 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА ТЕРРОРИСТИЧЕСКИМИ И ЭКСТРЕМИСТСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ДО ИГ</u>	30
<u>2.1 Пропаганда</u>	30
<u>2.2 Обучение</u>	38
<u>2.3 Планирование</u>	40
<u>2.4 Исполнение и кибератаки</u>	42
<u>2.5 Финансирование</u>	47
<u>ГЛАВА 3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ НОВЫХ МЕДИА ТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ «ИСЛАМСКОЕ ГОСУДАРСТВО» (ЗАПРЕЩЕНА В РФ)</u>	51
<u>3.1 Медиа стратегия ИГ</u>	51
<u>3.2 Повседневное использование Интернета ИГ</u>	60
<u>3.3 Выход ИГ на контакт с пользователями</u>	65
<u>3.4 Контакты в социальных сетях</u>	73
<u>3.5 Воздействие через иные ресурсы в сети</u>	81
<u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u>	84
<u>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</u>	87

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Современный этап развития человеческой цивилизации характеризуется такими процессами как информатизация и глобализация, когда во все сферы жизни общества проникают информационно-коммуникативные технологии. Одним из таких новшеств, возможно главным, остается интернет. Потенциал воздействия этого ресурса на аудиторию колоссален, так как количество пользователей только на территории РФ, заходивших в Сеть хотя бы один в сутки, по данным Фонда «Общественное Мнение» (ФОМ), составляло зимой 2015 - 2016 года 66,5 млн человек¹, и судя по тенденции эта цифра будет только расти.

На сегодняшний день интернет остается универсальным инструментом для обмена информацией между людьми вне зависимости от того, как велико расстояние, пролегающее между ними. Тем не менее, вместе с очевидными положительными сторонами использования международной сети, она обратила на себя внимание экстремистских организаций. Последние десять лет наблюдается опасная тенденция в салафитской среде, а именно, ориентация проповедников так называемого «чистого» ислама на цифровое пространство.² Террористическая идеология проникла в интернет, являющийся на настоящий момент популярнейшим, а нередко и единственным источником получения информации целым поколением молодых людей.

¹ Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2015 - 2016 гг // Фонд «Общественное Мнение». 22 апреля 2016 г. [Электронный ресурс]. - URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12610#> (дата обращения 22.04.16)

² Роль средств массовой информации и Интернета в предупреждении терроризма: материалы IV-й Всероссийской научно-практической конференции (том 1) - М.; Рос. Гос. унив. нефти и газа им. И.М. Губкина: ОАО «Нефть и бизнес», 2013. – 109 с.

Если еще не так давно экстремисты пользовались традиционными средствами массовой информации, насколько это было возможно в рамках законодательства, то в условиях развития в международных масштабах современных информационно-коммуникативных технологий, легкодоступных, относительно недорогих, предоставляющих возможности оставаться почти полностью анонимным, а также превосходящих традиционные СМИ в скорости распространения информации, террористические организации получили доступ к широчайшей аудитории пользователей.³ Аккаунты в социальных сетях, авторские блоги и микро-блоги, форумы, сайты фактически способны выполнять функцию средств массовой информации. Преимущества подобного инструмента коммуникации очевидны.

В этом контексте особый интерес для исследования представляет изучение медиатехнологий запрещенной в РФ террористической организации «Исламское Государство», также известной, как ИГ или ИГИЛ («Исламское Государство Ирака и Леванта»), в англоязычных источниках ISIS (Islamic State of Iraq and Sham). Свою известность группировка приобрела далеко не в последнюю очередь благодаря мощнейшей пропагандистской кампании в интернете при помощи социальных сетей и не только. Ни одной террористической организации еще не удавалось достичь агитации такого масштаба. Значительное количество мусульман из Европы откликнулись на призывы в сети и поехали воевать на Ближний Восток.

Несмотря на ужесточение законодательства и противодействие администраций социальных сетей, ИГ наращивает свое присутствие в интернете. С его помощью они информируют своих сторонников или противников о своих акциях и успехах на поле боя через посты в социальных

³ Противодействие террористической и иной экстремистской деятельности исламских радикальных структур на территории государств - участников Содружества независимых государств: материалы международного научно-практического семинара. М., 2014. – 97 с.

сетях, нередко сопровождающиеся видеороликами. В отечественных и западных новостных лентах террористическая организация хоть и называется таковой, тем не менее, регулярно фигурирует и там. Таким образом, присутствие ИГ в мировом информационном пространстве только усиливается.

Объект исследования – Информационная деятельность Исламского государства в соцсетях.

Предмет исследования – особенности агитационной и пропагандистской деятельности террористических организаций в условиях активного развития новых медиа.

Целью исследования работы является выявление особенностей использования новых медиа запрещенной в Российской Федерации террористической организации Исламское государство.

В связи с поставленной целью в работе будут решаться ряд задач:

1. Изучить возможности новых медиа в информационном обществе;
2. Исследовать использование Интернета террористическими и экстремистскими организациями до ИГ;
3. Выявить то, какие особенности отличают коммуникационную стратегию террористической организации «Исламское Государство» (запрещена в РФ) в новых медиа, а также понять, чем она отличается от коммуникационных стратегий предшествующих террористических организаций.

Методология исследования. В качестве основных исследовательских методов используются:

1. Метод системного моделирования – для характеристики многофакторной динамики взаимодействия террористических организаций, правоохранительных органов, правительств отдельных стран и различных типов СМИ в информационно-коммуникативном пространстве мировой политики;

2. сравнительно-политологический метод - для поиска и критического анализа различных стратегий терроризма в период «традиционных» и «новых» медиа.
3. историко-описательный метод — для выделения основных закономерностей взаимосвязанных процессов развития терроризма и медиа ресурсов.

Рабочая гипотеза исследования заключается в том, что террористическая организация «Исламское Государство» (запрещена в РФ) не просто использует возможности новых медиа, но руководствуется определенной медиастратегией, в рамках которой осуществляет свою деятельность в интернет-пространстве. Наличие собственного медиа-агентства, выпускающего качественные информационные продукты, вербовка, финансирование, планирование атак, кибератаки и прочая деятельность в сети имеют тщательно продуманный характер, что наводит на мысль о присутствии среди террористов людей с навыками профессионального медиаменеджмента.

Структура исследования. Дипломна работа включает в себя введение, 3 главы, заключение и список использованной литературы.

ГЛАВА 1. ВОЗМОЖНОСТИ НОВЫХ МЕДИА В СФЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИЛИ ПРОПАГАНДИСТСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1 Новые механизмы коммуникации в информационном обществе

Для начала дадим определение коммуникации. Ее можно считать критерием человеческой жизнедеятельности и одним из первоэлементов существования общества, потому что общество – это, в первую очередь, те взаимоотношения и связи, в которых находятся его члены. Можно сказать, что все стороны деятельности человека являются коммуникацией.

Согласно определению С.В. Бориснева «коммуникация – это средство связи любых объектов материального и духовного мира, процесс общения как передача информации от человека к человеку, передача и обмен информацией в обществе в целях воздействия на него; социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и других)».⁴

И.П. Яковлев предпочитает определять коммуникацию как «информационное взаимодействие между людьми посредством знаков, носителями которых является сам человек или созданные им искусственные средства». Также он подчеркивает, что в основе всех определений лежит представление о социальной коммуникации как информационно-смысловом взаимодействии между людьми посредством знаков.⁵

Д.П. Гавра трактует коммуникацию не только как процесс передачи сообщений или обмена информацией, но и как «способ совместного

⁴ Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учеб. Пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАТА,. – С. 6.

⁵ Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. – СПб.: «Авалон», «Азбука-классика», 2006. – С. 5-9.

созидания, воспроизведения и преобразования многочисленных социальных реальностей, реализуемый с помощью знаковых средств».⁶

Один из основоположников американской социологии Чарльз Кули считал, что «коммуникация – это механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени. Он включает в себя мимику, общение, жесты, тон голоса, слова, письменность, а так же самые последние достижения по завоеванию пространства и времени».⁷

В одном из американских учебников социальная коммуникация определяется как осознаваемый или неосознаваемый процесс, в котором эмоции или идеи выражаются в вербальных и невербальных сообщениях на внутриличностном, межличностном и общественном уровнях.⁸

Так или иначе, очевидно, что понятие «коммуникация» весьма многоаспектно, однако условно можно выделить такие значения:

- универсальное, понимающее под коммуникацией способ связи любых объектов материального и духовного мира;
- биологическое, рассматривающее коммуникацию как систему сигнальных способов связи, например у птиц, насекомых, животных и т.д.;
- социальное, применяемое в качестве обозначения и характеристики разнообразных отношений и связей, возникающих в человеческом обществе;
- техническое, представляющее коммуникацию как путь сообщения, связи одного места с другим, средства передачи информации.⁹

⁶ Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. 1-е изд. – СПб.: Питер, 2011. – С. 10-16

⁷ Кули Ч. Общественная организация. // Тексты по истории социологии XIX-XX веков: Хрестоматия. – М: Наука, 1994. – С. 379. 12

⁸ Berko R. M., Wolvin A. D., Wolvin D. R. Communicating. Boston., 1992. P. 5

⁹ Валитова, Н. Р. Основы теории коммуникации. В 2 ч. Ч. 1 : учебное пособие / Н. Р. Валитова .— Омск : Изд-во СибГУФК, 2010

Реализация всех коммуникативных взаимодействий происходит в коммуникативном пространстве, которое представляет собой систему многообразных коммуникативных связей, появляющихся между агентами коммуникации. Социум конструирует собственное пространство – социальное коммуникативное пространство, агентами которого выступают как отдельные люди, так и группы и даже социальные институты. Множественные связи, появляющиеся между отдельными людьми, группами и институтами, людьми и институтами, людьми и группами и так далее, создают социальное коммуникативное пространство. В качестве его основных параметров выделяются плотность и протяженность.¹⁰ Плотность зависит от количества взаимодействий и их интенсивности, так как социальное коммуникативное пространство неоднородно. В свою очередь дистанция, разделяющая акторов коммуникативного процесса, определяет протяженность коммуникативного пространства. Непосредственный контакт в условиях межличностного общения или в коммуникации в группах до восьми человек характерен для близкой дистанции.¹¹ Большая дистанция означает отсутствие непосредственного контакта между получателем информации и источником, а их связь обусловлена специальными техническими средствами коммуникации.¹² Именно такая дистанция характерна для массовой коммуникации.

Основным проводником коммуникации являются средства массовой информации. Это объясняет стремление привлечь внимание СМИ посредством шокирующих действий тех, кто чувствует себя исключенным из коммуникационной структуры.¹³

¹⁰ Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. С. 50.

¹¹ Гуленко В. В. Коммуникативное пространство. Рукопись. Киев, 1994.

¹² Леонтьев А.А. Психология общения. – 3-е изд. – М.: Смысл, 1999. С. 276.

¹³ Crelinsten R.D. Power and Meaning. P. 420.

Возникновение интернета повлекло за собой появление термина «новые СМИ», который обозначает новые средства массовых коммуникаций. Кроме того, определение «новые СМИ» частично можно применить к интернет-сайтам газет, телеканалов, радиостанций и так далее. Однако, принцип построения новостных сообщений на сайтах телеканалов, служб новостей и газет не претерпел сильных изменений.¹⁴

По итогам прошедших пяти лет количество пользователей интернета в России выросло на 30 млн человек. По данным Фонда «Общественное мнение» за зиму 2015-2016 годов хотя бы раз в сутки в Сеть выходят 66,5 млн россиян, что составляет 57% населения. При этом годовой прирост суточной аудитории составил 9,3%. Согласно исследованию ФОМ, всего интернетом пользуются 69% населения РФ от 18 лет и старше, при том, что минимум раз в неделю интернетом пользуется 66% граждан России.¹⁵ Эта статистика не сильно отличается от исследований, проведенных Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ)¹⁶. События, происходившие в России в период с момента парламентских выборов в декабре 2011 года и до мая 2012 года, обратили внимание многих экспертов на электронные СМИ, а также блоги и социальные сети как на потенциальный мобилизатор общественного мнения.

В случае использования новых медиа для решения задач политической коммуникации пользователи получают информацию быстро, а это способствует активному выражению политической позиции среди

¹⁴ Manovich L. New Media From Borges to HTML. // The New Media Reader. Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort. Cambridge Massachusetts, 2003. 13-25

¹⁵ Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2015 - 2016 гг // Фонд «Общественное Мнение». 22 апреля 2016 г. [Электронный ресурс]. - URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12610#> (дата обращения 22.04.16)

пользователей. Это облегчает процесс сбора количественных данных для статистических исследований общественного мнения.¹⁷ Но не следует забывать о том, что такая статистика актуальна для культурных и индустриальных центров, для городов-миллионников, в то время как низкий уровень проникновения интернета в регионы не позволяет использовать его в качестве коммуникативного канала. Таким образом, очевидно, что роль новых медиа как мобилизатора общественного мнения распространяется скорее на крупные города и центральные регионы, но не на русскую провинцию.

Чтобы представить всю картину следует обратить внимание на другие способы коммуникации СМИ и активистов с населением. На сегодняшний день процесс медиакоммуникации можно охарактеризовать как неоднородный и сложный, включающий в себя передачу, получение, сохранение и актуализацию информации, как смысловой, так и оценочной. На основе этой информации осуществляется адаптация в обществе и идентификация других его членов.¹⁸ Процесс медиакоммуникации оказывает влияние на политическую и социальную установки, на взаимоотношения между группами различных уровней, такими как журналисты, аудитория и общество. В свою очередь влияние таких взаимоотношений испытывает и сам уровень, который во многом определяет та социальная система, в рамках которой осуществляется коммуникация. Вертикальная коммуникационная модель, существовавшая между редакциями средств массовой информации и аудиторией, начала трансформироваться еще в 80-х годах прошлого столетия

¹⁷ Чижик А.В. Новые медиа форматы в современной России // Технологии информационного общества в науке, образовании и культуре: сборник научных статей / Материалы XVII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» IMS-2014, Санкт-Петербург, 19 – 20 ноября 2014 г. – С. 164.

¹⁸ Интернет как масс-медиа // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов / Отв. ред. Филатова О.Г. - СПб., 2004.

в связи с возрастающим доступом к сети Интернет.¹⁹ К началу XXI века увеличение скорости интернет-соединения, изменение формы хранения и демонстрации данных на веб-ресурсах и снижение стоимости персональных компьютеров сделали информационные технологии доступными для масс.²⁰

В результате отдельный индивидуум получил не только новый канал коммуникации для приема информации в виде новостей, но еще и возможность использовать этот канал для обратной связи с коммуникатором. Более того, у реципиента информации появился инструмент для самостоятельного производства новостей.

Появившиеся в этот период новые медиа-форматы предлагают альтернативу традиционным СМИ в виде социальных сетей и блогов. Переход от вертикальной коммуникационной модели к горизонтальной характеризует эпоху WEB 2.0. Теперь редакции печатных СМИ имеют электронные версии, телеканалы выкладывают мультимедийный контент на своих сайтах, а некоторые транслируют эфир в интернете целиком. Граница между потребителями и производителями новостей практически стерлась.

Сейчас на отечественном медиа-рынке принято выделять два типа СМИ:

- СМИ, располагающие другим каналом коммуникации (радио, печатные формы, телевидение), но имеющие собственный портал в интернете;

- СМИ, основным каналом коммуникации которого является интернет.

В связи с появлением таких медиа-форм как интернет-СМИ и блоги традиционные медиа были вынуждены осваивать новые модели взаимодействия с аудиторией, что привело к формированию как минимум двух рабочих парадигм функционирования подобных СМИ в интернете.

¹⁹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М., 2000.

²⁰ Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. – М, 2005.

Первый тип проектов представляет собой порталы средств массовой информации, чей контент, представленный в Сети, отличается от позиционируемого по основному каналу коммуникации. Это способствует расширению аудитории СМИ благодаря ее сегментированию по возрастному, профессиональному и другим факторам и созданию индивидуального контента для каждого сегмента.

Второй тип СМИ разрабатывает сайты с целью привлечь с помощью интернета более молодой сегмент аудитории, добавив его к возрастной группе от 35 лет и старше. На первый взгляд предоставление бесплатного доступа ко всему контенту в интернете, как например версия номера газеты в формате pdf, вредит продажам печатной версии газеты. Однако на практике пересечение покупателей бумажной версии издания с читательской аудиторией сайта незначительно, так что такая стратегия ведет к приросту аудитории. Не следует забывать, что и в том и в другом случае традиционные СМИ борются за повышение индекса цитируемости для того, чтобы оказаться в топе поисковиков, так как это увеличивает степень влияния СМИ на общественное мнение.²¹

Таким образом, традиционные медиа все чаще прибегают к новым формам, чтобы привлечь новый сегмент аудитории, не потеряв при этом старый. В свою очередь интернет-СМИ могут позволить себе ограничиться использованием Сети как единственного канала коммуникации, игнорируя телевизионный, радио и печатный каналы.²² Стало возможным возникновение проектов, в основе которых лежит иная мотивация, нежели у традиционных СМИ. В качестве примера гражданской журналистики может послужить интернет-газета «F5», возникшая в 2008 году, где любой

²¹ Чижик А.В. Социолингвистическое исследование некоторых тенденций публикации постов в русскоязычном Twitter // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. Сб. научных статей, № 17. – СПб; 2014. С. 337-347

²² Смирнова Ирина Александровна. Интернет как фактор субкультуры виртуального сообщества : диссертация ... кандидата культурол. наук : 24.00.04.- Санкт-Петербург, 2000.- 163 с.

зарегистрированный пользователь имеет возможность писать статьи и публиковать различные виды мультимедийного контента. Число «лайков» определяет популярность материалов, размещенных посетителями, формируя рейтинг новости, на основе которого публикация либо выходит в топ, либо отправляется на последние страницы.

В результате игровая ситуация, в которую вовлекаются пользователи, мотивирует их активнее и качественнее создавать новый контент. При том что редакция выделяет средства лишь на поддержание серверов, проект довольно качественно раскрывает сразу несколько тем, самыми популярными среди которых являются общественно-политическая ситуация и культурная жизнь.

Со временем интернет в качестве медиаплатформы предоставил не только новые методы подачи информации, но и оригинальные стратегии продвижения медиабизнеса благодаря механизмам гармонизации контента и его распространения.²³

В итоге, реальная коммерческая и социо-культурологическая ценность новых медиа выразилась на всех этапах создания и распространения медиатекста.

