

Социально-психологические особенности пропаганды экстремизма и терроризма посредством интернета

Н.С. СЕДЫХ

кандидат философских наук, доцент кафедры психологии управления и акмеологии факультета психологии Южного федерального университета

В статье рассматривается виртуальный вирусный маркетинг как технология, основанная на феномене психического заражения и используемая в целях пропаганды экстремизма и организации информационно-психологического воздействия, направленного на вовлечение молодёжи в террористическую деятельность. На основе локальных исследований описываются содержательные особенности социальной риторики, нацеленные на формирование «экстремистского сознания» молодёжи. Обозначаются перспективы дальнейшего исследования в связи с необходимостью совершенствования современных методов профилактики терроризма.

Ключевые слова: экстремизм, терроризм, «экстремистское сознание», молодёжь, коммуникация, медиадискурс, информационно-психологическое воздействие, вирусный маркетинг.

Общеизвестно, что активное развитие коммуникационных технологий повлекло за собой формирование глобального информационного пространства, и включение в него сообществ, политических, экономических, религиозных и культурных институтов. Коммуникация является основным социальным процессом современности, главным способом формирования социального пространства, основным механизмом социального управления, выступая в итоге как своего рода творец «новой социальности». На этом фоне процесс социального взаимодействия интенсифицируется, приобретает невиданную ранее динамику.

Современный человек подвержен почти непрерывному влиянию информационных технологий, воздействующих на его сознание, участвующих в формировании мировоззрения, стиля

жизни, моделей поведения. Помимо позитивных последствий этого процесса подобная ситуация таит в себе значительную социальную опасность, так как интенсивное развитие информационно-коммуникационной сферы влечет за собой развитие технологий информационно-психологического воздействия. Неслучайно по заявлениям идейных вдохновителей соответствующих организаций в современных условиях «медиаджихад» рассматривается как средство, равное по своей значимости войне с оружием в руках, и может составлять 90 % общих усилий экстремистов [5]. Важно отметить, что целенаправленное управление информационными потоками позволяет «достичь искомых целей, минимально расходуя ресурсы власти; убедить людей в их личной заинтересованности в этих целях; превратить про-

тивников в союзников» [13, с. 32]. Очевидно, что это определяет активное использование интернета террористами как средства коммуникации, пропаганды, вербовки. Так, в интересах всемирного джихада действует около 5600 сайтов, причём каждый год открывается около 900 новых [15]. Такая активность, безусловно, имеет определённые цели, продиктованные тем, что «информационная бомба взрывается в самой гуще людей, осыпая как шрапнелью образы и в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение» [13, с. 150]. Активное использование интернета экстремистами позволяет осуществлять то, что Д. Деннинг назвала «управлением восприятия», «то есть террористы могут позиционировать себя точно такими, какими хотят казаться, без фильтров, налагаемых традиционными СМИ» [15, с. 31]. В этой связи следует обратить внимание на некоторые особенности конструирования экстремистских сайтов. Прежде всего, на них нечасто встречаются прямые призывы к насилию. Они выстроены преимущественно по модели сайтов легитимных политических движений и партий, поэтому основное внимание уделяется описанию «дела», за которое борются террористы. В то же время большая часть наполнения сайтов террористических организаций состоит из справочных материалов, в первую очередь, по истории движения. Заметим, что именно недостаточность освещения идеологического контекста экстремистской деятельности отличает медийные репрезентации терроризма в традиционных СМИ. С помощью интернета террористы пытаются компенсировать данный недостаток. Следует подчерк-

нуть, что абсолютное большинство получающих первоначальный импульс радикализации через интернет — это молодые люди (их называют «цифровым поколением»), проводящие много времени во всемирной сети, которая служит для них, по сути, единственным источником информации о политических событиях и вообще способом общения [5]. Это иллюстрируют, например, откровения члена террористического подполья в интервью журналисту «Комсомольской правды», записанного с его и согласия на видеокамеру. Оно опубликовано 1.04.2013 в материале под заглавием «Спецкор “Комсомолки” Александр Коц встретился с боевиком, находящимся в международном розыске по делу о теракте в “Домодедово”». Мотивы взаимодействия со СМИ Ибрагим Хатуев (его фамилия изменена, что следует из примечаний редактора) прокомментировал так: «сбежал из леса, хочет сдать властям, но прежде — поговорить с журналистами». В ходе беседы Ибрагим отрицает свою причастность к теракту, произошедшему в аэропорту Домодедово (24.01.2011), но не отрицает факт своего пребывания в террористическом подполье и что у него «был план стать шахидом». В этой связи автор материала обращается к биографии молодого человека и подчёркивает, что он «ингуш по национальности, никогда не жил в Ингушетии. Вырос в Армави́ре, где окончил школу, занимался борьбой и рисованием. Поступил в медицинский университет в Нальчике. А в 2008 году перевёлся в Москву, в третий мед на факультет стоматологии. Но доучился только до четвертого курса. В тот момент его жизненные приоритеты резко изменились». На это, по сло-

