

аккаунты блокируются последовательно, а не сразу, это позволяет уцелевшим аккаунтам восстанавливать всю сеть. Таким образом, можно утверждать, что блокировки аккаунтов – это борьба со следствием, а не причиной распространения экстремистской пропаганды.

Главным недостатком нынешних мер по противодействию распространению идеологии экстремизма является отсутствие согласованности, так как весь комплекс мер со стороны государственных органов и частных структур осуществляется в хаотическом порядке, а, следовательно, первостепенной задачей является систематизация стратегии противодействия.

В этой связи более эффективной должна быть борьба с причинами появления самой пропаганды, а не механизмами ее распространения. Экстремистская религиозная пропаганда в Интернете – это следствие и механизм радикализации, а не причина ее. Целевая аудитория верит в подобные идеи и готова распространять их несмотря ни на какие блокировки. Следовательно, необходимо добиваться того, чтобы пропаганда просто не воспринималась или воспринималась отрицательно теми, на кого она направлена, то есть, основная задача – это дискредитация экстремистской идеи. При этом, необходимо разделять методы борьбы непосредственно с пропагандой и методы борьбы с распространением пропаганды. Это – разные вещи, и борьба непосредственно с содержанием пропаганды и её восприятием является более перспективным решением проблемы, чем блокировки исламистских аккаунтов.

Масштабные мероприятия по удалению из сети экстремистской информации в августе 2014 г. начала администрация «Twitter» вместе с правительственными структурами США – после публикации боевиками видео с казнью американского журналиста Д. Фули. Руководство сервиса приняло решения создания структурных подразделений для мониторинга и блокировки аккаунтов с противоправным контентом. В след за Twitter подобные меры были приняты в «Facebook» и Google. Эти корпорации пошли по пути автоматизации процесса, разработав программные механизмы поиска и удаления подобной информации. Еще один крупный игрок

рынка соцмедиа – Google, в лице своего сервиса YouTube с каждого видео, классифицированного как нарушающее требования законодательства или политики модерации самого хостинга, снимается цифровой отпечаток, предотвращающий повторное размещение.

В конце июня 2017 г. крупнейшие игроки рынка социальных медиа – Facebook, Microsoft, Twitter и YouTube – объявили о создании Глобального интернет-форума по борьбе с терроризмом. Компании считают, что сотрудничество и обмен наработками в этой сфере помогут выработать эффективные решения для борьбы с онлайн-контентом, связанным с терроризмом. Для этого они намерены совместно создать новую технологию выявления противоправного контента с использованием машинного обучения, а также выработать стандарты в области отчета о методах удаления террористического контента.

В России наибольшие споры вызвала ситуация вокруг мессенджера Телеграмм. Несмотря на заявления руководства мессенджера о разворачивании активной борьбы с экстремистским контентом (в виде доказательств создан специальный аккаунт ISISWatch, публикующий ежедневные отчеты о количестве заблокированных экстремистских аккаунтов. В среднем за период лета-осени 2018 г. блокировалось около 7000 аккаунтов ежемесячно), в России данный мессенджер запрещен, в связи с фактами его использования при подготовке и совершении терактов боевиками запрещенных организаций и отказом администрации мессенджера предоставить спецслужбам России ключи шифрования переписки).

В любом случае, борьба с идеологией экстремизма и терроризма должна прежде всего вестись в реальной жизни, а не только в Интернете. Определенной проблемой является то, что в основе любой религиозно-экстремистской пропаганды лежат постулаты традиционных религий, которые в процессе распространения получают заведомо извращенное толкование. Если рассматривать вопрос исламистского экстремизма, то в нем используются в извращенном виде все те термины, определения и требования, которые известны и окружают верующего мусульманина с самого начала. Отождествление действующих лиц священной истории и культуры

с нынешними боевиками исламистских террористических группировок, попытка воссоздания идеального образа государственного устройства, описанного в священных книгах на практике, т.е. возвращение к образу жизни предков – «традиционализации» – и есть первый шаг к радикализации. Этот механизм является совершенно логичным продолжением процессов возвеличивания национальной гордости, памяти предков и т.д., происходящих в исламских социумах Кавказа и Центральной Азии в постсоветский период.

Соединение «традиционализации» с повышением уровня религиозности и падением уровня образования, как составляющие процессов «возвращения к корням», и приводит к радикализации социума. Но при сравнении окружающей действительности и идеалистических картинок, рисуемых в т.н. проповедях, наступает диссонанс, приводящий к попыткам самостоятельно привести окружающую действительность в соответствие с идеей и, прежде всего, противозаконным путем.