Однако не стоит питать иллюзий на счет гражданской журналистики. Имевший успех в интернете проект «F5» оказался совершенно нежизнеспособным в виде печатной версии газеты. Так, издававшаяся с 2011 года печатная версия газеты распространялась бесплатно и содержала лучшие за неделю материалы (по крайней мере так казалось редакции). Однако уже в августе 2012 года ее новый владелец Юрий Кацман объявил о приостановке выпуска печатного издания из-за низкой рентабельности.²⁴

²³ Kung L., Picard R.G., Towse R. The Internet and the Mass Media. Sage Publications Ltd. 2008.

²⁴ URL:https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=515959635086207&id=100000165263180
(дата обращения 22.04.16)

Информационные агентства, существовавшие еще со времен телеграфа, тоже перевели основную часть своей деятельности в интернет. К новым медиа-формам, основным каналом коммуникации которых является интернет, можно отнести персональные блоги, страницы в соцсетях, реализованные в виде площадки для публикаций значимых для общества новостей, группы и паблики. Новые медиа нашли широкое применение в общественных проектах, возникающих вокруг некоммерческих изданий. Так, электронное издание openDemocracy активно привлекает широкую аудиторию к участию в дискуссиях в формате онлайн, стремясь создать большую платформу для обсуждений на базе MediaWiki, форумных форматов и социальных сетей. В результате развития интернета появился термин интернет-дискурс, призванный обозначить новое поле вербальной коммуникации, знаковыми признаками которой являются интерактивность и интертекстуальность.²⁵ Интернет-дискурс понимается как процесс создания текста с учетом социально-культурных и психологических факторов, представляющий собой осознанное социальное действие, включающее познавательные процессы и взаимодействие людей.²⁶

С точки зрения современных исследователей, для системы новых медиа характерны такие процессы как интерактивность, дигитализация и конвергенция.²⁷²⁸²⁹

²⁵ Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград, 2009.

²⁶ Загоруйко И.Н. Интернет-дискурс в современном коммуникационном пространстве // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2012. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-diskurs-v-sovremennom-kommunikatsionnom-prostranstve> (дата обращения: 22.04.2016).

²⁷ Луканина М.В. Текст средств массовой информации и конвергенция // Политическая лингвистика. 2006. №20. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tekst-sredstv-massovoy-informatsii-i-konvergensiya> (дата обращения: 22.04.2016).

²⁸ Засурский Я. Н. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. – 1999. – № 1

В результате, под определение новых медиа попадает обширный перечень новых форматов, таких как социальные сети, сайты off-line СМИ, мобильное телевидение, блогосфера, интернет-СМИ (в частности подкастинг и вебкастинг).

Таким образом, включение Интернета в цепь коммуникативных каналов определило появление новых форматов СМИ, которые называются новыми медиа.

1.2 Новые возможности агитации и пропаганды в новых медиа

Особое значение в настоящий момент приобретает анализ коммуникативной агрессии и конфликтного взаимодействия в сетевой среде. В русскоязычном информационном пространстве доминируют манипулятивные технологии, преследующие своей целью провокацию конфликтов на самых разных уровнях. Всегда отличавший российское медийное пространство повышенный уровень агрессии за последние несколько лет достиг удивительных высот.

«Пропаганда (от лат. *propaganda* - подлежащее распространению) - распространение политических, философских, научных, художественных и других идей в обществе; в более узком смысле - политическая или идеологическая пропаганда с целью формирования у широких масс населения определенных взглядов».³⁰

Может показаться, что это явление не имеет никакого отношения к вышеизложенным соображениям на счет новых медиа. Однако если обратиться к словарю-справочнику по психологии Майка Кордуэлла, то

²⁹ Вартанова Е. Л. Конвергенция как неизбежность: (о роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем) // От Книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. — М., МГУ, 2000.

³⁰ Словарь по политологии / отв. ред. В.Н. Коновалов. - Ростов-на-Дону: РГУ, 2001. - 285 с.

можно увидеть там другое определение, в большей степени соотносящееся предметом исследования.

«Пропаганда - попытка манипулировать общественным сознанием путем использования средств массовой информации. Пропаганда является, пожалуй, самым распространенным орудием психологической войны. Манипуляция человеческим сознанием происходит с помощью радио и телепередач, газет, листовок и других средств передачи информации».³¹

Если опираться на такое определение, то можно прийти к выводу, что существует неразрывная связь между пропагандой и средствами массовой информации. В таком случае пропаганда является преступлением, СМИ – орудием этого преступления, а мотивом выступает потребность в манипуляции сознанием.

Высказываются разные мнения относительно пропаганды, некоторые даже оценивают это явление положительно. Тем не менее, в этом исследовании данный феномен будет рассматриваться как вредный для демократического общества вообще и для человеческого сознания в частности.

Еще в первобытном обществе имели место психологические предпосылки для возникновения пропаганды и агитации, но о политической пропаганде логично вести речь исключительно с момента появления первых форм государственности.³² В свою очередь пропаганда в том виде, в котором мы привыкли видеть ее сегодня, появилась вместе с массовыми способами тиражирования и распространения информации, а также с ростом уровня

³¹ Кордуэлл М. Психология. А - Я: Словарь-справочник / Пер. с англ. К. С. Ткаченко. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000.

³² Долгова Ю.И. Политическая пропаганда на телевидении: особенности модели и технологий; по материалам избирательной кампании 1999 2000 гг.: Дис. . канд. филос. наук. -М., 2002.

сознательности широких слоев населения и повышением значимости общественного мнения в политической жизни общества.³³

Агитация и пропаганда входят в комплекс механизмов, направленных на манипуляцию человеческим сознанием. Принцип информационного воздействия, взятый на вооружение распространителями экстремистских идей и вербовщиками не так уж и нов. Штейнбух выделяет среди механизмов манипуляции такие, как подтасовка фактов, манипулирование тенденциозно подобранными новостями, яркая риторика и игра на незнании некоторых вещей или просто на необразованности.³⁴ Методы применения религиозных учений в целях нарушения законодательства или в комплексе с нелегитимной политической борьбой почти всегда опираются на манипулирование в той или иной степени религиозными догматами и религиозным сознанием различных слоев населения, спекулятивную интерпретацию канонов религии вплоть до откровенного их нарушения.³⁵

С каждым годом террористы в интернете все лучше адаптируются к новым возможностям. Если в конце прошлого века их деятельность осуществлялась по большей части в пределах их собственных сайтов, то с начала 2000-х она вышла за их границы. Следующим уровнем присутствия экстремистов в Сети можно считать выход на непосредственный контакт с пользователями в различных чатах и форумах. Это предоставило новые возможности удачного ведения пропаганды и привлечения в свои ряды лояльных посетителей этих ресурсов.

³³ Дзялошинский И. М. Пропаганда и информация: материалы к обсуждению проблемы // Формула общественного доверия: информация+пропаганда? — Москва, 2004.

³⁴ Штейнбух А.Г. Интернет и антитеррор. — М., 2013. — С.12-13

³⁵ Авдеев Ю.И. Религиозный терроризм: особенности формирования, современная роль, характерные черты // Терроризм и религия / науч. ред. В.Н.Кудрявцев; сост. Л.В.Брятова; Обществ.-консультативный совет по проблемам борьбы с международным терроризмом РАН. — М.: Наука, 2005. — С.180-181

Идеологи экстремистских организаций довольно быстро осознали преимущества современных информационно-коммуникативных технологий по сравнению с традиционными СМИ. Все чаще они ведут агитацию и пропагандируют радикальные идеи при помощи личного общения через такие средства связи как Skype, WhatsApp, LINE, Viber, применяют в качестве орудия пропаганды аудио- и видеосообщения и аудиозаписи документальные фильмы.

Социальные сети становятся средствами пропаганды и агитации. Существует мнение, что проблема заключается в нежелании руководства мессенджеров (систем мгновенного оповещения) и социальных сетей идти навстречу властям и предоставлять им конфиденциальные данные и личную информацию пользователей. В свою очередь руководства мессенджеров считают недопустимым создание прецедента нарушения прав человека на приватность. Так, основатель «Telegram» Павел Дуров написал на своей странице в социальной сети «ВКонтакте», что технически невозможно лишить безопасного общения только террористов, не поставив под удар личную переписку всех законопослушных граждан.³⁶

Экстремисты применяют в своей пропагандистской деятельности не только вербальную знаковую систему. Террористы умело используют средства невербальной коммуникации, такие как экстра- и паралингвистическая (смех, паузы, тональность и диапазон голоса, плач, темп речи), организация пространства и времени коммуникативного процесса, визуальный контент и оптико-кинетические средства (мимика, пантомимика, жесты)³⁷. Они помогают раскрыть семантическую составляющую речевой информации, тем самым повышая процент смыслового наполнения информации.

³⁶ URL: https://vk.com/wall1_677448 (дата обращения 23.04.16)

³⁷ Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2014, с. 92.

Однако публично призывать к экстремизму в социальных сетях у террористов получается все с большим трудом: администрация соцсетей блокирует откровенно экстремистские паблики. Так, например, сейчас невозможно получить доступ к группе «Новости Джихада в Сирии», а группа «Halifat News», поддерживающая террористическую запрещенную в России группировку «Хизб-ут-Тахрир аль Ислами», не обновлялась с сентября 2014 года³⁸.

Вербовочный и пропагандистский потенциал социальных сетей значительно превосходит печатные СМИ и обычные сайты в интернете. Одним из ключевых преимуществ социальных сетей является возможность индивидуального частного общения на расстоянии между вербуемым и вербовщиком. Кроме того, интерактивность позволяет оперативно реагировать на изменения новостного контента, гораздо быстрее, чем могут позволить традиционные средства массовой информации и даже интернет-СМИ. Важно еще и то, что аудитория склонна доверять информации в социальных сетях больше, чем газетам, сайтам или телевидению.³⁹ Этим охотно пользуются исламские экстремисты, успешно приспособившиеся к работе в социальных сетях.

В связи с этим, можно утверждать, что за последние десять лет террористические исламистские группировки надежно вошли во все сегменты интернета и пользуются им в качестве основного орудия распространения радикальной салафитской идеологии. Дальнейшая активизация исламистов в Сети скорее лишь вопрос времени.

³⁸URL: <https://vk.com/halifatnews1>

³⁹ Шляховая Е.В. Социально-психологические факторы доверия пользователей к информации в электронной массовой коммуникации. // ЗПУ. 2013 №1.

1.3 Новые возможности мобилизации граждан в связи с развитием коммуникационных технологий

На протяжении последних двух десятков лет как западные, так и отечественные эксперты активно обсуждают воздействие интернет-технологий на организацию общества в структурно-функциональном плане.⁴⁰ Однако никто не подвергает сомнению тот факт, что интернет становится публичной сферой, где осуществляется поиск ресурсов, рекрутинг, взаимное информирование, координация действий и объединение активистов. На сегодняшний день в эпоху прочного укрепления информационных технологий в жизни общества, невозможно вообразить масштабную мобилизацию граждан, которая осуществлялась бы только за счет традиционных методов.⁴¹

Сегодня подобные организационные механизмы все чаще применяются для подготовки акций протеста, избирательных кампаний и демонстраций.

Интернет как многофункциональное средство обладает значительно большим набором функций, чем любые другие электронные средства массовой информации. Интернет не просто располагает всеми техническими опциями медиа прошлых лет, но и как конвергентное медиа серьезно раздвигает горизонт возможностей. Глокальность, интерактивность, аддитивность, гипертекстуальность – лишь небольшая часть возможностей новых медиа.

Следует подчеркнуть, что значение этого термина непостоянно. «...Под ним обычно подразумевают цифровые технологии, такие как Интернет, компьютерные игры, цифровые фильмы и фотографии, мобильная

⁴⁰ Гладарев Б.С. Новые коммуникационные технологии: игры контроля // Человек. Сообщество. Управление. 2005. № 1 С.82

⁴¹ Усачёва О. Общественные движения и информационные технологии в Западной Европе // Человек и природа: “вызов” и “ответ”. Вып. XXXII. М., 2008.

телефония и виртуальный мир. «Новые медиа» занимают свое место среди других вещей, порожденных новыми технологиями и изменениями в человеческом поведении»⁴². С учетом этого интернет непрерывно развивается. Как профессиональные разработчики, так и рядовые пользователи продолжают искать все новые сферы общественной жизни, в которых можно было бы применить потенциал новых медиа.

Информационно-коммуникативные технологии воздействуют на структуру отдельных гражданских сообществ и целых общественных движений, устанавливая горизонтальные связи, не нуждающиеся в посредниках. Нередко отдельные группы организуются вокруг лидера (или нескольких лидеров), которые координируют их взаимодействие с лидерами других групп в целях решения общих задач, образуя полицентрическую горизонтальную сеть. Другими словами, интернет-технологии способны создавать и поддерживать сильные и централизованные организации. Вместе с тем, практика показывает, что они могут успешно использоваться для формирования и взаимодействия децентрализованных сетей, которые дают возможность их членам свободно высказывать свои взгляды и при необходимости организовать как виртуальную, так и физическую коммуникативную активность, мобилизовав необходимые ресурсы. Итак, иерархическая форма коммуникации обладает большим потенциалом для массовой мобилизации, однако полицентрическая сеть крепче и к тому же дает стимул формированию горизонтальных связей и общего обмена.⁴³

Гражданские сети, существующие в виртуальном пространстве, всегда способны перейти в реальность. В таком случае при мобилизации в целях достижения быстрого результата они превращаются из горизонтальных сетей

⁴² Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. - 2008. - №7. - С. 98-106.

⁴³ Baldassarri D., Diani M. The Integrative Power of Civic Networks // American Journal of Sociology. 2007. № 3.

в иерархическую. В то же время, когда давление реальности слишком сильно, иерархическая структура также быстро трансформируется в горизонтальную и возвращается в виртуальную среду.⁴⁴

Возможности интернета широко используют многие общественные движения, например феминистское, антивоенное, экологическое. Интернет-технологии вполне отвечают их организационным и идеологическим требованиям. Новые медиа успешно используются для взаимодействия союзнических гражданских организаций на мировом уровне, как это хорошо видно на примере Greenpeace. Глобальные организации, вроде Друзей Природы, нередко применяют интернет-технологии в целях улучшения эффективности своих действий в публичном пространстве. Потoki коммуникаций поддерживаются специализированными наднациональными структурами, возникающими в условиях глобализации, такими как сеть Индимедия, Институт глобальной коммуникации и различные тематические сети.

Структура использования интернета претерпела существенные изменения в начале этого века. На сегодняшний день сеть традиционно существует на платформе обобщенных правил архитектуры участия, состоящих, как правило, из таких положений:

- 1) Социальные сети в основном являются частями более масштабных компонентов совокупности сайтов;
- 2) Привлечение новых участников;
- 3) Формирование социальных медиа и новостей.

Привлечение общественными движениями и группами интересов новых медиа с целью набора неофитов в организации для дальнейшего

⁴⁴ Мардарь И. Виртуальное пространство гражданского общества // Досье на цензуру. 2008. № 29.

участия в разного рода политических акциях получило название киберактивизма.⁴⁵

В информационную эпоху для новых общественных организаций становится первоочередной задачей мобилизации граждан.⁴⁶ Текущая политическая реальность все отчетливее обретает форму коллективного действия, которое направлено на продолжение реализации своих интересов или принуждение группы.⁴⁷ Мануэль Кастельс поставил в центр своей концепции сетевого общества общественные движения. Он считал, что они существуют для осознанных коллективных действий, в результате которых, независимо от того, добились ли общественные движения своей цели или нет, происходит ценностное и институциональное преобразование общества.⁴⁸ Основой таких движений выступала их коллективная идентичность.

В свою очередь, основанные на коллективной общности движения опираются на их политическую идентичность – сложный конструкт⁴⁹, формируемый по большей части посредством СМИ с учетом культурных кодов и традиционных форм представления своего языка. В то же время упор на культурные ценности, значимость участия и индивидуальность преобразует новые общественные движения в фактор коммуникационного процесса.

⁴⁵ Chadwick A. Internet Politics. States, Citizens, and New Communication Technologies. – New York – Oxford: Oxford University Press, 2006. – P. 114.

⁴⁶ Melucci A. Challenging Codes: Collective Action in the Information Age. Cambridge: Cambridge University Press, 1996

⁴⁷ Гидденс Э. Социология. 2-е изд., полн. перераб. и доп. – М.: Едиториал УРСС, 2005.

⁴⁸ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с

⁴⁹ Крестинина Е.С. Социально-политическая идентичность в условиях интеграции // Власть. – 2008. - №4. – С. 36-38.

В такой трактовке новые медиа предстают важнейшей технологией для новых общественных движений. Существует ряд причин, по которым интернет довольно скоро стал обязательным условием для них. Во-первых, современные общественные движения, чаще всего, аккумулируют и оберегают культурные ценности, а впоследствии передают их по каналам связи, в основном с помощью интернета и традиционных СМИ. Так они выходят на своих единомышленников, влияя, таким образом, на сознание всего общества. Во-вторых, новые общественные движения играют роль «канала свободы», основным средством организации которого выступают новые медиа. За счет интернета их влияние может быть скоординировано, оставаясь при этом многообразным. Внутри движений могут обсуждаться разные мнения и идеи, и индивид может выбрать близкий ему ориентир или цель. В-третьих, стимулом для социальных движений выступают не государственные учреждения, а глобальный характер сети. Чтобы добиться своих целей, как правило, они предпринимают символические действия. В качестве инструмента интернет способствует рекрутингу граждан с активной социально-политической позицией, улучшает уровень политической коммуникации, повышает прозрачность и расширяет доступ к информационным активам. В свою очередь, это должно снижать политическую апатию, хотя бы благодаря тому, что потенциальное взаимодействие заинтересованных лиц и пользователей через социальные сети становится реальным.⁵⁰

Таким образом, новые медиа имеют все шансы стать определяющим ресурсом для общественных движений. Это рабочий механизм поддержания их организационно-правовой формы и коллективный метод поддержки личности, которая входит в движение. В то же время противники активистов

⁵⁰ Гудошникова О.Е. Технологии «Новых медиа» как платформа гражданской активности // Современные проблемы науки и образования. 2015.

могут воспользоваться другими ресурсами такими, как традиционные СМИ, деньги и т.п.

