

# Угроза распространения идеологии ИГИЛ через виртуальные социальные коммуникации

Валитова Елена Рашидовна – сотрудник НЦПТИ

Проблема негативных социальных коммуникаций в сети Интернет очевидна. Глобальная сеть, являясь динамично развивающимся информационным пространством, предоставляет широкие возможности для деятельности разнообразных деструктивных сил: широкий охват аудитории, высокая скорость и лавинообразный характер распространения информации через интернет-ресурсы, социальные сети и блоги, а также возможность анонимизации. Наибольший интерес к такому виду социальной коммуникации проявляют идеологи терроризма и экстремизма.

---

*Одним из главных вызовов мировой безопасности является деятельность запрещенной в России террористической группировки «Исламское Государство Ирака и Леванта» (ИГИЛ, ДАИШ).*

---

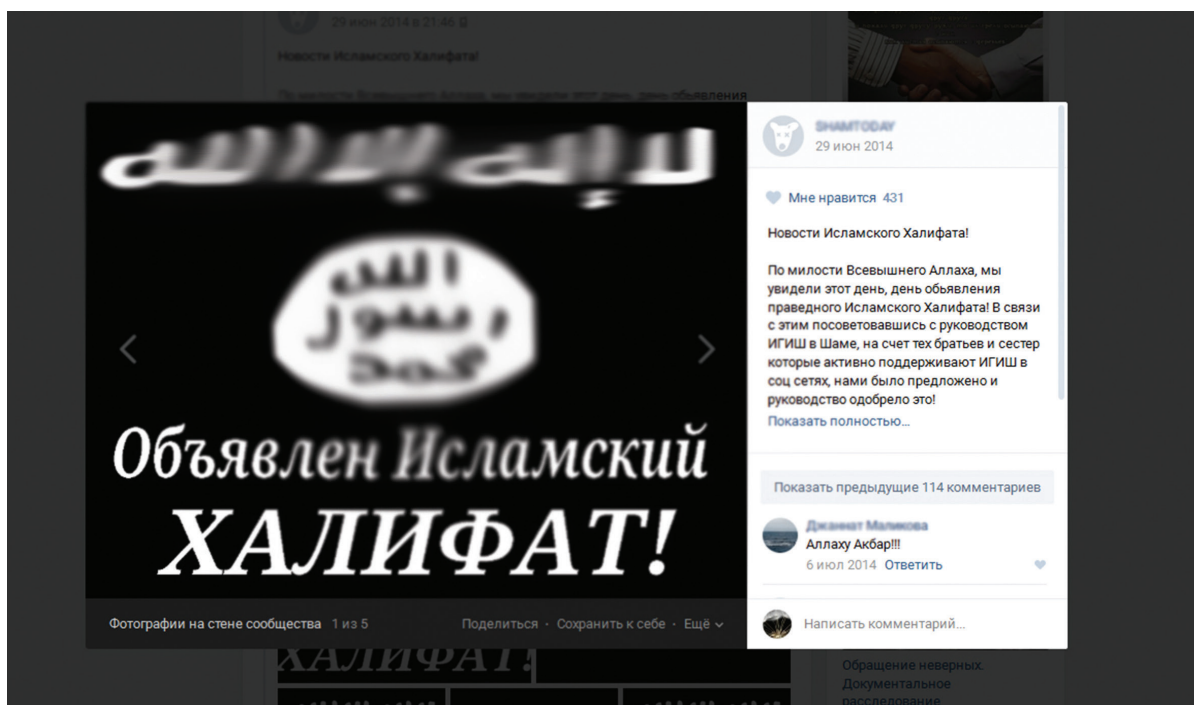
Актуальность темы исследования обусловлена высоким уровнем пропаганды ИГИЛ, получившей широкое распространение в интернете вообще и в социальных сетях в частности. Так, 84 %

пришедших в ряды ИГИЛ сделали это благодаря сети Интернет; 47% были заинтересованы материалами (видео и текст), размещенными онлайн; 41 % пользователей сети присягнули ИГИЛ онлайн; 19% использовали онлайн-инструкции по подготовке теракта (изготовление самодельных взрывчатых устройств) [4].

Чаще всего пропаганда и вербовка ИГИЛ осуществляются через популярные социальные сети такие, как Facebook, Twitter, Youtube и другие. В Рунете активисты ДАИШ заявляют о себе в наиболее популярных российских социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир») [4].

Таким образом, налицо острота рассматриваемой проблемы – распространение идеологии ИГИЛ посредством современных социальных коммуникаций.

Кампании по блокировке страниц и сообществ джихадистов в социальных сетях привели к тому, что вербовщики стали создавать закрытые сообщества или сообщества, название которых не связаны напрямую с содержанием. Иногда в наименовании сообществ используются



символы арабского языка, что делает их поиск затруднительным. При этом пропагандистский материал во многих группах находится среди обычных богословских обсуждений, но именно в таких сообществах можно найти весь перечень информационных продуктов ИГИЛ [2, с. 156].

Еще одним методом работы ИГИЛ в соцсетях выступает продвижение определенных хэштегов, обеспечивающих приток аудитории, так как в этом случае контент становится доступен тем пользователям, которые сами его не искали [6].

Чтобы привлечь дополнительную аудиторию, члены ИГИЛ также используют популярные хэштеги масштабных мировых мероприятий. Так, во время чемпионата мира по футболу в Бразилии в 2014 году джихадисты публиковали свои информационные посты с хэштегами #WorldCup и

#Brazil2014 [6]. В итоге пользующиеся теми же ключевыми словами для поиска футбольные фанаты вместо информации о соревнованиях получали жуткие кадры казней, совершенных террористами.