Борьба с распространением экстремистской пропаганды – это, во многом, борьба с механизмом, а не с причиной. Противостоять ей можно лишь приводя конкретные примеры фактических дел и мероприятий, которые не укладываются в заявляемую парадигму экстремистов.

Не существует отдельного вида «экстремистской пропаганды в Интернете», она является лишь отражением причин, которые существуют за в реальном мире. И основная задача – сделать так, чтобы позиция террористических и экстремистских группировок не доходила до целевой аудитории, а сама эта аудитория – сокращалась.

Отдельно стоит обратиться к роли СМИ в профилактике распространения идеологии экстремизма: с одной стороны, информирование о тех или иных успехах государственных органов в борьбе с террором демонстрирует неотвратимость наказания за преступления, а с другой, для носителей экстремистских идей, любое упоминание о деятельности группировки или её существовании вызывает эмоции сопереживания. Эта категория потенциальных зрителей и так уже разделяет идеи экстремизма и благодаря СМИ видит воплощение своих идей.

Сегодня многие потенциальные объекты вербовки и «новобранцы» первоначально узнают о тех или иных террористических организациях из медиа или от своего круга контактов, и лишь затем начинают целенаправленно искать информацию по конкретным бандам, всегда находя отдельные её фрагменты. Учитывая это, необходимо работать в целях уменьшения охвата аудитории до того уровня, чтобы с ней не мог случайно столкнуться обычный пользователь Интернета, который может принадлежать к потенциальной целевой аудитории группировки, но целенаправленно не ищет подобные материалы. Подобная задача может быть решена, но на неё может тратиться гораздо меньше ресурсов социальных сетей и мессенджеров. Подобный подход может быть реализован путем регулярных единовременных блокировок, что позволит существенно снизить охват пропаганды.

Одним из препятствий на пути донесения объективной информации до экстремистской аудитории является закрытость экстремистских сообществ в социальных сетях. Среднестатистический пользователь социальных медиа формирует свою ленту исходя из своих собственных предпочтений, представителей экстремистского сообщества характеризует такая же привычка. В сформированном круге общения нет никого, кто мог бы озвучивать альтернативную точку зрения, а, следовательно, пропаганда, ведущаяся внутри такого круга общения, приобретает кумулятивный эффект. Для преодоления указанной ситуации необходимо попытаться донести до пользователя иную точку зрения. С лета 2017 г. Google предлагает пользователям, просмотревшим экстремистский ролик, перейти по ссылке на видео с «иной точкой зрения». Указанный подход Google так же предлагает в выдаче новостей на мобильные устройства. Подобный механизма прорыва «информационной блокады» может оказаться достаточно эффективным для лиц, сомневающих в выбранном пути.

Таким образом, в вопросе организации работы по противодействию экстремистской пропаганды, на начальном уровне необходимо сегментировать пропаганду экстремистских групп, т.е. разделить исламистскую пропаганду и пропаганду конкретных

группировок, выделять решения по борьбе с распространением пропаганды и самой пропагандой (т.е. с её информационно-смысловым наполнением). Отдельно разработать меры по работе с СМИ, т.е. при сегментировании всего объема работы, необходима выработка единой концепции, которая будет реализовываться по каждому отдельному направлению.

Эффективность взаимодействия сетевого информационного пространства и властей в вопросах противодействия распространению идеологии экстремизма достаточно высока, что доказывает опыт США, которые за сравнительно короткий срок, сочетанием законодательных ограничений, добровольных мероприятий частных структур и привлечением СМИ и общественности смогли «выдавить» разветвленную сеть исламистской пропаганды вне англоязычного сектора социальных медиа.

3.2. Верификация информации в Интернете

Верификация информации – это проверка ее истинности, установление достоверности. Толпа не может и не хочет проверять информацию. На это готовы единицы. Исток у этого прост – неподготовленность граждан к критическому восприятию информации. Ни в средней школе, ни в ВУЗах (за очень редким исключением) людей не учат работать с информацией. Понятие «критики источника», то есть изучение его на предмет исторической верности, признаков субъективности и наличия признаков подделки, для подавляющего большинства – это пустой звук. Современный обыватель готов поверить во что угодно: в любую «теорию заговора», мифологию и прочую конспирологию. Неумение трезво оценить достоверность информации в сочетании с недоверием официальным СМИ – более чем благодатная почва, которую щедро удобряют идеологи и пропагандисты противника. Умение «критиковать источник» – это умение всесторонне оценить, насколько та или иная информация соответствует действительности. Навыком такой «критики», по-хорошему, должен владеть каждый

здравомыслящий пользователь Интернета. Наиболее простой метод перепроверки информации – это перекрестная проверка, то есть многократная проверка с использованием независимых источников. При прочтении любой новости, которая кажется Вам хоть в чем-то хотя бы слегка не достоверной – не поленитесь попытаться найти через любой поисковик ее подтверждения, причем как среди официальных СМИ, так и в блогосфере, в которой сейчас можно встретить экспертов по практически любым вопросам. Если же новость опирается на фотографию или иное изображение – основные поисковые системы имеют функции «поиск по картинке», который позволит выявить источник изображения и легко сравнить, насколько то, что описывают или показывают вам, соответствует источнику.