Киберактивизм с помощью новых медиа играет две роли. С одной стороны он выступает как инструмент коммуникации, с другой – как операционная среда для активистов социальных движений или избирательных штабов. Киберактивизм можно разделить на три направления⁵¹:

- 1) Повышение осведомленности и пропаганда;
- 2) Организация и мобилизация;
- 3) Осуществляемые только в интернете прямые действия с целью вызвать ответную реакцию.

Итак, в начале XXI века развитие интернета пробудило социальную активность. Способствовали этому социальный характер интернета (соцсети стимулируют быстрый и эффективный обмен информацией), повышение мобильности благодаря применению компактных устройств, а также функциональная архитектура участия, выражающаяся в эластичности горизонтальных связей, способных трансформироваться в иерархическую структуру и обратно при необходимости. Все чаще киберактивизм функционирует в интерактивном режиме, рассчитанном на специфику форума.

Десять лет назад аналитики прогнозировали повышение уровня активности масс в гражданских выступлениях вне сети благодаря новым медиа. Кое-кто из активистов уверен, что интернет-поддержка гражданской активности должна стимулировать деятельность в реальном мире. Предпосылками достижения такого эффекта кроются в недорогой связи, потому что деятельность в Сети направлена лишь по адресатам таковых

⁵¹ Vegh S. Classifying Forms of Online Activism. The Case of Cyberprotests against the World Bank / M. McCaughey, M.D. Ayers (red.). Cyberactivism. Online Activism in Theory and Practice. – New York – London: Routledge, 2003. – P. 72.

действий, так как часто расходы на участие в такого рода актах (электронные петиции и сообщения) близятся к нулю.⁵²

Кроме того онлайн-кампании по мобилизации без особого труда скрывают информацию о своих подлинных организаторах и их интересах, что предоставляет широкий простор для манипуляций.

Киберактивизм можно охарактеризовать как применение новых медиа в организационно-мобилизационных кампаниях общественными движениями на двух взаимопроникающих уровнях: локальном и глобальном. В связи с этим пространственные границы использования новых медиа, включая мобильные средства связи, для запуска распределительной децентрализованной сети или координации совместных действий на расстоянии четко определены.

Для обхода традиционных средств массовой информации во время электронной мобилизации граждан новые медиа применяют такой характерный инструмент как медиация⁵³. В этом случае они играют роль посредника в сети. Реальные горизонтальные сети чрезвычайно многообразны, а открытая природа интернета располагает к участию в качестве среды для спонтанного общения, происходящего вне традиционных схем СМИ. Тем не менее, в информационных кампаниях, по-прежнему, как правило, доминируют традиционные СМИ, в то время как новая система СМИ, содержащая смешанный контент, заимствованный из основного медиа-контента, созданного, в том числе в интернете, только набирает обороты. Так на этапе становления Рунета возможности политического участия и мобилизации осложнялись небольшим объемом российской интернет-аудитории. Из-за этого действенное использование интернета в качестве

⁵² Гудошникова О.Е. Технологии «Новых медиа» как платформа гражданской активности // Современные проблемы науки и образования. 2015. №1-1

⁵³ Бесемер Х. Медиация: Посредничество в конфликтах / Пер. с нем. Н.В. Маловой. -Калуга: Духовное познание, 2004. - 176 с.

механизма обеспечения политического участия было во многом определено плотным взаимодействием с традиционными каналами коммуникации, такими как пресса и телевидение.⁵⁴ Арабская весна продемонстрировала возможности интернета как важной составляющей свержения власти.⁵⁵

Сейчас электронная мобилизация совмещает в себе два уровня функционирования активности: оффлайн и онлайн. Тенденция развития новых медиа (мобильный доступ, архитектура участия) дает возможность успешно применять их как функциональный инструмент для широкого спектра гражданской активности. Мультицентричная сеть структуры новых медиа повышает эффективность и гибкость реализации потенциала участников общественных движений. Одновременно с этим новые медиа располагают потенциалом повышения эффективности организации и мобилизации действий активистов оффлайн. Мобильные средства массовой информации в комплексе с интернетом позволяют поддерживать высокий уровень сотрудничества между сетями в глобальном масштабе, а также координировать действия групп в определенных местах. Сверх того они предоставляют удобный механизм использования альтернативных СМИ, чтобы распространять информацию от локального до глобального уровня. Однако электронная мобилизация пригодна не только для уличных протестов и других конфронтационных действий. Она дает возможности гражданам координировать свои действия в меньших масштабах и вовсе не обязательно в конфронтационных целях. Например, с ее помощью реально организовать встречу уличных музыкантов в разных городах мира в поддержку коллег, которым в ряде стран запретили исполнять музыку на улице. Электронная мобилизация находит свое применение в благотворительности и

⁵⁴ Политика. XXI век. Инновационные технологии [Текст]: монография / М.Г. Анохин, М.А. Бочанов, А.М. Ваховский, В.А. Глебов, О.Е. Гришин, В.Н. Давыдов, Д.О. Матвеевков, Е.Н. Молодчая; под общ. ред. М.Г. Анохина, В.М. Платонова, О.Е. Гришина. - М.: РУДН, 2013. - 435 с

⁵⁵ Анохин М.Г., Гришин О.Е., Атаев Т.Б. Инновации в сфере политической интернет-коммуникации: опыт США // Среднерусский вестник общественных наук. - 2013. - №4. - С. 75-84.

правозащитной деятельности. Не стоит воспринимать ее исключительно в контексте протестной деятельности.

Итак, на начальных этапах развития новые медиа вызывали вокруг себя массу спекуляций о негативных и позитивных последствиях их применения, как для всего общества, так и для отдельной личности. Это было присуще и традиционным медиа вроде книг, радио, телевидения и газет, когда они еще только появились. Сейчас это происходит и с интернет-технологиями. Из-за недостатка опыта обращения с ними у общества возникает не одно противоречие. Однако постепенно на место подозрительного отношения спустя двадцать лет существования новых медиа приходит рациональное понимание. В конце концов, то или иное включение в общественную и политическую жизнь при помощи новых медиа благоприятствует динамике возможностей, разнообразию и более активному участию акторов. Интернет-пространство формируется по-новому благодаря разнообразию коммуникаторов, имеющих различные цели, потребности и интересы.

Таким образом, можно прийти к ряду выводов о значении и роли сетей гражданской мобилизации.

Во-первых, все чаще используются информационно-коммуникативные технологии в процессе мобилизации, ускоряющие коммуникацию между участниками гражданских сетей и влияющими на их структуру. По мере того, как в нее вовлекается все большее число людей, расширяется охват территории, на которой происходит мобилизация ресурсов и добровольцев. Сети гражданской мобилизации облегчают привычные формы протеста и создают благоприятные условия для координации действий сообществ, сформированных внутри сети.

Во-вторых, гражданские сети обладают гибкой структурой, при необходимости трансформирующейся из горизонтальной в иерархическую. Это дает возможность производить массовую и быструю мобилизацию.

В-третьих, в отличие от государственных структур, гражданские сети быстрее реагируют на внешние угрозы ввиду своей прозрачности и открытости.

В-четвертых, в гражданских сетях концентрируется социальный капитал общественных движений, инициативных групп и групп интересов и просто отдельных индивидов, являющийся важнейшим ресурсом гражданского общества. В дальнейшем этот капитал может быть использован для облегчения доступа к необходимым ресурсам, увеличении групповых и индивидуальных возможностей, а также более быстрой и эффективной мобилизации.

Наконец, ключевыми узлами сети становятся лидеры организаций и инициативных групп, интегрируя их усилия.

Однако информационно-коммуникативные технологии можно использовать не только в мирных целях, но и в целях пропаганды, устрашения и ведения так называемых информационных войн.

ГЛАВА 2 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА ТЕРРОРИСТИЧЕСКИМИ И ЭКСТРЕМИСТСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ДО ИГ

2.1 Пропаганда

Динамичное развитие информационно-коммуникативных технологий, происходящее в последние десятилетия, привело к совершенно новой системе обмена и распространения информации. Прежде всего, речь идет об общедоступной сети интернет. Сейчас возможности интернета по распространению информации и информационному воздействию на аудиторию не меньше, чем у традиционных СМИ, таких как телевидение, радио и уж тем более газета.

К несчастью, значительные возможности интернета активно используются террористическими и экстремистскими группировками в целях пропаганды религиозной, расовой и других форм нетерпимости. В своем выступлении на Специальной встрече ОБСЕ по вопросу взаимосвязи пропаганды расизма, ксенофобии и антисемитизма с преступлениями на почве ненависти в Париже профессор В.В. Остроухов предложил условно разделить такие сайты на четыре основные группы:

- 1) Сайты, непосредственно распространяющие идеи терроризма, экстремизма и сепаратизма;
- 2) Интернет-ресурсы сект и нетрадиционных религиозных учений;
- 3) Сайты, разжигающие ксенофобию на основе национальной и расовой принадлежности;
- 4) Интернет-ресурсы справочного характера, не призывающие к противоправной деятельности напрямую, однако предоставляющие

информацию об изготовлении взрывчатых веществ и сильнодействующих ядов в кустарных условиях.⁵⁶

В этой работе нас интересует первая группа ресурсов, через которую террористические организации фактически беспрепятственно пропагандируют радикальные течения ислама, проповедующие борьбу с «неверными» (кяфир) (араб. كافر) и джихад.

Очевидно, что для России наибольшую угрозу представляют интернет-ресурсы, финансово и информационно поддерживающие международные террористические организации. На подобных сайтах можно столкнуться с пропагандой сепаратизма (Кавказ Центр⁵⁷), призывами к совершению террористических актов (Хизб-ут-Тахрир Россия⁵⁸), разжиганием межнациональной розни и религиозной нетерпимости (Голос Ислама⁵⁹).

Под пропагандой мы понимаем систематическое целенаправленное стремление формировать восприятие и направлять поведение объекта пропаганды для достижения желаемой цели⁶⁰. Уточним, что пропаганда предназначена для формирования идеологической составляющей того или иного общественного порядка, в связи с чем в рамках психологической войны она характеризуется как организованное убеждение без применения насилия.

⁵⁶ Остроухов В.В. Пропаганда терроризма и ксенофобии в телекоммуникационных сетях общего пользования // Выступление в рамках Специальной встречи ОБСЕ по вопросу взаимосвязи пропаганды расизма, ксенофобии и антисемитизма с преступлениями на почве ненависти. 2004.

⁵⁷URL: <http://www.kavkazcenter.com/russ/> (дата обращения 23.04.16)

⁵⁸URL: <https://hizb-russia.info/> (дата обращения 23.04.16)

⁵⁹ URL: <http://golosislama.com/> (дата обращения 23.04.16)

⁶⁰ Jowett G.S., O'Donnell. V. Propaganda and Persuasion. 2nd edn. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1992.

В свою очередь, идеология, по мнению британского социолога Джона Б. Томпсона, есть ни что иное, как смысловая конструкция, так как выражена символическими формами, которые представляют собой общность высказываний и действий, образов и текстов⁶¹. То есть в условиях информационного общества одно из основных направлений противодействия терроризму пролегает именно в коммуникационной сфере, на уровне дискурсов и риторики. Именно поэтому одной из первоочередных задач в рамках борьбы с терроризмом на сегодняшний день называют информационно-психологический отпор распространению идеологии экстремизма в среде молодежи и недопущение ее радикализации.

Необходимость такой борьбы становится очевидной, если обратиться к статистике: возраст 68,5% исполнителей террористических акций не превышает 29 лет.⁶² Кроме того, стремительно растет количество несовершеннолетних, являющихся пособниками террористов и даже принимающих участие в исполнении атак. Представители силовых структур признают, что на данном этапе инициативу берут в руки молодые исламисты, что представляет серьезную угрозу общественной и национальной безопасности, поскольку именно молодежь является самым активным субъектом социального взаимодействия. В этом свете особенную тревогу вызывает видимая активизация исламского экстремизма в виде радикального идейно-политического течения в исламе, ставящего перед собой задачу построения исламских теократических форм государства путем вооруженной борьбы и политического насилия.⁶³

⁶¹ Thompson J. B. *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication.* Oxford, 1990.

⁶² Лебедева И.Н. *Терроризм и экстремизм: уголовно-правовые и криминологические аспекты // ИСОМ.* 2013. №4.

⁶³ Нечитайло Д.А. *Современный радикальный экстремизм: стратегия и тактика / Отв. ред. В.Л. Шульц. М., 2011.*

Навязывание своей идеологии, распространение разнообразных материалов, оправдывающих террористическую деятельность, «продвижение» своего образа жизни, объяснение основополагающих понятий идеологии – все это можно отнести к пропаганде. Если в прошлом основным носителем такой информации был текст, то с развитием информационно-коммуникативных технологий вокруг текста начала складываться база иллюстраций и фотоматериалов и GIF-изображений. На сегодняшний день стержень пропаганды составляют мультимедийные материалы: разнообразные видеоролики с комментариями, дополнительной информацией и субтитрами. Такая тенденция объясняется наглядностью. Видео оказывает влияние почти на все органы чувств, оратор при помощи акцентов и интонации может вызвать чувства гнева, неуверенности или страха, в то время как оператор выбирает нужный ракурс, чтобы создать эффект присутствия.

С помощью такого комплексного воздействия зритель, особенно впечатлительный, способен испытать чувства, близкие к тем переживаниям, какие он мог бы испытать, присутствуя он там. Оказанное на человека в критические моменты воздействие будет тем плодотворнее, чем сильнее его эмоциональное переживание. Кроме видеороликов, текста и иллюстраций с фотоматериалами целям пропаганды могут служить презентации благодаря емкости, сжатости и наглядности сообщения. Также инструментами пропаганды могут выступать журналы, цитаты из произведений авторитетных духовных лидеров и религиозных книг, личные сообщения и даже компьютерные игры или мобильные приложения, разработанные сторонниками террористов или ими самими лично, либо на платформе уже существующих.

Дополнительные трудности при борьбе с пропагандой возникают еще и потому, что зачастую она имеет субъективный характер, и более того не всегда открыто призывает людей к совершению противоправной

деятельности. Благо с принятием закона о досудебной блокировке экстремистских ресурсов руки у правоохранительных органов теперь не так крепко связаны. И, тем не менее, развитие информационно-коммуникативных технологий существенно облегчило террористам доступ в публичное пространство. Если раньше для того, чтобы попасть на страницы западной прессы и оказаться на голубом экране, надо было угнать два самолета и направить их в последний полет в сторону Всемирного торгового центра в Нью-Йорке, то сегодня террористы не нуждаются в услугах традиционных СМИ. Теперь они самостоятельно могут играть роль коммуникаторов, формируя собственную повестку дня.

Террористы выработали три пропагандистских приема, которые встречаются практически на всех их тематических ресурсах. Основным приемом, как и у всех последователей идеологий, в основе которой лежит насилие, является в его оправдании. Случайно оказавшихся на экстремистском ресурсе людей может ожидать весьма убедительная ораторская речь, подкрепленная псевдодоказательствами того, что у террористов нет другого выхода кроме вооруженной борьбы с притесняющими их врагами. Жестокость их методов будет представляться как явление исключительно вынужденное, а возможно и временное. Еще один пропагандистский ход террористов заключается в том, чтобы представить членов бандформирования как борцов за свободу, справедливость, независимость, - одним словом за что-то положительное, представляющее ценность для людей⁶⁴.

В отношении людей, несогласных с идеологией экстремистов, создается образ врага, который притесняет террористов, с которым они отважно сражаются и чья агрессия значительно сильнее и страшнее их

⁶⁴ Захарин Н. А. Использование новых медиа радикальными экстремистскими и террористическими организациями. 2015. С. 29.

«вынужденной» жестокости. Третий прием, призванный служить для расположения потенциальных рекрутов, является смещением акцентов в сторону ненасильственных методов организации, таких как мирное сосуществование с несогласными, дипломатическое разрешение конфликтов. Насилие же позиционируется в таких случаях как исключительная мера самозащиты от притеснителей и врагов.

Пропаганда в интернете непосредственно связана с общедоступностью экстремистских материалов. Если раньше запрещенный контент передавался тайно, из рук в руки, то теперь он переключался в Сеть, где доступ к нему может получить любой пользователь, который знает, где искать, а иногда и случайный человек. Кроме собственных ресурсов террористических организаций эти материалы распространяются при помощи обыкновенных файлообменников, где находятся до конца отведенного на это времени. Любой пользователь хотя бы раз прибегал к услугам одного из таких ресурсов как «Rapidshare», «LetItBit», «Turbobit» или «Depositfiles». Количество файлообменников огромно, впрочем, теоретически для программиста средней подготовки не составит особого труда создать свое хранилище при достаточно небольших инвестициях. Таким образом, запрещенный контент может быть размещен в любом количестве на таких файлообменниках. Хотя и кроме них достаточно облачных хранилищ, к которым можно открыть доступ некоторым людям или оставить в Сети ссылку для скачивания файла. Из них всем знакомы «Обалко Mail.ru», «Яндекс.Диск», «iCloud» и «Google Drive». Кроме них есть и другие облачные хранилища разной вместимости.

Кроме того, запрещенный контент можно спокойно выложить в онлайн-библиотеках без жесткой модерации, онлайн-журналах, переслать через мессенджер или онлайн-чат.

Экстремисты облюбовали Архив Интернета («Internet Archive»), отдельные страницы которого за последние полтора года уже дважды

блокировались на территории РФ. Первый раз в октябре 2014 года Роскомнадзор закрыл доступ к страницам архива, содержащим видеоролик «Звон мечей» экстремистской группировки ИГИЛ. Второй раз 16 июня 2015 года генпрокуратура приняла решение о блокировке страницы «Одиночный джихад в России»⁶⁵, но потом решила заблокировать сайт целиком. По состоянию на 23 апреля 2016 года сайт на территории РФ доступен.

В свою очередь такие мессенджеры как Signal, Telegram, а с 5 апреля 2016 года и WhatsApp⁶⁶, используют сквозное шифрование, то есть конечным пунктом передачи являются непосредственно устройства отправителя и получателя, а сообщение шифруется локально на устройстве отправителя и может быть расшифровано только на устройстве получателя. Из-за того, что шифрование происходит вне облачных серверов, сообщения становятся недоступными для перехвата и дешифровки их третьими лицами.

Запрещенный контент постоянно заливается на видеохостинги «RuTube», «YouTube» и их аналоги, созданные террористами. За счет довольно жесткой системе модерации первых двух хостингов экстремистские видеоролики весьма быстро находят и блокируют, но пока материал находится в открытом доступе, сочувствующие пользователи успевают скачать его на свой компьютер и начать загружать со своего аккаунта, таким образом увеличивая охват ролика.