*Важно отметить, что наряду с высоким уровнем владения PR-технологиями в социальных сетях, вербовщики ИГИЛ используют их пространство и в качестве «пресс-центров» для обращений лидеров боевиков, повстанцев и разнообразных религиозных радикалов, примкнувших к организации.*

Особой популярностью пользуется видеосервис YouTube, на котором ежедневно просматривается 4 млрд видеороликов [1, с. 131]. В частности, видеообращение Доку Умарова, ныне ликвидированного лидера незаконных

вооруженных формирований на Северном Кавказе, было просмотрено за короткое время пользователями YouTube сотни тысяч раз [1, с. 133].

---

*В последнее время джихадисты ИГИЛ стали активно использовать мессенджеры WhatsApp, Telegram, Viber, дающие террористам безопасный способ обмена информацией и координации действий.*

---

Исследователь И.Ю. Абалов выделяет еще одну особенность социальных сетей, идущую на руку вербовщикам террористических организаций, – это открытость профилей многих пользователей и доступность их личной информации. С помощью ее анализа, а также анализа отмеченных предпочтений пользователей, оставленных комментариев по тому или иному вопросу, в разы упрощается поиск кандидатов для последующей вербовки [3, с. 33].

Говоря о специфике пропагандистского контента, распространяемого через социальные сети, можно утверждать, что и здесь вербовщики группировки используют самые последние ноу-хау. Выделяя своей основной целевой аудиторией молодежь, они подстраивают под данную группу характер информационной продукции. Например, в ней делается акцент на популярные компьютерные игры со скоростью монтажа «смена плана в 3 секунды», предназначенного именно для молодых людей с развитым, так называемым, клиповым мышлением [4].

Применяя в своей информационно-пропагандистской деятель-

ности средства невербальной коммуникации: жесты, мимику, пантомимику, диапазон и тональность голоса, паузы, плач, смех, темп речи, организацию пространства и времени коммуникативного взаимодействия и визуальный контакт, помогающие раскрыть смысловую сторону речевой информации, – вербовщики увеличивают процентное соотношение семантически значимой информации [3, с. 33].

Для привлечения молодых людей активно используется размещение сцен удачных боевых действий, тем самым пропагандируется привлекательный военный образ жизни, героизм бойцов и борьба за свои идеалы с оружием в руках. Девушек прельщают любящими и богатыми женихами.

Вербовщики ИГИЛ, те, кто непосредственно ищут объекты для общения и обработки, являются тонкими психологами. Научный сотрудник НИЦ Казахстана по вопросам религий Г.В. Новикова считает, что террористы используют в своей вербовочной методике основу, аналогичную основе тоталитарных сект. Они стремятся максимально расположить к себе человека, став для него наставником и другом [4].

В вербовке ИГИЛ педалируется бедность некоторых этнических групп, молодежный протестный потенциал, юношеский максимализм, отторжение от разрушения традиционных ценностей, протест против идеологии потребления, мужская поддержка (для девушек и женщин).

Через давление на личность они вынуждают людей отказать всем прежним отношениям, спо-

*Запрещенная группировка ИГИЛ использует социальные сети в качестве одного из основных инструментов по распространению своей радикальной идеологии*

собным помешать их обработке и вовлечению в ряды террористов. Вследствие этого происходит подмена наиболее близких человеку людей (семьи, друзей, коллег) на духовных «братьев» и «сестер», которые якобы нуждаются в помощи. Некоторое число вербовщиков, обладающее знаниями в теологической сфере, в работе с верующими людьми сознательно, пользуясь доверием, искажают значения многих религиозных понятий [5].

Таким образом, следует констатировать, что запрещенная группировка ИГИЛ прочно обосновалась в социальных сетях и использует современные социальные коммуникации в качестве одного из основных инструментов по распространению своей радикальной идеологии. Это ставит перед мировым сообществом общие задачи по повышению эффективности методов мониторинга и выявления радикального контента в социальных сетях, его нейтрализации, а также формированию и укреплению системы взглядов, демонстрирующих обманчивость и опасность идеологии терроризма.

Список использованной литературы

1. Бураева Л.А. Мировой опыт противодействия экстремизму и терроризму в глобальном информационном пространстве /Л.А. Бураева // Теория и практика общественного развития. –2015. – № 18. – С. 131–134.

2. Воронцов С.А., Штейнбух А.Г. О необходимости совершенствования подходов к обеспечению национальной безопасности России в информационной сфере / С.А. Воронцов, А.Г. Штейнбух // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2015. – № 9 (64). – С. 156–157.

3. Жаворонкова Т.В. Использование сети Интернет террористическими и экстремистскими организациями // Вестник ОГУ. – 2015. – № 3 (178) – С. 30–36.

4. Как вербуют в ИГИЛ: медиа-империя ДАИШ, профессиональный PR и онлайн-присяги террористов. URL: [http://rusvesna.su/recent\\_opinions/1450279359](http://rusvesna.su/recent_opinions/1450279359) (дата обращения: 08.10.2016).

5. Как казахстанцев вербуют в ИГИЛ – эксперты. // Сайт «356info» – URL: <http://365info.kz/2015/12/kak-kazahstantsev-verbuyut-v-igil-eksperty/> (дата обращения: 14.10.2016).

6. Террористы ИГИЛ – пропаганда в соцсетях. // Сайт «Дагестанская пресса» – URL: <http://dagpress.info/1933> (дата обращения: 10.10.2016).