Именно таким образом, например, был вскрыт «вброс» про встречу лидеров стран на саммите «большой двадцатки» в июле 2017 г. В июле 2017 г. в соцсетях начали распространять фотографию, на которой вокруг президента РФ В.В. Путина сидят мировые лидеры на саммите «большой двадцатки». По снимку складывалось ощущение, что к российскому президенту внимательно прислушиваются президент США, министр иностранных дел Турции и президент Турции. На самом деле это был типичный «фейк». И его разоблачение не представило никакой сложности. Получив в одной поисковой выдаче хотя бы несколько (10–15) ссылок на источник слуха или его разбор – можно с достаточной степенью уверенности ставить под сомнение компетентность как автора слуха, так и его источник информации.

Другой пример, в ноябре 2017 г. Министерство обороны опубликовало «неоспоримые доказательства» сотрудничества американских военных с террористами Исламского государства (организация запрещена в РФ). Пользователи соцсетей выяснили, что один из снимков – скриншот из мобильной игры AC-130 Gunship Simulator. Ведомство удалило снимки из соцсетей и сразу же опубликовало новые. Ситуацию объяснили ошибкой гражданского сотрудника, отвечавшего за ведение соцсетей. Впрочем, не всегда информация преподносится в виде фейка на основании

одного снимка или видео. Зачастую фейковыми становятся сами источники информации. Разоблачить подобные «подставные» информационные ресурсы сразу невозможно, однако спустя непродолжительное время информация о том, что из себя представляет то или иное информагентство в любом случае появится и степень доверия к этому источник начнет неуклонно снижаться. Так произошло с одним из регулярных источников многих иностранных СМИ так называемом «Сирийский центр мониторинга за соблюдением прав человека» (Syrian Observatory for Human Rights – SOHR). На него в своих докладах часто ссылаются такие организации, как Amnesty International, Atlantic Council, Human Rights Watch и другие. Ведет этот интернет-проект один-единственный человек – сириец Осам Сулеймани, проживающий в британском Ковентри. Он утверждает, что получает информацию более чем от 200 источников непосредственно в Сирии. Однако достоверность этой информации регулярно ставилась под сомнение в т.ч. и в иностранных СМИ (https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2014/12/03/200000-dead-why-syrias-rising-death-toll-is-divisive/?noredirect=on&utm_term=.43b405a2ed46).

При упоминании фейковых источников информации нельзя обойти и историю, разворачивавшуюся на протяжении длительного времени в социальных медиа – история Баны Алабед, семилетней девочки из восточного Алеппо, ставшей известной в сентябре 2016 г. Она вела блог в Twitter, в котором рассказывала о тяжелой жизни в осажденном городе и призывала мировое сообщество оказать давление на Россию и президента Сирии Башара Асада. Мало у кого вызывало удивление каким образом 7-летняя девочка может «постить» до 120 сообщений в день из района, где нет ни электричества, ни интернета. А все сообщения были написаны на слишком хорошем для семилетнего ребенка английском языке. Любой информационный вброс или фейк распространяется по налаженному механизму: в качестве инфоповода используется любое негативное событие – боевые столкновения в горячих точках, авиакатастрофы и иные происшествия, пожары, резонансные преступления и т.д. В любом случае вбросы и фейки сопровождаются

примерно одинаковым набором характеристик и сопровождающих признаков: а) анонимные «свидетельства очевидцев» – либо в виде анонимных аудиозаписей, распространяемых по мессенджерам, либо отрывочные видеозаписи с некими неназываемыми свидетелями; б) первичная публикация обычно либо в анонимных группах в социальных медиа, либо на псевдоинформационных ресурсах, известных возможностью платного размещения; в) активный репост новостей в блогосфере и социальных медиа в аккаунтах схожих взглядов, обычно в виде прямых репостов; г) количество жертв существенно преувеличивается, причем новости появляются существенно быстрее, нежели чем это может в реальной жизни, с учетом установленных процедур и мероприятий; д) основным лейтмотив фейка или вброса – «власти скрывают» и «мы хотим знать», при этом объектом обвинения является, естественно, власть; е) зачастую вброс информации соседствует с попытками вывести людей на несанкционированные митинги по каждому поводу.