Кроме того материалы террористического и экстремистского характера распространяются через анонимайзеры и систему форумов. Форумы могут быть как общими с тематической ветвью общения, так тематическими. Они

⁶⁵URL: <http://www.rbc.ru/politics/25/06/2015/558bcf469a7947306cb90f34> (дата обращения 23.04.16)

⁶⁶ URL: <https://blog.whatsapp.com/10000618/%D0%A1%D0%BA%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%BE%D0%B5-%D1%88%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5?>(дата обращения 23.04.16)

могут быть как открытыми, где информация будет находиться в свободном доступе без всякой маскировки, так и закрытыми, где контент будет спрятан в специальных ветвях, защищенных паролем. Кроме того экстремистский контент может распространяться в качестве оффтопа (отхода от главной темы).

Среди экспертов принято выделять три уровня деятельности террористов в интернете, в зависимости от открытости:

- 1) Открытые – информацию можно найти на видеохостингах, в социальных сетях, библиотеках и различных файлообменниках;
- 2) Полуоткрытые – информация распространяется при помощи различных форумов и тематических пропагандистских сайтов;
- 3) Закрытые – теневой сегмент сети, в котором террористы общаются на защищенных паролями форумах.⁶⁷

Первый способ набирает популярность среди террористов, поскольку затрагивает большее число пользователей в короткие сроки, а информацию распространяют дальше заинтересовавшиеся сторонники по принципу горизонтальных сетей.

Некоторые сайты маскируются под безобидные средства массовой информации или интернет-магазины, но на самом деле содержат экстремистские материалы. Впрочем, купить в интернет-магазине футболку с экстремистской символикой, бейсболку или даже мягкую игрушку может любой сочувствующий, если знает, где искать. С точки зрения дизайна,

⁶⁷ OSCE Online Expert Forum Series on Terrorist Use of the Internet: Threat, Responses and Potential Future Endeavours Final Report, 2013 URL: <http://www.osce.org/secretariat/102266?download=true> (дата обращения 23.04.16)

официальные сайты экстремистских организаций подражают внешнему виду и структуре страниц СМИ с новостными разделами и рубрикацией.

Для увеличения количества просмотревших запрещенный контент в файлах и в их описании проставляют специальные ключевые слова и теги для индексации поисковиков. Так в случае поиска по тематическому запросу, например «резня», к любопытному пользователю может попасть документ, предназначенный террористами специально для ему подобных⁶⁸.

2.2 Обучение

Интернет существенно расширил возможности террористов по освещению их деятельности. До возникновения Глобальной сети деятельность террористов освещали лишь традиционные медиа. Однако система внутриредакционной цензуры, как и давление со стороны государства не позволяли им особо увлекаться сюжетами о террористах. Информационную блокаду помогают прорвать исламские форумы и интернет-сайты. Согласно информации арабской прессы «Аль-Каида» располагает собственным медиа-центром «Ас-Сахаб», оборудованном по последнему слову техники, да еще к тому же и укомплектованном штатом квалифицированных специалистов.⁶⁹ Постоянного офиса у «Ас-Сахаб» нет, так что сотрудники работают на аутсорсинге.

«Аль-Каида» выпускает тематический журнал, помогающий «сочувствующим» подготовиться к самостоятельному участию в джихаде, под названием «Inspire» («вдохновение»), издаваемый в онлайн-формате. Материалы, публикующиеся в нем, в основном призывают читателя к

⁶⁸ Захарин Н. А. Использование новых медиа радикальными экстремистскими и террористическими организациями. 2015. С 34

⁶⁹ URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/06/23/AR2008062302135.html> (дата обращения 23.04.16)

участию в террористических актах и поощряют насилие. Публикуются обращения видных деятелей террористического подполья, или приписываемые им. В первых выпусках печатались материалы, посвященные грамотному планированию нападения боевиками-одиночками. Другая статья рассказывала, как соорудить из автомобиля оружие для уничтожения известных политиков. Журнал ориентируется на англоязычное население США и Европы, в нем не раз звучали призывы стрелять по мирному населению в ресторанах или давить прохожих грузовиками⁷⁰.

Распространением готовых материалов занимается децентрализованная сеть «Аль-Фаджр», активно использующая интернет. Она включает множество активистов по всему миру, а также тысячи резервистов, готовых занять место убитых или арестованных соратников. Структура этой сети лишена центров управления, а прекращение работы отдельного сайта не повредит работе сети. Публикуемые пропагандистские материалы появляются сразу на всех сайтах сети.

В арабоязычном сегменте интернета появился обучающий курс в виртуальном «Университете «Аль-Каиды»». Их распространением занимается «Всемирный исламский информационный фронт». В рамках данного курса предлагается к изучению идеологическая база, тактику горной и городской войны, минно-взрывное дело, устройство засад и прочие диверсионные навыки.

Лидеры движения «Джамаати Таблиг» кроме привычной тактики используют и принципиально новую, которая основывается на использовании современных цифровых технологий. Через интернет-сайты, сайты знакомств, с помощью цифровых носителей, которыми обмениваются члены группировки, информация приумножается. Затем пользователи интегрируются в блоги единомышленников. Так образуется целое движение, в котором все ячейки действуют автономно. Такую полностью

⁷⁰ Al Qaeda Calls for Terror Attacks in the U.S. // Anti Defamation League. – 13.10.2010. URL: <http://www.adl.org/combating-hate/international-extremism-terrorism/c/inspire-magazine-issue-2.html>

децентрализованную сеть чрезвычайно трудно обнаружить. Список террористических организаций, активно прибегающих к использованию ресурсов интернета, дополняют «Народный фронт освобождения Палестины», «Реальная ИРА», «Хезболла», ХАМАС, «Братья-мусульмане», «Аль-Джихад» и некоторые другие.

2.3 Планирование

Планирование принимает в расчет такие факторы, как топографические данные, количество средств на счету организации, количество и опыт людей, пути отхода, информация о ближайших представителях закона на местности проведения атаки и так далее. Как и в любой важной операции, действия планируются по минутам, и любая ошибка может привести к катастрофе. Поэтому не лишнее придумать хотя бы один запасной план.

В одном из руководств Аль-Каиды, которое нашли в Афганистане, значилось, что 80% информации, необходимой для эффективного совершения теракта, есть в открытом доступе. Это и планы аэропортов, и расположение телефонных и транспортных узлов, местонахождение ядерных заводов, госучреждений, и даже контртеррористические руководства.

Информационно-коммуникативные технологии играют огромную роль в планировании терактов. Анонимность и скорость передачи информации, а также доступность информации в интернете, стало возможным осуществить не одно громкое преступление.

Считается, что теракт 11 сентября 2001 года, ставший знаковым в истории мирового терроризма, был спланирован в интернете. Официальные представители США утверждают, что террористы, захватившие самолеты 11 сентября, пользовались MSN's Hotmail, Mail и Yahoo для связи друг с другом

и с высшим командованием. Службы безопасности за последние несколько лет столкнулись с множеством закодированных архивированных сообщений, оставленных на различных сайтах с устройства, предположительно основного руководителя этой террористической операцией, Абу Зубайды, который был арестован в 2002 году и сейчас отбывающего срок заключения в тюрьме в Гуантанамо. Подозреваемый в совершении терактов 11 сентября и находящийся в заключении, Закариас Моссауи использовал pilotz123@hotmail.com, начиная обучение в летной школе. Г. Вейманн также считает, что террористы маскируют секретные данные под видом графических и с первого взгляда нелогичных текстовых материалов, а особо изобретательные встраивают информацию в программный код либо в виде комментариев, либо как лишние функции, которые с легкостью сможет отделить от основного массива кода только программист.⁷¹

Одним из успешно спланированных терактов стала атака на Мумбаи в 2008 году. В ходе операции они обменивались информацией о местонахождении заложников, о реакции общественности на уже совершенные преступления и действиях полиции при помощи смартфонов. Предварительно террористы провели разведку местности при помощи онлайн-сервисов с картами, определили место проведения атак, вычислили местонахождение основных входов-выходов и внесли эти данные в «Джи Пи Эс» (GPS)⁷².

Информационно-коммуникативные технологии внесли существенные изменения в коммуникационную сеть террористов. Если раньше их сети располагали сильным центральным командным пунктом, то сейчас это структуры, где четкие командные пункты не просматриваются благодаря еще большему развитию сетевого характера этих структур. Ни о чем не

⁷¹ Weimann G. How Modern Terrorism Uses the Internet...—P. 10.

⁷² Busari S. Tweeting the Terror: How Social Media Reacted to Mumbai // CNN.—28.11.2008.

догадывающиеся соучастники, например хакеры, могут быть использованы как подставные лица. Они могут никогда не узнать, к чему в конечном итоге привели их действия.

«Аль-Каида» использует целый спектр средств для коммуникации, большинство из них опирается на простой доступ в Интернет, который сочетается с новыми технологиями, такими как спутниковые телефоны и электронная почта.

Электронная почта чаще всего используется группами, желающими оставаться в тени. Это просто и бесплатно, пользователям лишь необходимо предоставить немного информации о себе. Материалы можно даже не отправлять: одному человеку достаточно поместить их в буфер, а другому — их прочесть, воспользовавшись тем же паролем. Основная масса провайдеров электронной почты не имеют возможности объемного резервирования и стирают заархивированные материалы через несколько недель. «Аль-Каида» также пользуется интернет-программами моментальной пересылки, которые позволяют в режиме реального времени получать и передавать файлы и текстовую информацию. Yahoo, MSN и прочие подобные им службы, как американские, так и иностранные, предлагают такие услуги, впервые введенные израильской компанией Mirabilis (производителем популярного интернет-пейджера ICQ).

2.4 Исполнение и кибератаки

Наблюдение за экстремистской активностью в цифровом пространстве на государственном уровне организовано относительно недавно. Так, американскими службы безопасности отметили тот факт, что если в 1998 году только 50% иностранных организаций, признанных госдепартаментом

террористическими, имели свои интернет-ресурсы, то уже к 2000-му почти все группы в той или иной степени были представлены в глобальной сети.

Противодействие получению террористами доступа к системам управления жизненно важными объектами США через киберпространство является одной из ключевых задач американского министерства внутренней безопасности (МВБ). Это ведомство стало уделять пристальное внимание этому направлению особенно с 2007 года, когда были получены разведанные о попытках руководства международной террористической организации «Аль-Каида» открыть «киберфронт» для борьбы с США и с этой целью привлечь на свою сторону радикально настроенных хакеров. В этой связи был предпринят комплекс специальных мероприятий по выявлению и оперативному устранению уязвимых мест в системах кибербезопасности жизненно важных элементов инфраструктуры США. Реальность такой угрозы подтвердилась в декабре 2007 года, когда хакеры получили доступ к энергосетям в ряде районов США и даже соседних стран. Террористам даже удалось обесточить несколько городов. Службы безопасности США приняли усиленные меры безопасности в отношении функционирования систем диспетчерского контроля и сбора данных SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition), использующихся на ключевых объектах американской инфраструктуры, начиная с общественного транспорта и заканчивая электростанциями и дамбами.

Кроме того, террористы видят в работе в сетевых сообществах наиболее действенный способ пополнения числа своих последователей, так как контакты через интернет способствуют оперативной поддержке связи на больших расстояниях, а также позволяют обсуждать и планировать будущие акции в достаточно безопасном и анонимном режиме. При этом террористы учитывают тот факт, что число участников таких форумов иногда достигает миллиона человек, что создает существенные затруднения для оперативно-розыскных мероприятий, проводимых правоохранительными органами,

стремящихся выявить контакты, представляющие угрозу для национальной безопасности, и следить за перепиской конкретных пользователей сети. Более того, террористы и их пособники используют современные программные методы для того, чтобы скрыть свою личность и персональные данные⁷³.

Кроме регистрации на сайтах под вымышленными именами на террористы освоили такие технические приемы, как изменение IP-адресов (идентификаторов) компьютеров, а также скрытое использование ресурсов других машин. Так, например, в ходе мониторинга одного из форумов, эксперты ЦРУ выявили тот факт, что подозреваемые в связях с террористическими организациями пользователи пробовали получить управление его ресурсом, используя сеть виртуальных машин «ботнет» (от слов Robot и Network - это компьютерная сеть, состоящая из некоторого количества устройств, предоставляющих сервис в формате «клиент - сервер» в режиме сервера с запущенным автономным программным обеспечением)⁷⁴.

Наиболее профессиональными в плане задействования такого рода технологий, по мнению американских экспертов, остаются боевики движения исламского сопротивления «ХАМАС», действующего с территории Палестинской автономии. Предполагается, что они уже давно используют возможности разных социальных сетей с целью планирования подрывных операций, а электронную почту - для обмена информацией и координации действий членов группировок, базирующихся на Западном берегу реки Иордан, в Израиле Ливане и Секторе Газа. Инструкции в виде фотографий, карт, технической документации по использованию взрывчатых

⁷³ Denning D.E. Activism, Hacktivism, and Cyberterrorism: The Internet as a Tool for Influencing Foreign Policy. N.Y. 2001.

⁷⁴ Супиченко, С. Интернет экстремизм и терроризм/ С. Супиченко. – Информационно-аналитический журнал ЦАТУ: Ассиметричные угрозы и конфликты низкой интенсивности. – № 5. – 2008. – С.57–62.

веществ, руководств маскируются с применением стеганографии, а сообщения скрываются внутри графических файлов⁷⁵.

Однако иногда информация передается в закодированном самыми простыми кодами виде. Так, последнее сообщение одного из подозреваемых в организации терактов 11 сентября 2001 года Мохаммеда Атты 18 террористам, участвовавшим в атаках, содержало следующие сведения: «Семестр начинается через три недели. Мы получили 19 подтверждений с факультета права, факультета градостроительного проектирования, факультета искусств, инженерного факультета» (упоминание о факультетах, очевидно, было кодом для обозначения целей атак). Службами безопасности США также выявлен факт того, что сайт AlsaHa.com до его закрытия служил платформой для обмена информацией между членами «Аль-Каиды». На нем размещались ссылки на интернет-ресурсы, с публикациями сведений оперативного характера, новостей для целевой аудитории, статей и книг религиозного содержания и идеологической направленности. Через AlsaHa.com велась пропаганда идей джихада в Палестине, Афганистане и Чечне. На нем публиковались видеообращения Усамы бен Ладена, а также велось обучение активистов программированию и хакерским приемам, например, способам вирусных атак на компьютеры. Кроме форумов, по мнению аналитиков американской разведки, террористы общаются и при помощи сетевых компьютерных игр. При планировании терактов, а также для координации действий и репетиций возможных атак задействуются сценарии и виртуальные модели «онлайн-геймов». В частности, в 2009 году были выявлены факты коммуникации подозреваемых в террористической деятельности лиц в процессе прохождения популярной во всем мире сетевой компьютерной игры «World of Warcraft». Несколько ее участников

⁷⁵ Wilson C. Computer Attack and Cyberterrorism: Vulnerabilities and Policy Issues for Congress. 2006.

репетировали свои действия, а также обменивались информацией о готовности привлекаемых сил, используя сленг и названия объектов указанной игры.

В рамках осуществления плана по эскалации индо-пакистанского конфликта была организована серия скоординированных DDoS-атак (одновременная посылка с нескольких тысяч компьютеров запросов на атакуемые серверы) для вывода из строя интернет-ресурсов Индии. Наряду с технической атакой программным способом вносились изменения в параметры главных страниц сайтов с целью переадресации трафика. Также при подготовке нападения широко использовались возможности картографии, предоставляемые сервисом «Гугл мэпс» (Google Maps), что вызвало дискуссии вокруг необходимости ограничить открытый доступ к спутниковым снимкам местности.⁷⁶

Действующие в интересах террористических организаций хакеты активировались и на постсоветском пространстве. В частности, американские спецслужбы рассказали, что правоохранные органы Армении обеспокоены возможностью существования «некоего сообщества исламистских хакеров», действующего с территории Азербайджана и Армении. Тогда в Ереване на правительственном уровне обсуждается вопрос о защите информационных систем в качестве неотъемлемого элемента обеспечения национальной безопасности.

При этом информационные сети Армении признаны американскими экспертами уязвимыми, что, по их мнению, во многом связано с зависимостью телекоммуникационной отрасли и сектора информационных технологий страны от Российской Федерации. Таким образом, подтверждается тенденция к более активному использованию киберпространства террористическими и другими экстремистскими

⁷⁶ Федоров А. В.. Информационная безопасность в мировом политическом процессе. Учебное пособие. М., 2006. С. 111

организациями в качестве удобной среды для обмена информацией, распространения своих идей и координации действий при подготовке терактов. Наряду с этим возрастает риск получения экстремистами доступа к системам управления энергетическими и транспортными сетями, что может привести к значительным человеческим жертвам и огромному материальному ущербу.

2.5 Финансирование

Способы получения денег направлены на поддержание террористами своей активности. Деньги жизненно важны для терроризма, это “двигатель вооруженной борьбы”. Непосредственность и интерактивность коммуникаций в Интернет в совокупности с его радиусом действия открывает огромные возможности для роста денежных пожертвований⁷⁷.

Террористы ведут поиск финансов как через свои сайты, так и путем использования инфраструктуры сети Интернет в качестве средства мобилизации ресурсов с помощью незаконных методов. Первый способ - это прямые просьбы, изложенные в форме общих заявлений, подчеркивающих, что организация нуждается в деньгах. Некоторые террористические группы просят финансирование напрямую через сайт у его посетителей. Например, основной сайт Ирландской республиканской армии содержит страницу, на которой посетители могут делать пожертвования посредством кредитных карт или через систему PayPal. Второй способ предоставляет возможность получения денег через классификацию посетителей сайта путем заполнения ими он-лайн профилей с целью определения потенциальных жертвователей и установления с ними

⁷⁷ Мкртычян А.А. Влияние средств массовой информации на психологические последствия терроризма : автореф. дис. ... канд. псих. наук. – М.: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2012. – 37 с

контактов. Эта функция может выполняться автоматически сервером. Третий способ – создание он-лайн магазинов и продажа через них книг, видеокассет, флагов, футболок и т.п.

Террористические организации имеют историю использования не только бизнес-средств, но также благотворительности для тайного сбора финансов. Это особенно популярно у исламистских групп и осуществляется путем директив, призывающих благочестивых мусульман делать регулярные пожертвования. В некоторых случаях террористические организации собирают пожертвования, которые якобы пойдут на гуманитарные цели.

Примеры такого предприятия включают в себя деятельность Mercy International, Вафа аль-Игата аль-Исламия, Фонда Рабита, Фонда Аль-Рашит, организации “Помоги нуждающимся”. Кроме рекламы в сочувствующей прессе, эти “пожертвования” также рекламируются на исламских сайтах и в чатах, переадресовывая заинтересовавшихся лиц на сайт, где непосредственно находится воззвание. Материалы, размещенные на сайтах этих организаций, могут содержать намеки на помощь террористам, но могут не говорить ничего о секретных целях. В рамках такой помощи террористические организации могут получать материальную поддержку и в качестве необходимых ресурсов.⁷⁸

Финансы могут поступать террористам через множество неправительственных организаций, созданных специально для отвода глаз, но самое интересное, что даже люди, не подозревающие о существовании некоторых радикальных организаций, могут помогать им материально. Чаще всего это происходит при помощи пожертвований непроверенным благотворительным фондам и с помощью мошеннических уловок на сайтах-лотереях и в письмах, приходящих на электронную почту от неизвестных

⁷⁸ Роль средств массовой информации и Интернета в предупреждении терроризма: материалы IV-й Всероссийской научно-практической конференции (том 1). - М. ; Рос. Гос. унив. нефти и газа им. И.М. Губкина : ОАО «Нефть и бизнес», 2013. – 119 с.

людей. Так, автору данной работы около 31 октября 2015 года пришло электронное письмо якобы от сирийского беженца, который хочет перевести свои оставшиеся сбережения «доброму человеку на Западе», но для этого ему нужны паспортные данные и номер счета в банке. Скорее всего, данное письмо было просто мошенническим и не имело отношения к террористам, но данной уловкой могут пользоваться самые разные организации. И рано или поздно они найдут какую-нибудь наивную жертву.

Примером перевода денег террористической организации через благотворительные фонды может служить опыт ХАМАС. Через некоммерческую организацию «Фонд Святой земли для помощи развитию» (англ. "Holy Land Foundation for Relief and Development" - основано в 1986 году) деньги американцев шли в Палестину. Сам фонд находился в штате Техас⁷⁹. Американское правительство закрыло счет организации только в 2001 году, когда удалось доказать ее связь с террористами. Сколько таких некоммерческих благотворительных организаций рассредоточено по всему миру точно не известно, но становится понятным, что перед тем как переводить свои деньги на благое дело, необходимо тщательно изучить информацию о фонде и быть уверенным, в том, что деньги окажутся в правильных руках⁸⁰.

Деятельность террористов не обходится без достаточного финансирования, которое может быть прямым и косвенным. Открытое прямое финансирование встречается достаточно редко, так как запрещено законом, однако можно встретить и его проявления. Чаще всего деньги переводятся по разрозненным каналам, либо перечисляются на личные счета членов преступной группировки. В Сети косвенное финансирование может

⁷⁹ Weimann G. How Modern Terrorism Uses the Internet... – P.7.

⁸⁰ Роль средств массовой информации и Интернета в предупреждении терроризма: материалы IV-й Всероссийской научно-практической конференции (том 1). - М. ; Рос. Гос. унив. нефти и газа им. И.М. Губкина : ОАО «Нефть и бизнес», 2013. – 119 с

производиться людьми, связанными с террористической группировкой - обычно такие операции проводятся в «теневого» секторе Интернета с использованием криптовалюты - неправительственной валюты, для защиты и анонимизации которой служат различные виды шифрования. Перечисляют деньги террористам и «сочувствующие», таким образом они ощущают себя причастными к организации, полезными им.

Таким образом, следует констатировать, что за последние десять лет экстремистские и террористические организации прочно обосновались во всех сегментах Интернета и используют его в качестве основного инструмента по распространению радикальной исламской идеологии. По прогнозам экспертов, исламисты будут и дальше развивать свое присутствие в сети Интернет.

ГЛАВА 3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ НОВЫХ МЕДИА ТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ «ИСЛАМСКОЕ ГОСУДАРСТВО» (ЗАПРЕЩЕНА В РФ)

3.1 Медиа стратегия ИГ

«Исламское государство» с начала своего существования создало мощную пропагандистскую структуру. Медиаотделением ИГИЛ позиционируется агентство «Аль-Фуркан» (араб. الفرقان – «Различение добра и зла») (Приложение 1).

Основа ИГ как проекта – опора на человеческий капитал и контроль над ним. Потому главный их фронт в гибридной войне против цивилизации – информационно-идеологический, где малыми силами они успешно противостоят огромным отлаженным пропагандистским машинам, вербуя новых сторонников во всех социальных группах и регионах ойкумены.

Учреждено медийное агентство «Аль-Фуркан» в 2006 году и стало основным центром производства широкого спектра медиапродукции: фильмов, аудио- и видеодисков, брошюр, а также информационных материалов для распространения в сети Интернет.⁸¹

В пресс-релизе «Исламского государства Ирака» данное агентство назвалось «вехой на пути к Джихаду; прославленным СМИ, которое вносит существенный вклад в борьбу с крестоносцами и их пособниками и разоблачает ложь западных СМИ»...⁸²

В 2014 г. агентство «Аль-Фуркан» выпустило пропагандистский

⁸¹ Исламское государство [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wikiwand.com/ru/>

⁸² Bill Roggio. US targets al Qaeda's al Furqan media wing in Iraq. The Long War Journal. 28 October 2007. http://www.longwarjournal.org/archives/2007/10/us_targets_al_qaedas.php# (дата обращения: 20.04.2016)

документальный фильм «Звон мечетей», получивший широкую известность. В нем запечатлены многочисленные сцены жестоких нападений, террористических актов, казней, проводимых членами ИГИЛ, производящими сильное устрашающее воздействие. Одновременно, в фильме демонстрируются рядовые члены и главарь ИГИЛ, заявляющие о своей верности «халифату», а также социальные акции ИГИЛ. Среди последних, в частности, демонстрируются кадры покаяния «муртадов» (вероотступников) из числа иракских военных и полицейских, которых боевики ИГИЛ великодушно прощают. Данный фильм отличается очень высоким качеством исполнения, что дало агентству CNN основание сравнить его с продукцией Голливуда⁸³.

Сильнейший общественный резонанс в глобальном масштабе вызвала серия видеороликов ИГИЛ с казнями (обезглавливанием) американских журналистов Джеймса Фоули и Стивена Сотлоффа, а также подданного Великобритании Дэвида Хэйна, в течение августа-сентября 2014 г. Ролики были изготовлены и распространены в Интернете агентством «Аль-Фуркан». Фото и видео казней были растиражированы большинством мировых информационных агентств и стали одними из наиболее мощных по силе воздействия на массовое сознание террористических посланий после 11 сентября 2001 г. в США.

В России фильм был внесён в федеральный список экстремистских материалов. В октябре 2014 года Роскомнадзор заблокировал несколько десятков сайтов, на которых был выложен этот фильм, указав, что он «пропагандирует антигуманистическую идеологию террористической организации «Исламское государство Ирака и Леванта»»⁸⁴.

⁸³ Media Member Brutal terrorist video borrows techniques from Hollywood. CNN. <http://www.youtube.com/watch?v=kBdCSmHmBek>(дата обращения: 12.07.2014)

⁸⁴ Производится блокировка экстремистского видео террористической организации «Исламское государство Ирака и Леванта» в сети Интернет [Электронный ресурс] // Сайт «Роскомнадзор» – Режим доступа: <http://rkn.gov.ru/news/rsoc/news27794.htm>

В 2013 г. ИГИЛ создал медиа-фонд «Айнад» (Ajnad Media Foundation), который специализируется на изготовлении и распространении джихадистских проповедей и песнопений (нашидов)...

В 2013 г. ИГИЛ учреждено медиа-агентство «Итисаам» (I'tisaam Media Foundation), которое производит и распространяет контент на арабском языке...

В 2014 г. ИГИЛ учредил новый медиа-центр «Аль-Хайят» (AlHayat Media Center), который ориентирован на западную аудиторию и производит материалы на английском, немецком, русском и французском языках. Производимая им медиапродукция (видео-, аудио- и печатные материалы) нацелена на привлечение новых участников в террористическую группировку из западных стран. Количество выходцев из них в рядах ИГИЛ (по оценкам экспертов, речь идет о нескольких тысячах добровольцах) свидетельствует о высокой эффективности такой пропаганды. Кроме того, информационные материалы группировки призывают жителей стран Запада совершать теракты в странах их проживания и приводят необходимые инструкции по их подготовке и осуществлению⁸⁵...

В конце сентября 2014 года пропагандисты ИГ выложили в интернет англоязычный (с субтитрами на арабском) фильм «Пламя войны» (англ. *Flames of War*) от студии «Аль-Хайят» (дословный перевод «Жизнь», англ. *Al-Hayat Media Center*). Этот насыщенный спецэффектами фильм более политизирован, нежели «Звон мечей» – в частности, акцент сделан на угрозах в адрес США и их союзников.

Сама студия нацелена в большей мере на иностранную и иноязычную аудиторию, она производит как собственные фильмы, так и субтитры к фильмам других медиаподразделений ИГ, таких как «Аль-Фуркан» и «Аль-

⁸⁵ Gertz, Bill. New Al Qaeda Group Produces Recruitment Material for Americans, Westerners. [The Washington Free Beacon](http://freebeacon.com/national-security/new-al-qaeda-group-produces-recruitment-material-for-americans-westerners/), 13 June 2014. <http://freebeacon.com/national-security/new-al-qaeda-group-produces-recruitment-material-for-americans-westerners/>

И'тисам». Основные языки, которыми оперирует медиа-центр «Аль-Хайят»: арабский, английский, немецкий, французский, русский, хинди и урду, бенгали, турецкий, курдский и другие.

Шокирующие кадры жестокости и насилия являются основой террористического медиадискурса ИГИЛ. И именно они, по признанию многих экспертов, выступают одним из ключевых факторов «привлекательности» («attractive power» по Дж. Наю) данной группировки, притягивающих к ней сторонников со всех частей мира. В результате облегчается работа по массовой вербовке всё новых и новых боевиков, для которых этот запрос становится навязчивой идеей и модой, на которую падка молодежь в любых странах.⁸⁶

Среди печатной продукции, выпускаемой медиа-центром ИГИЛ «АльХайят», необходимо отметить брошюры «Islamic State Report» и «Islamic State News», а также журнал «Dabiq», которые издаются на нескольких языках, включая английский. Они доступны для скачивания в Интернете (Приложение 2)

Журнал «Dabiq» является полноценным высококачественным глянцевым журналом объемом от 25 до 50 страниц, выполненным по всем канонам жанра. Название журнала заимствовано от города в северной Сирии, который упоминается в хадисах об Армагеддоне. Изучение выпусков данного журнала показывает, что в нем преимущественно содержатся обширные статьи религиозно-идеологического характера. Также в нем приводятся сводки боевых действий отрядов ИГИЛ, освещаются проводимые ими действия на контролируемых территориях «халифата», излагаются высказывания лидеров и членов группировки, включая погибших в бою. Содержание статей соответствующее, но особый шок вызывают объявления

⁸⁶ Прошлое и будущее радикальных группировок в свете геополитических реалий. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://politinform.su/pervaya-polosa/3192-proshloe-i-budushee-radikalnyh-gruppirovok-v-svete-geopoliticheskikh-realiy.html>

о продаже пленных ИГ, с указанием номера (!) для тех, кого заинтересовало это предложение (Приложение 3).

Помимо видеороликов о «притеснениях» мусульман, «Исламское государство» также ежегодно публикует отчеты о своих действиях. Так, в июне 2014 года боевики «ИГ» представили 400-страничный отчет, включающий в себя сведения о прошедших казнях, терактах. Такое всестороннее запугивание имеет свои плоды – растет количество завербованных, увеличивается финансирование «джихада».

«Исламское государство» ежедневно выпускает текстовые аудио-отчеты о новостях на пяти языках (арабский, английский, русский, французский, курдский) в рамках так называемого «Радио аль-Баян (Вести)». Радио имеет свой канал на YouTube, доступ к которому, как ни странно не блокируется на территории РФ. Однако наличием аккаунта в соцсети это экстремистское медиа не ограничивается. При желании его можно поймать на FM-частотах. Так, например, в Мосуле в феврале 2016 года «Радио аль-Баян» вещало на частоте 92,5 FM. Каждый вилайт (провинция) ИГ имеет собственную медиа-службу, публикующую фото и видео из этого вилаята.

Не менее активно ИГИЛ проявляет себя в социальных интернет-сетях, искусно проводя информационные акции. ИГИЛ создает аккаунты на различных языках в наиболее популярных социальных сетях: Facebook, Twitter, Instagram, Friendica, «ВКонтакте», «Одноклассниках» и др., через которые оно распространяет информацию о себе, ведет пропаганду и вербует новых сторонников.

В интересах ИГИЛ было разработано специальное приложение для Android под названием The Dawn of Glad Tidings («Рассвет радостных вестей») для массовой генерации и рассылки сообщений в Twitter⁸⁷.

Еще одной возможностью для ИГИЛ стал мессенджер FireChat,

⁸⁷ Berger J.M. How ISIS Games Twitter// The Atlantic – June 16, 2014

позволяющий общаться без подключения к интернету. В приложении реализован принцип mesh-сетей.

Комбинируются все существующие в интернете каналы коммуникации, как открытые, так и закрытые. Эффект усиливается за счет хорошо проработанных тактики и стратегии.

Интернет-медиа используются ИГИЛ для расширения числа сторонников, привлечения новых бойцов, устрашения врагов и доказательства того, что им действительно удалось создать исламское государство, основанное на религиозных канонах.

В западной прессе интернет-стратегию ИГИЛ иронично обозначают как «онлайн-джихад 3.0».

Эта стратегия действительно приносит плоды – число мусульман, поддерживающих ИГИЛ, растет как на Ближнем Востоке, так и в странах Запада.

Отметим, что медиа-стратегия ИГИЛ, которую премьер-министр Австралии Т.Эбботт определил как «культ смерти», направлена в основном на молодежь и основана на хорошем понимании современной молодежной культуры. Так, видеоролики, в которых демонстрируются жесткие сцены насилия, вдохновляются популярными голливудскими фильмами и сериалами, такими как «Игра престолов», а также видеоиграми. ИГИЛ умело подбирает информационные поводы (обезглавливание заложников, убийство карикатуристов, разрушение памятников искусства, участие в казни ребенка в роли палача). Действия ИГИЛ можно сравнить с хорошо спланированным спектаклем, призванным постоянно держать онлайн-аудиторию по всему миру в напряжении, вызывать восхищение среди сторонников и страх и панику среди врагов.⁸⁸

⁸⁸ «Независимое военное обозрение»: «Все грани "Исламского государства». История о том, как и при чьей помощи террористическая организация стала такой большой силой [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=print&div=18465>

Многие идеи, на которых базируется пропаганда ИГИЛ, выглядят тщательно продуманными и основываются на ментальных схемах населения арабских стран. В частности, стремление создать исламский халифат возвращает образы бывшего величия исламской цивилизации. ИГИЛ призывает молодежь, исповедующую ислам, стать частью чего-то великого и успешного.

Конечно, самой по себе медиа-стратегии недостаточно, но она подкрепляет военные победы и расширяет число сторонников. Как полагает авторитетный американский политолог Дж. Най, автор концепции «мягкой силы», в век информации не так важно, кто побеждает – важно, чья история побеждает. ИГИЛ хорошо усвоил эту истину информационного общества.

Таким образом, в лице ИГИЛ мы имеем террористическую организацию, которая обладает развитой медийной инфраструктурой и демонстрирует беспрецедентно высокий уровень владения передовыми информационно-коммуникационными технологиями, включая методы работы в социальных сетях. Это позволяет группировке успешно вести пропаганду джихада в глобальном масштабе и вербовать новых сторонников во всех частях света.

Применяемые технологии:

- Стереотипизация. Рисуется стереотипная картина мира религиозного фанатика, где «воины Пророка» противостоят России и США, которые ведут крестовый поход по приказу сионистов.
- Эффект присутствия. Все страницы в соц. сетях, все многочисленные фото и видео создают именно эффект присутствия, люди видят, что боевики такие же простые люди, что они заняты обычными делами и нуждами, человек погружается в ИГ. Члены ИГИЛ ведут трансляции боевых действий в Twitter, выкладывают снимки своих жертв в Instagram

и оперативно сообщают новости своим подписчикам в Facebook.

- Обращение к авторитету. Один из основных приёмов ввиду специфики аудитории. Пропаганда ИГИЛ постоянно ссылается на религиозные тексты и религиозных лидеров, которые по-своему трактуют слова Пророка.

- Запугивание и устрашение. Самый простой приём, одно из самых ярких направлений в пропаганде ИГИЛ.

- Создание ассоциаций. Боевики упорно пытаются ассоциировать своих оппонентов с Израилем или просто «неверными».

- Конечно же, перспектива. Террористическая организация рисует своим адептам картину радужного завтра (часто это завтра наступит в ином мире, но так даже лучше), говоря о том, что для того, чтобы завтра было хорошим, надо сегодня резать головы неверным.

- На оккупированных территориях боевики пытаются изображать социальное одобрение, снимая ролики, где люди счастливы и не сопротивляются тирании варварства.

Грамотная информационная политика ИГИЛ, наряду с ее военными успехами, способствовала возвышению данной организации среди других террористических организаций Ближнего Востока и завоеванию известности в мире. Она же играет в настоящее время ключевую роль в легитимизации созданного «халифата» в глазах мусульманской уммы. Вопрос о том, являются ли указанные информационные агентства ИГИЛ реально существующими структурами, базирующимися на захваченных территориях «халифата», либо некими виртуальными брендами, за которыми могут стоять внешние компании (не исключая западные), работающие на аутсорсинге, остается открытым.

Жестокость ИГИЛ часто объясняют фанатизмом и средневековым

менталитетом, она воспринимается как иррациональная. Однако политический анализ показывает, что за их действиями стоит рациональная стратегия, направленная на привлечение новых сторонников, расширение социальной базы и психологическое воздействие на общества тех стран, которые воспринимаются как враги ИГИЛ.