3.3. Технологии оценки востребованности сайтов идеологической направленности различными возрастными и профессиональными группами пользователей

Зарубежный, в первую очередь западный, опыт противодействия распространению идеологии экстремизма и терроризма показывает, что максимальная эффективность достигается лишь при сочетании методов активных мероприятий по пресечению распространения информации (цензура) и скоординированных профилактических мероприятий в информационном пространстве.

Каким образом можно попытаться оценить степень эффективности указанных мероприятий – качественные и количественные методы оценки эффективности пропаганды давно и хорошо известны. Остается вопрос критики получаемых результатов и степень их применимости в кратко-средней и долгосрочной перспективе. В традиционных печатных СМИ количественные критерии по-

кажут скорее объем реализованного тиража. В электронных – про долю и рейтинг мы уже говорили – мы оперируем цифрами, более близкими к фактическому охвату аудитории, но высчитываемыми по экстраполяции данных, полученных техническими средствами в фокус-группах. В «новых медиа» количественные показатели определяются существенно точнее, особенно с учетом возможности анализа посещаемости конкретных интернет-страниц и получения результатов в абсолютных цифрах.

Множество сервисов позволяют получать практически в режиме реального времени количественную статистику. Но в любом случае данный параметр не дает подробную характеристику аудитории, за исключением гендерного и возрастного типа, а также (в случае Интернета) ориентировочной географии аудитории.

Что касается качественных критериев, то, пока что, мы существенно лучше можем изначально оценивать качество самой информации, нежели чем то, насколько конкретное информационное сообщение или медиапродукт оказал влияние на общество в глобальном масштабе. Специалистам хорошо известны среди качественных критериев такие параметры как доминирование информации, чистый охват, доля распределения и тональность объектов анализа. Проблема в том, что, во-первых, получение результатов этих исследований возможно лишь через временной промежуток, то есть, данные всегда имеют ретроспективный характер, а во-вторых, если мы обращаем внимание на «новые медиа» и Интернет в целом, то, по состоянию на сегодня, необходима обработка огромных массивов данных, которые позволят, с той или иной степенью достоверности, получать реакцию аудитории. В любом случае основная работа ляжет на человека. При всем развитии информационных технологий компьютеры не умеют распознавать смысловую нагрузку текста. Это может делать лишь человек. Сегодня на рынке представлено несколько решений, которые помогают выявлять наиболее обсуждаемые темы, но в любом случае мы опять оказываемся в границах количественных критериев. При этом важно анализировать не только собственно деятельность ФОИВ или подачу материалов в СМИ, но и актив-

ность пользователей социальных медиа и настроения в обществе в целом. Получая хотя бы только количественные оценки тех или иных реализованных пропагандистских решений, мы можем решить вопросы о качестве пропаганды и о запросе общества на пропагандистские решения. На фоне постоянного роста объемов информации, получаемой аудиторией в интернете, все более возрастает проблема вычленения достоверного и полезного контента, в противовес гигабайтам информационного шума, не несущего полезной нагрузки. С учетом разницы восприятий пользователями интернет-пространства, в настоящее время возможно говорить о дифференциации в подходах в работе с целевой аудиторией и разнице в методике подборки и подаче информации. Для более старшего поколения, и в особенности преподавателей, нужна возможность получения максимума объема нужной информации в привычном виде на одном ресурсе, не имеющей постоянно изменяющейся контент-составляющей, как в социальных сетях. Напротив, для молодежи, интересующейся вопросом не в целях профессиональной деятельности, необходимо подавать информацию через более привычные им интерфейсы социальных медиа.

Одним из примеров комплексного подхода к обеспечению профильной информацией по вопросам противодействия идеологии экстремизма и терроризма поколения 35+, как уже отмечалось, является портал «Наука и образование против террора» (<http://www.sciencereport.ru/>), рассчитанный на информационно-методическую поддержку профессорско-преподавательского состава вузов, молодых преподавателей и научных кругов России и ближнего зарубежья, по вопросам формирования стойкого неприятия идеологии терроризма, экстремизма, национального и религиозного сепаратизма и шовинизма, уважения идеологии различных религиозных конфессий на основе толерантности и охранения духовных ценностей.

В соответствии с письмом Минобрнауки России № 09–3217 от 16.11.2015 г. Сайт «Наука и образование против террора» является опорным сайтом министерства науки и высшего образования РФ в данной области. Основной целью портала является создание

и предоставление доступа к электронной систематизированной библиотеке учебно-методических и информационных материалов по вопросам противодействия экстремизму и терроризму, которая востребована научно-преподавательским сообществом.