Основной инструмент этой стратегии – социальные сети и интернет. При этом ИГИЛ придает распространяемой информации узнаваемые по всему миру медийные образы жестокости и насилия, тиражируемые Голливудом и разработчиками видеоигр. Используются не только современные каналы коммуникации, но и молодежная поп-культура. «Мягкая сила» – концепция, впервые разработанная и опробованная странами Запада – сегодня активно инструментализируется ИГИЛ.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что «Исламское государство» создало достаточно мощную и разветвленную «медиаимперию», включающую ряд медиа-агентств, выпускающих высококачественную информационную продукцию всех основных видов на нескольких языках. Ключевым каналом ее распространения выступает сеть Интернет.

На наш взгляд, обзор деятельности ИГ в медиа-пространстве дает основания утверждать, что данная террористическая структура, широко используя пропагандистские методы и инструменты, по сути, реализует стратегию «мягкой силы» по отношению к противникам. Эти методы и инструменты, в процессе грамотного использования которых конструируется так называемая исламистская медиакратия.

3.2 Повседневное использование Интернета ИГ

Среди существующих сегодня террористических группировок ИГИЛ особо выделяется не только своей военной и экономической мощью, но и весьма умелым ведением пропаганды с использованием интернет-ресурсов. При этом весьма примечательно, что, хотя это формирование и стремится построить Исламское государство на основе средневековых правил, для достижения своих целей оно использует новейшие высокотехнологические инструменты информационных коммуникаций и передовые маркетинговые стратегии. Мировое информационное пространство активно используется «Исламским государством» как для привлечения на свою сторону все большего количества приверженцев в различных странах мира, так и для пропаганды собственной «деятельности», чем лидеры ИГИЛ надеются увеличить не только свой авторитет, но и шире распространить влияние этого нового формирования на умы обывателей.⁸⁹

ИГИЛ первыми начали использовать социальные медиа как площадку для публикации своих идей и призывов, а также вербовки новых членов. Но именно им удалось достигнуть наивысшего среди исламских радикалов качества использования этих инструментов.

Перед тем как громогласно заявить о себе, провозгласив собственное государство, построенное на принципах шариата, боевики запустили интернет-магазин с футболками и куфиями с тематическими принтами.

Была развернута в Twitter кампания #AmessagefromISISToUS, с угрозами в адрес американских военных в соседних государствах, также включающую красочные демотиваторы по мотивам фотографий 11 сентября и изображений разрушенных американских государств из фильмов-

⁸⁹ Виноградова, Н. Л., Пашкевич, И. Л. Онтология современного терроризма [Текст] / Н.Л. Виноградова // журн. Известия Волгоградского государственного технического университета – 2013. – № 7.

катастроф, выполненные в стилистике киноафиш.

Следующим шагом, на этот раз адресованным самой, пожалуй, далёкой от ислама части аудитории, стал выпуск видео The Jihad Simulator – геймплей-ролика мода для сетевого режима игры GTA V с подзаголовком «Мы делаем на полях сражений то же, чем вы занимаетесь в произведённых вами играх». Медиабоевики из «Аль-Фуркан» оказались не так уж и изобретательны – часть кадров геймплея сделана в популярном мем-жанре «реконструируй в GTA фрагмент популярного фильма» и повторяет, таким образом, отрывки из «Звона мечей». В то же время нельзя сказать, что задача «повысить боевой дух моджахедов и научить детей и молодёжь, как сражаться с Западом и сеять ужас в сердцах тех, кто противостоит «Исламскому государству»», как описывает её, цитируя представителя ИГ, канал Al Arabia, не была выполнена.

Одновременно с выходом «Пламени» представители «Исламского государства» опубликовали инструкцию, чьё заглавие кажется поначалу названием руководства для начинающих кинооператоров – «Как сделать бомбу на кухне, создать сцены ужасов на туристических объектах и в других местах». Этот материал предназначался для потенциальных террористов-смертников, названных в нём «волками-одиночками»⁹⁰.

Не последнюю роль в коммуникативной стратегии «Исламского государства» играют медиааналитики, следящие за поведением аудитории и оценивающим её реакции, редактируя контент таким образом, чтобы он работал более эффективно.

Эрин Солтман, эксперт по интернет-экстремизму, говорит об этом: «С каждым выходом видеоролика он меняется, изменяется монтаж и то, как они хотят выглядеть в зависимости от международной реакции, которую вызвал их предыдущий ролик. Как известно, в последнее время не было роликов с

⁹⁰ Ганаева, Э, Мусалов, Ш. Использование массовых информационных технологий экстремистскими организациями [Текст] / Э Ганаева, Ш. Мусалов // Армия и общество. – 2014. – №2(39).

обезглавливанием, потому что они поняли, что международные СМИ используют их ролики против них самих. И вот в последней редакции уже нет сцены с обезглавливанием. Но они продолжают использовать кадры своей жертвы в пропагандистских целях».⁹¹

В интернет регулярно попадают на хорошем профессиональном уровне подготовленные видео материалы самой широкой направленности: презентационные (демонстрирующие мощь и военные успехи ИГИЛ), интервью с боевиками и командирами, «ритуальные» казни заложников и обращения к мировым державам, сцены «мирной жизни» в «Халифате», интервью с жителями. Для продвижения своей пропаганды ИГИЛ использует все виды СМИ, делая особый упор на соцсети.

Главной медиа-площадкой для боевиков является видео-хостинг Youtube. Помимо традиционно «текстовых» соцсетей Twitter и Facebook радикалы освоили один из самых популярных сегодня сервисов – Instagram. Пользующийся популярностью сервис Ask.fm выполняет функцию онлайн-вербовщика в ряды «Исламского государства» и потенциальный джихадист из любой точки мира совершенно анонимно может задать вопрос, куда ему следует прибыть, если он желает присоединиться к ИГИЛ, с кем связаться.⁹²

В целом же созданная ИГИЛ медийная инфраструктура является весьма развитой.

Отдельно следует поговорить о текстовой информации на службе пропаганды террористов. Работа с текстами – одна из самых сильных сторон «менеджеров по коммуникации» «Исламского государства». В первую очередь следует отметить, что на регулярной основе выходят различные онлайн-издания террористов. Каждое из них издаётся на одном языке и направлено исключительно на его носителей. То есть не одни и те же

⁹¹ Saltman E.M., Winter C. Islamic State: The Changing Face of Modern Jihadism // Quilliam. – 2014.

⁹² Paraszczuk J. The Frequently Asked Questions of Aspiring Jihadists // The Atlantic. – November 12, 2014.

материалы перепечатываются на разных языках – каждый журнал имеет своё название, концепцию и специфическое содержание.

Интересен момент, что в отличие от пропагандистских видео «Исламского государства», отличающихся чрезмерной жестокостью и показывающим агрессивное поведение террористов, онлайн-издания носят гораздо более мирный характер. В текстах ИГ «Исламское государство» представляется эдаким защитником угнетённых мусульман, над которыми издевались авторитарные тираны ближневосточных стран. Говорится о многочисленных преступлениях, якобы совершённых и совершаемых противниками ИГ против мирного населения. Всё это сопровождается красочными фотографиями соответствующего содержания.

На английском языке выходит журнал «Dabiq» – он является самым старым изданием, первый номер вышел ещё в июле 2014 года. Французская версия носит название «Dār al-Islām». (Приложение 4) Турецкоязычные читатели смогут ознакомиться с изданием «Konstantiniyye». Имеется и русскоязычный журнал – «Исток». (Приложение 5)

Новостные и информационные сообщения ИГИЛ распространяет через социальные сети Twitter и Facebook, которые периодически блокируют страницы исламистов, что, однако, не мешает последним сразу же создавать новые учетные записи. Видеоролики передаются преимущественно через канал Youtube. Кроме того, используются такие онлайн-сервисы, как JustPaste, на котором публикуются итоги военных сражений, и SoundCloud, где выкладываются аудиосообщения от лидеров организации, а также приложения Instagram для обмена фотографиями и WhatsApp для распространения фото, аудио и видео. Для коммуникации с новообращенными сторонниками используется популярный онлайн-сервис Ask.fm. Когда новообращенные задают вопрос, что делать по прибытии в Турцию или Сирию, они получают ответ «свяжись со мной» – и дискуссия

становится закрытой, то есть осуществляется при помощи сервисов мгновенных сообщений и проч.

Таким образом, комбинируются все существующие в интернете каналы коммуникации, как открытые, так и закрытые. Эффект усиливается за счет хорошо проработанных тактики и стратегии.

Помимо этого в интернет пространстве активно действуют кибертеррористы из организации «Исламское государство». В частности, по сведениям компании Group-IB, расследующей преступления в компьютерной сфере, исполнителем хакерских атак ИГИЛ является специальное подразделение Cyber Caliphate, которое в январе 2015 года осуществило взлом аккаунтов Центрального командования США в YouTube и Twitter. Удалось выявить причастность к преступной деятельности «Исламского государства» и других хакерских группировок - FallaGa Team, Team System Dz и Global Islamic Caliphate.

Предпринимаемые рядом государств меры, по противодействию использования соцсетей и медиапространства в интересах ИГИЛ не приносят значимого результата, поскольку высокая степень децентрализации сети сводит на нет эффект закрытия отдельных аккаунтов, а автоматическая система спам-фильтрации малопригодна для предотвращения распространения ссылок на удаленном файле или видеохостинге.

Итак, ИГИЛ – яркий пример террористической организации, которая обладает развитой медийной инфраструктурой и демонстрирует беспрецедентно высокий уровень владения передовыми информационно-коммуникационными технологиями, включая методы работы в социальных сетях. Специалисты даже называют ИГИЛ медиафеноменом.

3.3 Выход ИГ на контакт с пользователями

Как известно, в эпоху Web 1.0 основным инструментом для коммуникации между членами исламистского террористического подполья служили специальные закрытые или «полузакрытые» форумы, на которых завязывались тесные связи между боевиками как из одного региона, так и из разных стран мира. Именно на таких форумах сегодня развернута работа функционерами ИГИЛ.

Размещая на подобных ресурсах видеорелизы медиа-центра «Аль-Фуркан» и фотоотчеты о своей деятельности, террористы, несомненно, выигрывали у остальных группировок в медийном освещении событий джихада, что позволяло создать образ ИГИЛ как главной силы, действующей в Ираке, даже, несмотря на то, что группировка сильно уступала по численности остальным организациям, которые не имели подразделений, специализировавшихся на работе в медиасфере. Естественно, эти организации также работали над медийным освещением своей деятельности, но количественно и качественно их контент уступал ИГИЛ.

Анализ контента показывает, что его большую часть составляют информационные сводки, фото и видео материалы. Причем информационные ресурсы ИГИЛ не ставят цели прямой пропаганды и вербовки новых террористов. Непосредственно конструированием ваххабитского мировоззрения занимаются сочувствующие ИГИЛ сообщества в социальных сетях, публикующие соответствующие цитаты из сочинений авторов, пропагандирующих радикальный ислам, хадисы, в которых звучат призывы к противоправной деятельности. На наш взгляд, это основной инструментарий, посредством которого осуществляется радикализация российской молодежи в социальных сетях, а не через сообщества ИГИЛ и других группировок, которыми интересуются уже скорее сформировавшиеся экстремисты и

террористы.

Как представляется, децентрализованную информационную сеть ИГИЛ в социальных медиа можно классифицировать по четырем уровням:

1. Официальные, или авторизованные руководителями террористов аккаунты организации.
2. Полуофициальные, являющиеся агрегаторами контента из «официальных».
3. Личные аккаунты боевиков.
4. Аккаунты «сочувствующих», т.е. лиц, не являющимися непосредственными членами ИГИЛ.

«Официальные» аккаунты ИГИЛ в Twitter представляют собой страницы территориальных единиц, на которые условно делится «Исламское государство» – т.н. «вилаяты». Всего их насчитывается 15 штук. Страницы «вилаятов» впервые были зафиксированы в декабре 2013 - январе 2014 года и с тех пор функционировали в Twitter практически непрерывно до августа 2014 года. После целой серии блокировок, вызванных распространением видео казни американского журналиста, эти страницы были вынуждены уйти в другие соцсети, в основном в «ВКонтакте». При этом переход не вызвал особых изменений в их стиле работы, во многом напоминающем работу информационных агентств, где подавляющую часть записей составляют текстовые сообщения со сводками боев или важных событий из жизни организации. Эти «информационные ленты» являются единственным источником новостей о деятельности группировки как для прочих аккаунтов информационной сети ИГИЛ, так и для исследователей, специализирующихся на данной тематике. Процентная доля фоторепортажей в общем количестве записей не превышает 10-15%, но именно они являются наиболее часто встречаемым пропагандистским инструментом ИГИЛ.

Работа аккаунтов «вилаятов», по сути, и является всей пропагандой ИГИЛ в том смысле, какой ее описывают СМИ, – четко спланированной

кампанией по распространению информации непосредственно в новых медиа. Аккаунты «вилаятов» не участвуют в тех «твиттер-штормах», заметки о которых можно встретить практически в любом крупном англоязычном СМИ, а только предоставляют весьма сухие сводки. Все остальное – дело рук сетевого сообщества сторонников, члены которого практически никогда не принадлежат к самому ИГИЛ. Это позволяет говорить, что централизованная работа ИГИЛ в социальных сетях минимальна – организация владеет всего лишь полутора десятками аккаунтов, которые ведут специально отобранные для этого люди – остальной информационный фон создается именно усилиями посторонних к организации людей. Им же, на своеобразный «аутсорсинг», и отдается распространение пропагандистских материалов, производимых медиацентрами ИГИЛ. Таким образом, децентрализованная система распространения исламистской пропаганды сильно снижает эффективность блокирования отдельных интернет-аккаунтов. Несмотря на череду веерных блокировок исламистов в социальных сетях Twitter и Facebook, их сеть вновь выстраивается в течение нескольких дней и сохраняет тенденцию к расширению.

Что касается деятельности сегмента, предназначенного для русскоязычных пользователей, то основная продукция исламистов, включая полнометражные фильмы, переводится на русский язык. При этом русскоязычные «бригады» ИГИЛ и отдельные группировки, действующие в настоящее время на территории Сирии и Ирака, выпускают и самостоятельный контент на русском языке, включая графику и видео. Также они ведут русскоязычные «обучающие» сообщества по ведению террористической деятельности и городских боев, в частности, на платформе Facebook.

Активнее всего же террористами ИГ используются социальные сети. Как уже упоминалось выше, во многом благодаря им идеи «халифата» получили такое широкое распространение и продолжают его наращивать.

Конечно же, в первую очередь они исполняют функцию максимально оперативного донесения информации о любой активности джихадистов – именно через Twitter, Facebook и Diaspora первоначально разлетаются сведения о всех важных событиях в «Исламском государстве». Многочисленные пользователи посредством репостов молниеносно распространяют любые клочки информации, что в каждом случае играет на руку террористам.

В то же время целый отдел «министерства информации» ИГ занят вербовкой новых членов в ряды организации через социальные сети. И необязательно их призывают приезжать в оккупированные террористами территории – предлагаются и другие виды активности, в том числе и прямого действия. Так, в марте ИГ опубликовали список из 100 американских военнослужащих, которые живут в США. Были опубликованы фотографии и адреса военных с призывом к «правоверным мусульманам» убивать их прямо в своих домах как «крестоносцев» и «врагов ислама». По заявлениям террористов, эти данные они получили в результате хакерской атаки на базы данных армии США.

При этом вербовщики ИГ разработали довольно эффективную стратегию привлечения новых членов. Они стараются максимально присутствовать во всех религиозных обсуждениях и дискуссиях, не скатываясь в обычную пропаганду, а грамотно и постепенно отстаивая свою трактовку ислама. Они отвечают на вопросы верующих, приводят ссылки на Коран и т.д. Таким образом, ими формируется образ «знающих мусульман», которые следуют всем канонам и могут учить этому других. Этот метод позволяет оказать влияние на мусульман-неофитов, которые пытаются разобраться во всех тонкостях религии и ищут авторитетное мнение на просторах сети. С такими завязывают беседы пропагандисты ИГ, предлагают им соответствующую литературу и т.д. Радикализация людей, попавших под влияние джихадистов, происходит не сразу, её очень сложно выявить и

предотвратить.

Пиарщики террористической организации ИГ профессионалы, как это видно по их пропагандистским видео. Стилистически пиарщики ИГ ориентируются на популярные фильмы и видеоигры. «Сильные образы, прикрашенные джихадистскими напевами; героев и врагов видно сразу. Фильмы направлены на молодых людей», - написал в середине августа тогдашний президент Федерального ведомства по делам миграции и беженцев Манфред Шмидт в своей статье для «Süddeutschen Zeitung» «Будьте бдительны»⁹³. Джихадисты усиленно ищут индивидуальный контакт с заинтересованными. И если молодые люди в соцсетях проявляли интерес к салафитским идеям, к ним обращались напрямую, объясняет Шмидт. Рекрутирование переходит в обсуждение в небольших группах, как, например, чат WhatsApp. Молодые парни и девушки «интенсивно обрабатываются» там «повышенным вниманием и давлением». Параллельно пиарщики разработали новый язык для общения с молодыми людьми. По словам Шмидта «это смесь языка гетто со сценическими религиозными понятиями. «Брат» ты был бы классным бойцом, машаллах».

Для распространения своих идей ИГ не может обращаться к масс-медиа, таким как частное или общественно-правовое телевидение или этаблированные газеты. Профессор Венского университета Юрген Гримм, специализирующийся на изображении насилия в массовых коммуникациях считает, что «Исламское государство» пользуется тем, чем могут воспользоваться все остальные, социальными сетями, Twitter, Facebook. Это приспособливающая стратегия, которую можно было бы назвать вирусной коммуникацией. Речь о том, чтобы размещать определенные послания в определенном месте и рассчитывать на то, что они разрастутся, как снежный ком. Таким образом ИГ обходит традиционные преграды, журналистский

⁹³ Manfred S. Wachsam sein // Süddeutschen Zeitung. – 18. August 2015.

отбор и напрямую обращается к своей публике. При распространении своих идей террористы пользуются высокой динамикой и распространенностью соцсетей.

Они выигрывают за счет того, что радикальные группы в таких сетях, как Twitter, активно поддерживают их в распространении их посланий и идеологий. Эти группы, к примеру, называются так «Аль-Фуркан Медиа» (Отличать между правдой и неправдой), «Аль-Хилафах» (Халифат) или «Аль-Баттар Медиа» (Меч Мухаммеда). Они участвуют в целенаправленных социальных кампаниях.

Террористическая организация пользуется приложениями, посредством которых может одновременно распространить новости среди тех, кто подписан на ее профиль. Таким образом хэштеги ИГ за короткое время стали трендом в новостных лентах соцсетей. Одно из этих приложений под название «Dawn of Good Tidings» («Рассвет благих новостей») Twitter заблокировал в июне 2014 года и таким образом за ночь удалил тысячи профили ИГ, пишет Й. М. Бергер и Йонатан Морган в книге «The ISIS Twitter Census»^{94 95}. Представитель Twitter, который не захотел называть свое имя, сказал: «Мы проверяем все тексты, которые идут в разрез с нашими правилами, незаконно используют материалы, несут угрозы или распространяют терроризм». Из-за блокировки профилей ИГ уже пригрозила основателю Twitter Джэку Дорси, а также сотрудникам социальной сети, словами: «Ваша виртуальная война с нами может стать реальной войной против вас». (Приложение 6)

ИГ пробовало и другие менее известные платформы соцсетей: Friendica, Quitter и Diaspora, которые обещают защищать приватсферу.

⁹⁴ J.M. Berger, "How ISIS Games Twitter," The Atlantic, 16 June 2014, <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/>. (дата обращения 22.04.16)

⁹⁵ Berger J.M., Morgan J., The ISIS Twitter Census. – 2015. – P. 25

Примеры упоминаются в книге «The ISIS Threat» («Угроза ИГИЛ») американского правительства. Но и здесь их профили были удалены. «У ИГ заканчивается арсенал платформ, в особенности тех, которые находятся под управлением третьих лиц», - сказал в интервью газете «The Guardian» социолог, который занимается исследованием соцсетей, Берни Хоган из Оксфордского института по изучению интернета. «Они могут сдвинуться только в Dark Web (часть интернета, к которой доступ можно получить только посредством особых программ), что вряд ли можно будет использовать для рекрутирования»⁹⁶.

Американский ученый, занимающийся проблемами терроризма в новых медиа, профессор университета Хаифа в Израиле Г. Вейманн, утверждает, что террористы завладели оружием, придуманным на Западе. И победить их можно только тем же оружием на том же поле битвы. Нельзя оставлять Интернет без присмотра, необходима контртеррористическая компания против терроризма и насилия, развернутая на множестве вебсайтов, в онлайн-СМИ, которую бы поддержали миллионы людей в социальных сетях, заглушили бы распространение насилия идеями ненасилия: новые солдаты, новое оружие, новые аспекты в регулировании Интернета, но прежде всего – продуманная стратегия⁹⁷.

Г. Вейманн называет переход террористов в социальные сети «миграцией», связывает это прежде всего с изменившейся ситуацией в медиапространстве, когда информации вокруг становится так много, что становится очень сложно ее фильтровать, а в данных условиях получается эффективнее влиять на сознание масс, распространяя свою идеологию по различным источникам. К тому же в социальных сетях зарегистрировано

⁹⁶ Gibbs S., Islamic State moves to others social networks after Twitter clampdown // The Guardian, 21 August 2014

⁹⁷ Ryan L. The War on Terrorism Moves to Social Media // Mashable. – 02.06.2014

очень много молодых людей, чье сознание еще не до конца окрепло и на чью психику проще повлиять – социальные сети как будто позволяют постучаться к вам домой, заглянуть в окошко и понять, чем вы обычно занимаетесь. А в руках профессионалов эта информация может сыграть важную роль при вербовке и радикализации.

И последнее – приход террористов в социальные сети связан с развитием такого явления, как «волки-одиночки». Террористы поняли, что «волков» выгодно направлять, а через социальные сети так просто связаться с ними напрямую, натолкнув на выгодное организации решение. Получается, что многие «волки-одиночки», на самом деле далеко не одиноки, а натравливаются на жертв заинтересованными в этом террористами.

Другим способом работы ИГИЛ в Twitter выступает продвижение определенных хештегов. Сотни, а иногда и тысячи активистов в определенное время дня многократно размещают твиты с необходимыми хештегами. Этот способ позволил активистам ИГИЛ исказить результаты @ActiveHashtags (популярного аккаунта в арабском Twitter, в котором ежедневно публикуются наиболее популярные теги). Проводя свой хештег в этот аккаунт, ИГИЛ обеспечивает себе дополнительную аудиторию (контент от ИГИЛ «попадает на глаза» тем пользователям, которые сами его не искали). Кроме того, сторонники ИГИЛ запустили свой подобный аккаунт, который также расширяет количество твитов с необходимым содержанием.

На этом представители ИГИЛ не остановились и, пользуясь тем, что в июне 2014 г. в Бразилии стартовал чемпионат мира по футболу, начали использовать популярные хэштеги #WorldCup и #Brazil2014. Так например, футбольные фанаты, желающие получить информацию о турнирной таблице чемпионата, пользуясь хэштегом #WorldCup, получали видеосъемку казни иракских полицейских с комментариями от представителей ИГИЛ о том, что

отрубленной головой можно поиграть в футбол.⁹⁸ (Приложение 7)

Еще одной возможностью для ИГИЛ стал мессенджер FireChat, позволяющий общаться без подключения к интернету. В приложении реализован принцип mesh-сетей (каждый узел в сети обладает равными полномочиями). Если на смартфоне установлено данное приложение, то даже при отсутствии интернет-соединения сообщение можно отправить через другие смартфоны с таким приложением, которые находятся в радиусе действия и подключены к интернету. При этом mesh-сеть на мобильном устройстве потребляет минимум трафика и не слишком сильно сказывается на заряде аккумулятора⁹⁹.

3.4 Контакты в социальных сетях

Сегодня 90% всей деятельности террористов в Сети приходится на социальные медиа. Одной из первых социальных сетей, которую террористы решили приспособить под свои запросы, стал «Фейсбук».

Большая проблема исламистского терроризма в Интернете в том, что идейные вдохновители организаций уверяют «сочувствующих», что Бог воздаст после смерти и за электронный джихад. Идеологи говорят, что выбрав самостоятельно путь моджахеда, ты становишься моджахедом, для этого не обязательно прямое участие в боевых действиях.

И очень многие склонны им верить, многие желают называться моджахедами без лишней угрозы для своей жизни.

⁹⁸ Sheera Frenkel. Meet The “ISIS Fanboys” Spreading The Message Of Iraq’s Most Feared Terror Group // BuzzFeed. June 17, 2014. <http://www.buzzfeed.com/sheerafrenkel/meet-the-isis-fanboys-spreading-the-message-of-iraqs-most-fe>

⁹⁹ Ализар. А. Mesh-сети теперь и под IOS. // Хакер. 24 марта 2014. <https://xakep.ru/2014/03/24/62251/> (дата обращения 22.04.16)

«Фейсбук» – крупнейшая социальная сеть в мире. По данным за октябрь 2015 года, в ней зарегистрировано 1,55 миллиарда человек. Интернет-террористы стали осваивать эту сеть в первую очередь.

Г. Вейманн, ссылаясь на специальный доклад Службы государственной безопасности США, приводит 4 основных вида деятельности террористов, связанных с использованием «Фейсбука»:

1) «Фейсбук» как площадка для размещения и распространения информации, например, о создании взрывоопасных веществ или огнестрельного оружия, его правильном использовании и методах скрытных убийств.

2) «Фейсбук» как сервис передачи данных: ссылок на страницы или группы в этой социальной сети или за ее пределами.

3) Данная социальная сеть как медиаплощадка для открытого распространения информации и пропаганды.

4) Как хранилище огромного массива информации о людях, организациях, географических объектах, необходимой при планировании дальнейших операций.¹⁰⁰

Группы, которые ведут террористы в этой социальной сети можно разделить на условно официальные и неофициальные.

Первые содержат в поле «О себе» информацию об организации, ссылки на сторонние Интернет-ресурсы о ней и представляются как официальный рупор этой группировки. Модераторы «Фейсбука» довольно быстро находят такие группы и закрывают к ним доступ.

Неофициальные обычно не так популярны и создаются «сочувствующими», желающими всячески помочь поддерживаемому террористическому образованию. Из-за небольшой, чаще всего,

¹⁰⁰ Terrorist Use of Social Networking Facebook Case Study // Department of Homeland Security.– 05.12.2010. URL: <https://publicintelligence.net/ufoules-dhs-terrorist-use-of-social-networking-facebook-case-study/> (дата обращения 22.04.16)

популярности найти их труднее, но и руководство соцсети не всегда быстро находит такие страницы.

Для своих целей террористы часто притворяются другими людьми. Под личиной привлекательной женщины они могут добавиться в друзья к любому мужчине и попробовать выведать у него нужную информацию.

Также не стоит думать, что группы на «Фейсбуке» заполняются («лайкаются») реальными людьми. В Интернете существует множество сервисов обмена лайками, куда попадают в том числе и террористические группы для создания эффекта их популярности. Зато это дополнительная возможность показать свою группу людям, проводящим время на подобных сервисах обмена и не являющимся целевой аудиторией террористов.

«Твиттер» является бесплатной микроблог-платформой, позволяющей каждому зарегистрированному пользователю делиться сообщениями в 140 символов максимум (далее «твитами»). Твиты могут быть открыты для любого желающего, либо защищены от посторонних пользователей и лиц, не имеющих аккаунт в социальной сети. «Твиттер» удобен своим простым интерфейсом и грамотной интеграцией на мобильные устройства. Это крайне популярная платформа: в последнем квартале 2015 года почти 305 миллионов пользователей писали около 10 000 сообщений в секунду. Популярность социальной сети увеличивается с каждым годом, ее посещает большое количество случайных пользователей, которым поисковик выдал нужную ссылку на определенный твит.

«Твиттер» быстро стал любимой платформой Интернет-террористов, гораздо более популярной, чем самодельные веб-страницы или даже «Фейсбук». Сеть микроблогов оснащена удобной системой авторизации: она не требует подтверждений личности и реальных имен; информация в этой сети распространяется крайне быстро, особенно популярные запросы легко найти с помощью хэштегов.

Многие используют «Твиттер» в качестве агрегатора новостей, поэтому

преступные группировки стали создавать свои твиттер-странички наподобие пресс-служб и СМИ. В основном, террористы используют «Твиттер» для прямых контактов с «сочувствующими». ¹⁰¹

Руководство «Твиттера» периодически закрывает аккаунты террористических групп, однако невозможно уследить за их созданием быстро. Чаще всего, кто-то случайно наткнувшись на них должен пожаловаться модератору на распространение недопустимого контента. При создании новых аккаунтов террористы часто просто меняют местами две буквы от прошлого названия.

Боевики ИГ используют все инструменты социальных сетей, чтобы оказывать информационное влияние на как можно большее количество людей по всему миру: в своих аккаунтах в «Инстаграме» они выкладывают сэлфи на фоне мертвых тел или с котятами в руках, пытаясь пробудить одновременно жестокость и умиление. Судя по реакции пользователей, им удается расположить их к себе не такое малое количество. Существует даже аккаунт «Исламское государство котов» (англ. «Islamic State of Cats»), где выкладываются фото боевиков, сторонников ИГ и других организаций, сирийских беженцев и просто людей с кошками. ¹⁰²

Сторонники ИГ на местах сражений ведут трансляции боев в «Твиттер», группировка давно запустила свой Интернет-магазин (а также реальный магазин на территории Ливии), где продает сувениры с символикой организации. Их «сочувствующие» программисты разработали мобильное приложение для операционной системы «Андроид», позволяющее обходить систему защиты «Твиттера». Оно называется «Заря благих вестей» (англ. «The Dawn of Glad Tidings»). После установки оно запрашивает данные

¹⁰¹ Berger J. How ISIS Games Twitter // The Atlantic.— 16.06.2014. URL: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-mediastrategy/372856/> (дата обращения 22.04.16)

¹⁰² СМИ: исламисты пытаются улучшить свой имидж с помощью котят // РИА Новости. 22.08.2014. <http://ria.ru/world/20140822/1021030581.html> (дата обращения 22.04.16)

аккаунта в «Твиттере» скачавшего его пользователя, чтобы от его имени ретранслировать сообщения лояльных ИГ информаторов в социальной сети. Чтобы обойти антиспам-систему, между некоторыми символами программа автоматически проставляет пробел. Благодаря приложению было сделано столько репостов, что многие новости ИГ оказывались на первом месте.¹⁰³

Ретранслируемая информация содержала ссылки на жестокие видео с убийствами и распятиями людей, взрывами техники, происходившими под пение на арабском языке.

Благодаря социальным сетям террористы могут больше не ждать, когда пользователь сам наткнется на пропагандистскую информацию, а действовать самостоятельно, обращаясь к своим потенциальным сторонникам. Многие социальные платформы обязывают регистрироваться под своим именем и подтверждать верность данных через СМС или электронную почту. Это дает террористам возможность «проверять» заинтересовавшихся.

Киберпреступники могут эффективно использовать инструменты социальных сетей, чтобы получить доступ к странице известного деятеля и от его имени распространять выгодную террористам информацию. Также нужная информация, выкладываемая в огромном количестве в социальных сетях, может быть легко получена злоумышленниками, особенно если учесть то, как неосторожно рядовые пользователи добавляют незнакомцев в друзья.

Сетевые видеоматериалы получают самую большую поддержку пользователей, и благодаря скорости распространения информации могут быть просмотрены даже не целевой аудиторией.

С каждым днем все больше медиасервисов развивают свои возможности распространения контента. За последние пять лет особого внимания аудитории добились два приложения для хранения и обмена видео- и аудиоконтента. Это «Инстаграм» и «Фликр». В сентябре 2015 года, в

¹⁰³ Berger J. How ISIS Games Twitter // The Atlantic.– 16.06.2014. URL: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-mediastrategy/372856/> (дата обращения 22.04.16)

«Инстаграме» проявляли активность около 400 миллионов пользователей в месяц, они обменивались более чем 70 миллионами изображений в день. «Фликр» также предлагает пользователям загружать фото и видео. В этом сервисе в июне 2015 года было зарегистрировано около 112 миллионов аккаунтов, и хранилось более 10 миллиардов фотографий и изображений.

Онлайн-террористы регистрируются в «Инстаграме» под псевдонимами как известных личностей, вроде Абу Бакра аль-Багдади или Абу Али аль-Анбари, так и менее «медийных» персон.

«Сочувствующих» террористическим группировкам в этой социальной сети проще всего найти по хэштегам. Фотография – материал, не требующий особых знаний для расшифровки, и даже не знакомые с иностранным языком пользователи смогут понять посыл некоторых изображений. К примеру, в аккаунте @hizb_ut_tahrir_britain 14 января 2016 года опубликовано изображение двух детей приблизительно четырёх – пяти лет, которые держат знамя джихада. Подпись гласит «Два ребёнка в Сирии. Картина, говорящая тысячу слов» (англ. «Two children in Syria. A picture that tells a thousand words.»). Так же, как и в «Твиттере», в «Инстаграме» выкладываются изображения мертвых террористов, снятых как портрет, с открытыми глазами и полуоткрытым ртом и подписью «Идеальная улыбка» (англ. “The perfect smile”) или «Его грехи прощены с первой пролитой каплей крови» (англ. “Sins forgiven by the first drop of blood”) Такие изображения должны удаляться, так как запрещены правилами социальной сети.

Тем не менее, руководство не успеваает отследить всех нарушителей, а новые аккаунты создаются достаточно быстро. Чтобы пользователи быстрее их находили, «сочувствующие» террористам используют хэштеги. Например, по хэштегу #ISIS (ИГИЛ) поиск предлагает 729 606 результатов, фотографии с этим хэштегом можно отнести как к пропагандистским материалам, так и к «шутливым» тегам обычных людей, позирующих перед камерой с футболкой на голове или игрушечным автоматом в руках.

Основным контентом пользователей, находящихся на местах сражений, в «Инстаграме» является: еда боевиков – чаще всего малоаппетитная масса на тарелке; фото с символикой организации: боевики на фоне флага; фотография самих боевиков с закрытым маской или засвеченным лицом на фоне пустыни или руин; сэлфи с оружием или с животными; видео стрельбы в воздух; дети с оружием, либо дети, совершающие акт насилия над символом «неверных» (сожжение флага Израиля); мертвые товарищи; красивые пейзажи: закаты, рассветы, бескрайние просторы.

На «Фликре» популярны те же темы фотографий, связанных с террористами, что и на «Инстаграме». Кроме того, можно наткнуться на фотографии убитых террористов, изображенных на небесах, с подписью, где указаны его имя, годы жизни, происхождение, а также выдающиеся черты военного и борца за Халифат. Объектом подобных материалов, по всей видимости, являются мусульмане, которых нужно подтолкнуть на дальнейшие противозаконные действия через напоминание о вечном блаженстве.

По официальным данным, аудитория «Вконтакте» составляет более 350 миллионов пользователей. Ежедневно на сайт заходят более 81 миллиона человек, примерно 65% всех зарегистрированных проживают в России, а 59% старше 25 лет.¹⁰⁴

Как сообщает онлайн-издание «Аппарат» (англ. “Apparat”), ИГ добралось и до «Вконтакте». Множество тематических групп и публичных страниц были созданы в сентябре 2015 года. На этот месяц пришлось больше всего блокировок организации в «Твиттере» и «Фейсбуке». В российской социальной сети появились главные информационные подразделения: арабское «Аль-Итисам» и английское «Аль-Хайят». Создано несколько информационных пабликов (публичных страниц) с новостями ИГ. В

¹⁰⁴ Аудитория «Вконтакте», официальная сводка. URL: https://vk.com/page-47200925_44240810 (дата обращения 22.04.16)

сообществах «Шам Тудэй» и «Исламик стэйт ньюс» пользователей призывали отправиться в Сирию, чтобы помочь там своим «братьям». Позже пресс-секретарь Социальной сети Георгий Лобушкин уверил, что все сообщества ИГ тщательно находятся и блокируются.¹⁰⁵

В марте 2016 года результаты поиска «Вконтакте» по запросу «Исламское государство», а также его аналогам и сокращениям на английском и арабском языках, не принесли нужных результатов. Под подобными названиями обычно скрывались мало популярные сообщества любителей музыки в стиле «витчхаус». Лишь одно сообщество с 14 подписчиками имело описание: «Рады вас видеть на нашем сайте!!! Да здравствует ИГИЛ!!!». На его стене было 3 записи, содержащих фотографии боевиков ИГ. Его администратором оказался школьник 1998 года рождения, в его сохраненных видеозаписях нашлось две пародии на казнь пленных журналистов террористами ИГ.