В проекте участвуют как сотрудники многих учебных заведений (что уже отмечалось), так и российские и зарубежные специалисты в области противодействия идеологии экстремизма и терроризма. Функционирование проекта осуществляется в рамках комплекса мероприятий по реализации положений «Концепции противодействия терроризму в Российской Федерации» в части содействия проведению мер по предупреждению (профилактики) терроризма и требования Федерального Комплексного Плана противодействия идеологии терроризма на 2013–2018 гг.

Одной из приоритетных задач проекта является разъяснение сущности экстремизма и террора, их общественная опасность и формирование объективных подходов к транслированию указанных идей учащимся учебных заведений.

За период с 01.01.2016 г. по настоящее время размещено более 670 материалов различного характера – от новостных сообщений, до аналитических и инфографических материалов. При этом с за период с 1 сентября 2016 г. по настоящее время (на основе данных интернет-статистики) на портале было зафиксировано почти 300 000 посещений. Половозрастные характеристики аудитории: 18–24 года – 21 %, 25–34 года – 17 %, 35–44 года – 17 %. Более 60 % посетителей – женщины. Более 20 % поисковых запросов формируются, по ключевым словам, «учебные материалы».

Несмотря на достаточно высокие показатели насыщенности сайта и его посещений, следует отметить несколько важных характеристик и изменений, которые необходимы в целях объективной оценки эффективности и корректировки мер по дальнейшему развитию указанного и иных подобных ресурсов.

Учитывая разницу в навыках владения современной компьютерной техникой и восприятия информации модераторам ресурсов схожей направленности необходимо четко разграничивать подходы в донесении информации до целевой аудитории. Если

в качестве целевой аудитории рассматривается молодежь, то направленную пропагандистскую работу необходимо вести на тех площадках, которые эта молодежь посещает – то есть социальные сети и мессенджеры. Подача материала должна вестись с учетом особенностей восприятия информации молодежью – с использованием инфографики, видео и т.д. Предпочтительнее использовать адаптивную верстку материалов, предназначенную для более удобного просмотра на мобильных устройствах. Если же целевой аудиторией является более старшее поколение, которое намерено использовать материалы в качестве методической поддержки – предпочтительнее использовать в качестве площадки размещения специализированные сайты, с публикаций как самих текстов, так и готовых презентаций к ним, с развитой системой научно-справочного аппарата и возможностью скачивания исходных материалов. На подобных сайтах необходимо использовать наиболее простую навигацию и интуитивно понятную структуру ресурса, для облегчения работы пользователей.

Говорить об объединении ресурсов в единую сеть возможно лишь на уровне взаимодействия частью информации, с целью повышения охвата аудитории и возможности донесения до целевой аудитории необходимого информационного контента.

Литература к разделу 3

1. Путин: стратегию безопасности России нужно обновить. 03.07.2015 // URL:<http://www.vestifinance.ru/articles/59619>
2. США представили новую стратегию национальной безопасности. 6 февраля 2015 г. // URL:<http://vz.ru/news/2015/2/6/728327.html>
3. За 15 лет число пользователей Интернета в мире увеличилось в 7 раз // URL:<http://www.msn.com/ru-ru/money/other/за-15-лет-число-пользователей-интернета-в-мире-увеличилось-в-7-раз/ar-BBkkAZw>
4. Interpersonal Trust on Jihadi Internet Forums. Norwegian Defence Research Establishment//URL:http://hegghammer.com/_files/Interpersonal_trust.pdf
5. Интервью д.п.н. Р.М.Грановской для СМИ «Росбалт» от 28.03.2015// URL:<http://www.rosbalt.ru/piter/2015/03/28/1382125.html>
6. Воронцов С.А., Штейнбух А.Г. Анализ изменения государственных приоритетов в сфере информационной безопасности России // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – № 1 (80). – С.126.
7. Воронцов С.А., Штейнбух А.Г. О необходимости совершенствования подходов к обеспечению национальной безопасности России в информационной сфере // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2015. – № 9 (64). – С.100.
8. Штейнбух А.Г. Чем бороться с враждебной идеей? проблемы реализации механизмов «мягкой силы» в антиэкстремистской пропаганде России // Противодействие идеологии экстремизма и терроризма в молодежной среде (отечественный и зарубежный опыт). / Материалы межрегиональной научно-практической конференции с международным участием. Редакционно-издательская группа: О.В. Локота (руководитель), С.А. Воронцов (зам. руководителя). – Ростов-на-Дону: Издательство: ЮРИУФ РАНХиГС, 2017.