Необходимо отметить, что образ террористов особенно привлекает молодежь «Вконтакте». У достаточно большого количества молодых людей можно заметить статусы из словосочетания «Исламское государство Ирака и Леванта» на арабском, аватары с символикой ИГ. Эта тенденция может вызывать некоторые опасения за состояние молодежи в социальных сетях.

Тем не менее, при поиске по запросу «Халифат» на арабском языке несложно найти страницы сторонников экстремистской группировки ИГ, содержащие репосты из уже заблокированных сообществ, в том числе содержащие изображения и видеозаписи пропагандистского экстремистского характера. (Приложение 8).

¹⁰⁵ Васильченко, В. Халифат во Вконтакте: как террористы из Исламского государства захватывают российскую соцсеть // Apparat.– [Электронный ресурс] – Режим доступа:11.09.2015. URL: <http://apparat.cc/network/vk-isis/>

3.5 Воздействие через иные ресурсы в сети

Заметно присутствие террористов и на других онлайн-ресурсах. Это могут быть блоги, тематические сайты, чаты и мессенджеры, сервисы написания длинных сообщений типа Justpaste.it, где любой желающий может написать послание, и разместить ссылку на этот текст в удобном ему месте на просторах Сети. Террористы заводят свои энциклопедии и даже разрабатывают игры.

Контент на террористических сайтах чаще всего посвящен истории организации, основным лидерам, историческим событиям, идеям, заслугам, часто можно встретить анализ журналистских материалов, посвященных этой организации, включающий в себя обвинения в клевете этого журналиста и его СМИ, это может быть анонс предстоящего события или напоминание о истинном предназначении на земле всем «сочувствующим».

На некоторых сайтах можно найти карту местности того региона, в котором совершает основные действия группировка.

Объектами пропаганды подобных Интернет-ресурсов являются настоящие и потенциальные «сочувствующие». Сайт может распространять сувенирную продукцию для особо ярых поклонников движения: футболки, бейсболки, магниты на холодильник, брелоки, личные номера, растяжки, баннеры и флаги, носители мультимедийной продукции и многое другое. Чаще всего продукция нацелена на «сочувствующих» в регионе, где действует и сама организация, и выпускается на местном языке, но бывают и интернациональные варианты.

Другим объектом может быть международное сообщество. Это те, кто не вовлечен непосредственно в сам конфликт, но что-то слышал о нем и формирует свое мнения о происходящем. Для широкого охвата аудитории

информация для мирового сообщества публикуется на разных иностранных языках, а для этого вербуются профессиональные переводчики.

Информация с террористских сайтов нацелена и на журналистов. Для них готовятся пресс-релизы со всей информацией для будущей новости.

Наконец, объектом могут являться все несогласные с группировкой и ее идеями и методами борьбы. Образ врага всячески дискредитируется на сайтах ИГ.

Информация на сайтах присутствует во всех возможных видах. Чаще всего встречаются видео, поскольку это самый понятный и наглядный тип данных даже для не знающих языка людей. Далее по популярности идут изображения, карты и инфографика, а также аудио и текст. Некоторые ресурсы предлагают скачать различную тематическую литературу (например, лекции проповедников) и даже обои на рабочий стол компьютера с известными радикальными исламистскими деятелями.¹⁰⁶

Отдельно можно выделить видеоматериалы, направленные на детей: различные пародии на диснеевские мультфильмы и пропагандистские передачи для детей.

Помимо материалов, требующих от посетителей сайта внимания, террористы решили вовлечь гостей еще сильнее и разработали специальные игры. Помимо разработок продукта с нуля, программисты из террористических организаций делают модификации к уже существующим играм. На движке «Grand Theft Auto: San Andreas» ИГ создали игру, где главный персонаж заменен боевиком, а в левом верхнем углу экрана находится флаг ИГ. Игрок может взрывать проезжающие мимо него машины, расстреливать прохожих, убивать полицейских и других людей. Также террористы давно используют возможности модификации к игре «Half Life 2:

¹⁰⁶ Мюрид Э. Как работает пропаганда группировки «Исламское государство» // ИТАР-ТАСС. 23 октября 2014 г. <http://itar-tass.com/opinions/2299>

Garry's mode», где на движке игры можно создавать различных персонажей и разыгрывать с ними практически любые ситуации.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что «Исламское государство» создало достаточно мощную и разветвленную «медиаимперию», включающую ряд медиа-агентств, выпускающих высококачественную информационную продукцию всех основных видов на нескольких языках. Ключевым каналом ее распространения выступает сеть Интернет.

На наш взгляд, обзор деятельности ИГ в медиа-пространстве дает основания утверждать, что данная террористическая структура, широко используя пропагандистские методы и инструменты, по сути реализует стратегию «мягкой силы» по отношению к противникам. Эти методы и инструменты, в процессе грамотного использования которых конструируется так называемая исламистская медиакратия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования нами были сделаны следующие выводы:

В ходе исследования было выявлено, что современный терроризм перерос в глобальную проблему человечества: неоспоримы планетарные масштабы проблемы, а также ее негативные последствия для всего человечества, затрагивающие основные сферы жизнедеятельности мирового сообщества. С каждым годом проблема терроризма становится все опаснее и требует немедленного вмешательства. Характер современного терроризма можно описать как транснациональный (в случае с радикальным исламизмом) - из-за отказа от необходимости общего лидера в пользу общей идеи - единой мусульманской нации; международный, сетевой и медийный.

Интернет сегодня – это универсальное средство общения и обмена информации между людьми, находящимися в любой точке планеты, несомненными преимуществами которого являются возможность широкого охвата аудитории; высокая скорость и лавинообразный характер распространения информации; возможность для анонимного ведения противоправной деятельности. Однако последнее десятилетие отмечено такой угрожающей тенденцией, как ориентация террористических организаций на Интернет-пространство, где уже сегодня насчитывается до 10 тысяч экстремистских электронных площадок, свыше 500 из которых – русскоязычные.

Целями деятельности террористов в сети Интернет являются реклама своей деятельности, пропаганда террористической идеологии, запугивание и дезинформация, поддержание взаимодействия внутри террористической организации и противодействие пропаганде противника. Информационные ресурсы, способствующие развитию экстремизма и терроризма, условно

можно разделить на четыре группы: сайты, непосредственно распространяющие идеи сепаратизма и экстремизма; сайты, призывающие к террористическим действиям; ресурсы, разжигающие ксенофобию на основе национальной или расовой принадлежности; справочные сайты. Интернет представляет большие возможности молодежным объединениям террористической направленности формировать в виртуальном пространстве «автономные ячейки», в которых осуществляется идеологическая работа, управление деятельностью таких групп, сбор денежных средств для её существования и рекрутирование новых членов.

Кроме сайтов, созданных террористическими организациями, коммуникативными площадками для организации взаимодействия террористов с потенциальными членами в Интернете являются страницы в социальных сетях, авторские блоги и интернет-форумы, страницы экспертов. Не оставляют без внимания и активно используют экстремисты в своих преступных целях известные видеопорталы, где в свободном доступе располагаются сотни видеозаписей, пропагандирующих идеи «джихада».

Получает распространение среди экстремистски настроенных молодых людей флэшмоб. Таким образом, за последние десять лет террористические организации прочно обосновались во всех сегментах Интернета и используют его в качестве основного инструмента по распространению своих идей.

Использование Интернета выгодно террористам по многим причинам: это дает им возможность широкого охвата аудитории;

1. размещать информацию онлайн достаточно просто и быстро;
2. информация может быстро распространяться по всему миру и быть представлена в самых разных медиаформатах: видео, аудио, текст, код, игра, изображение;

3. через Сеть можно устанавливать личные контакты (особенно изучив информацию личного характера в открытом доступе), в том числе, с журналистами.
4. законодательная база, регулирующая доступ к информации в Интернете пока что далека от идеала.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что «Исламское государство» создало достаточно мощную и разветвленную «медиаимперию», включающую ряд медиа-агентств, выпускающих высококачественную информационную продукцию всех основных видов на нескольких языках. Ключевым каналом ее распространения выступает сеть Интернет.

На наш взгляд, обзор деятельности ИГ в медиа-пространстве дает основания утверждать, что данная террористическая структура, широко используя пропагандистские методы и инструменты, по сути реализует стратегию «мягкой силы» по отношению к противникам. Эти методы и инструменты, в процессе грамотного использования которых конструируется так называемая исламистская медиакратия.

Все изложенное выше позволяет сделать однозначный вывод: противодействие использованию информационных сетей террористическими и экстремистскими организациями, защита важнейших информационных инфраструктур от кибератак приобретают ключевое значение для национальной безопасности Российской Федерации в современную эпоху. В данной области требуется повышение эффективности работы правоохранительных и иных государственных органов, выстраивание взаимодействия и обмена информацией между ними и организациями частного сектора, включая интернет-отрасль, формирование и развитие соответствующего законодательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдеев Ю.И. Религиозный терроризм: особенности формирования, современная роль, характерные черты // Терроризм и религия / науч. ред. В.Н.Кудрявцев; сост. Л.В.Брятова; Обществ.-консультативный совет по проблемам борьбы с международным терроризмом РАН. – М.: Наука, 2005. – С.180-181
2. Агинская Т.И. Теория и практика массовой информации/ Агинская Т.И., Екатеринбург, 2011, с. 11.
3. Андрунас Е. Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей, - М.: МГУ, - 2012г.
4. Анохин М.Г., Гришин О.Е., Атаев Т.Б. Инновации в сфере политической интернет-коммуникации: опыт США // Среднерусский вестник общественных наук. - 2013. - №4. - С. 75-84.
5. Аудитория «Вконтакте», официальная сводка. URL: https://vk.com/page-47200925_44240810
6. Бесемер Х. Медиация: Посредничество в конфликтах / Пер. с нем. Н.В. Маловой. -Калуга: Духовное познание, 2004. - 176 с.
7. Беспалов С. Транснациональный исламистский терроризм – глобальная проблема [Текст] / С. Беспалов // журн. PolitBook – 2012. – №3.
8. Васильев А. М., Петров Н. И.. Рецепты Арабской весны: Русская версия. М., 2012
9. Васильченко, В. Халифат во Вконтакте: как террористы из Исламского государства захватывают российскую соцсеть // Apparatus. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: 11.09.2014. URL: <http://apparatus.cc/network/vkisis/>

10. Виноградова, Н. Л., Пашкевич, И. Л. Онтология современного терроризма [Текст] / Н.Л. Виноградова // журн.Известия Волгоградского государственного технического университета – 2013. – № 7.
11. Газетов В. И., Ветров М. Н. Сетевые бои на Ближнем Востоке. — «Независимое военное обозрение». 2013. № 27
12. Ганаева, Э, Мусалов, Ш. Использование массовых информационных технологий экстремистскими организациями [Текст] / Э Ганаева, Ш. Мусалов //Армия и общество.– 2014.– №2(39).
13. Гарев В. А.. Информационные угрозы современного международного терроризма. М., 2010. С. 6.
14. Гидденс Э. Социология. 2-е изд., полн. перераб. и доп. - М.: Едиториал УРСС, 2005. С. 192
15. Гладарев Б.С. Новые коммуникационные технологии: игры контроля // Человек. Сообщество. Управление. 2005. № 1 С.82
16. Горбатова В. В.. Информационно-пропагандистская политика радикальных исламских организаций (на примере ХАМАС, «Хизбаллы» и «Аль-Каиды»). Автореф. дис. ...канд. полит. наук. М., 2013. С. 21
17. Густерин, П. В. Рейтинг террористических организаций, признанных таковыми российскими судами. [Электронный ресурс] / П.В. Густерин // Сайт «Военное обозрение» – Режим доступа: topwar.ru
18. Добаев И.П., Немчина В.И. Новый терроризм в мире и на Юге России / Под ред. А.В. Малашенко. Ростовн/Д, 2005
19. Дуров рассказал о сотрудничестве с "ИГ" // "Дни.ру", 22 сентября 2015 года. URL: <http://www.dni.ru/tech/2015/9/22/315593.html>

20. Интернет как масс-медиа // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов / Отв. ред. Филатова О.Г. - СПб., 2004.
21. Исламское государство [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wikiwand.com/ru/>
22. Кадыров призвал граждан Чечни ограничить доступ детей к WhatsApp // "Life News", 5 марта 2015 года. URL: <http://lifenews.ru/news/150779>
23. Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. 2010. № 1.
24. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М., 2000.
25. Конецкая В.П. Социология коммуникации: Учеб. - М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 2011, с. 29.
26. Косов, Ю. В. Международный терроризм как глобальная проблема. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.kuchaknig.ru/show_book.php?book=176389
27. Крестинина Е.С. Социально-политическая идентичность в условиях интеграции // Власть. - 2008. - №4. - С. 36-38.
28. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. – М, 2005.
29. Ларина Е. Анатомия ИГИЛ. [Электронный ресурс] / Е. Ларина – Режим доступа: URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1879554.html>
30. Мкртычян А.А. Влияние средств массовой информации на психологические последствия терроризма : автореф. дис. ... канд. псих. наук. – М.: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2012. – 37 с

31. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. - М.: Мысль, 2000. – То же: http://culturca.narod.ru/Naz_v.htm
32. Назиров Д. Проблемы терроризма, религиозного экстремизма и пути их преодоления : автореф. дис. ... доктора филос. наук. – Душанбе: Инст-т философии им. академика А.М. Богоутдинова Академии наук Респ. Таджикистан, 2009. – 47 с.
33. Нечитайло Д.А. Современный радикальный экстремизм: стратегия и тактика / Отв. ред. В.Л. Шульц. М., 2011.
34. О современном – по-современному: об эффективности средств массовой информации и пропаганды (сб. статей / Сост. Л. Н. Плющиков), - Л.: Лениздат, - 2011г.
35. Ольшанский Д.В. Политический пиар. СПб., 2003.
36. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М. А. Василика. — М. : Гардарики, 2009, с. 15.
37. Остальский А. Халифат все ближе // Радио свобода. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.svoboda.org/content/article/26644660.html>
38. Петухов В.Б. Терроризм в информационно)семиотическом и мифологическом контексте // Общественные науки и современность. 2008. № 3.
39. Политика. XXI век. Инновационные технологии [Текст]: монография / М.Г. Анохин, М.А. Бочанов, А.М. Ваховский, В.А. Глебов, О.Е. Гришин, В.Н. Давыдов, Д.О. Матвеевков, Е.Н. Молодчая; под общ. ред. М.Г. Анохина, В.М. Платонова, О.Е. Гришина. - М.: РУДН, 2013. - 435 с
40. Противодействие террористической и иной экстремистской деятельности исламских радикальных структур на территории государств - участников Содружества независимых государств:

материалы международного научно-практического семинара. М., 2014.
– 39.

41. Прошлое и будущее радикальных группировок в свете геополитических реалий. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://politinform.su/pervaya-polosa/3192-proshloe-i-budushee-radikalnyh-gruppirovok-v-svete-geopoliticheskikh-realiy.html>

42. Роль средств массовой информации и Интернета в предупреждении терроризма: материалы IV-й Всероссийской научно-практической конференции (том 1). - М. ; Рос. Гос. унив. нефти и газа им. И.М. Губкина : ОАО «Нефть и бизнес», 2013. – 119 с.

43. Роль средств массовой информации и Интернета в предупреждении терроризма: материалы IV-й Всероссийской научно-практической конференции (том 1). - М. ; Рос. Гос. унив. нефти и газа им. И.М. Губкина : ОАО «Нефть и бизнес», 2013. – 119 с

44. Седых Н.С. Психолого)политические особенности терроризма в условиях обще) ства риска // ВВ: Проблемы общества и политики. 2013. № 3

45. Семенов Ю. А.. Сетевые угрозы. — «Экономические стратегии». 2013. № 3. С. 51

46. СМИ: исламисты пытаются улучшить свой имидж с помощью котят // РИА Новости. 22.08.2014. <http://ria.ru/world/20140822/1021030581.html>

47. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2002. С. 24.

48. Соснин В.А. Психология современного терроризма. М., 2010

49. Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2014, с. 92.

50. Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. - 2008. - №7. - С. 98-106.
51. Сундиев, И.Ю., Смирнов, А.А., Костин, В.Н. Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ [Электронный ресурс] / И.Ю. Сундиев, А.А. Смирнов, В.Н. Костин – Режим доступа:URL: <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvoterroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/>
52. Фарвазова, Ю. Р. Актуальные аспекты совершенствования правового регулирования незаконного использования информационного пространства в террористических целях / Ю.Р. Фарвазова // Армия и общество.–2013.– №5.
53. ФБР попросило доступ к WhatsApp и iMessage // "Российская газета", 8 июля 2015 года. URL: <http://www.rg.ru/2015/07/08/dostup-site-anons.htm>
54. Федоров А. В.. Информационная безопасность в мировом политическом процессе. Учебное пособие. М., 2006. С. 111
55. Филатова О.Г. PR в информационном обществе: новые модели взаимодействия с общественностью // Интернет и современное общество: Труды X Всероссийской объединенной конференции. СПб.: СПбГУ, 2007.
56. Фильтрация контента в Интернете. Анализ мировой практики». М., Фонд развития гражданского общества, 2013
57. Чижик А.В. Социолингвистическое исследование некоторых тенденций публикации постов в русскоязычном Twitter // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. Сб. научных статей, № 17. – СПб; 2014. С. 337-347
58. Шибутани Т. Социальная психология. М., 1969. С. 26.

59. Штейнбух А.Г. Интернет и антитеррор. – М., 2013. – С.12-13
60. Эль Мюрид. Если завтра война. «Арабская весна» и Россия. М., 2013
61. Эль Мюрид. Как работает пропаганда группировки «Исламское государство» // ИТАР-ТАСС. 23 октября 2014 г. <http://itar-tass.com/opinions/2299>
62. Независимое военное обозрение: «Все грани "Исламского государства». История о том, как и при чьей помощи террористическая организация стала такой большой силой [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=print&div=18465>
63. Berger J. How ISIS Games Twitter // The Atlantic.– 16.06.2014. URL: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-mediastrategy/372856/>
64. Harriet A. Tweeting Terrorism: How al-Shabaab Live Blogged the Nairobi Attacks // TheTelegraph.– 22.09.2013. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/kenya/10326863/Tweetingterrorism-How-al-Shabaab-live-blogged-the-Nairobi-attacks.html>
65. Terrorist Use of Social Networking Facebook Case Study // Department of Homeland Security.– 05.12.2010. URL: <https://publicintelligence.net/ufouoles-dhs-terrorist-use-of-socialnetworking-facebook-case-study>