вам молодого человека, повлиял интернет. «Проповеди Саида Бурятского, других шейхов. Тот же Абдулла Азан — шейх джихада из Афганистана. Смотрел видео моджахедов. Читал статьи в СМИ — тут этого забрали, здесь того пытали. Эмоции берут верх над разумом» [3].

Подчеркнём, что в современных условиях цели террористических актов часто достигаются путём информационно-психологического воздействия на лиц, не являющихся непосредственными жертвами насилия. Неотъемлемая важнейшая часть террористического процесса, по мнению В.Б. Петухова, — террофония, которая не только фиксирует социокультурную адаптацию терроризма в массовом общественном сознании, но и запускает механизм психологических изменений в менталитете, мировоззрении, образе жизни как на личностном, так и на общесоциальном уровне [8]. Это осуществляется посредством целенаправленного управления процессом формирования и развития социальных представлений о терроризме. Инструментальным способом, позволяющим добиться этого, является организация медиадискурса, соответствующего скрытым намерениям лидеров террористических движений. Учет особенностей современного общества и его информационной сферы позволяет лидерам террористических движений использовать различные пропагандистские и манипулятивные способы, чтобы развивать медиадискурс о терроризме в интернет-пространстве так, чтобы это способствовало формированию соответствующих социальных представлений, позволяющих рассматривать террор как конструктивный способ социально-политических

преобразований и личностной самореализации [10].

Необходимо отметить, что информационно-психологическое воздействие является значимым атрибутом психологической войны, цель которой — достижение устойчивого результата в формировании общественного мнения, закладывание установок и паттернов поведения в подсознание масс. Впоследствии при воздействии на такие установки происходит управление массовым сознанием. Соответственно, в психологической войне ключевую роль играют различные способы идеологического влияния и пропаганды, направленные на формирование общественного мнения в нужном манипуляторам ключе. Пропаганда представляет собой целенаправленное и систематическое стремление формировать восприятие и направлять поведение объекта пропаганды для достижения желаемой цели [6]. Подчеркнём, что пропаганда служит формированию идеологической составляющей того или иного общественного порядка, в силу чего в рамках психологической войны она выступает как организованное убеждение без применения насильственных мер. Вместе с тем, идеология, по мнению зарубежного исследователя Дж. Томпсона, является смысловой конструкцией, поскольку выражена символическими формами, представляющими собой совокупность действий и высказываний, текстов и образов [17]. Таким образом, в современных условиях одно из основных направлений борьбы с терроризмом перемещается в коммуникационную сферу, на уровень риторики и дискурсов. В силу этого среди приоритетных задач в рамках противодействия терроризму в на-

стоящее время выделяют информационно-психологическое противодействие распространению идеологии экстремизма в молодёжной среде. Необходимость этого определяется возрастом исполнителей террористических акций — до 30 лет. Неуклонно возрастает число несовершеннолетних, участвующих в исполнении соответствующих акций и являющихся пособниками террористов. Представители антитеррористических ведомств констатируют: сегодня инициатива перешла к молодому поколению исламистов, представляя реальную угрозу общественной безопасности, так как именно молодёжь — наиболее активный субъект социального взаимодействия. В этой связи особую обеспокоенность вызывает наблюдающаяся интенсификация исламского экстремизма как крайнего идейно-политического течения в исламе, провозглашающего своей главной целью установление исламских форм государственной власти путем использования различных видов вооружённого и политического насилия [5]. Современный исследователь В.А. Брагин констатирует: в политико-идеологических мотивах терроризма, несмотря на все их разнообразие, можно выявить некую мотивационную доминанту, которая, собственно, и позволяет говорить об «экстремистском сознании». Ею выступает вера в обладание высшей, единственной истиной, уникальным рецептом «спасения» своего народа, социальной группы или всего человечества. Это значимая, но не единственная предпосылка обращения к терроризму. Однако вероятность обращения к нему возрастает при наличии некоторых других условий, стимулов, мотивов при наличии специ-

фической ценностно-мотивационной системы. Необходимым её элементом является крайняя нетерпимость к инакомыслию, а также всякого рода сомнениям и колебаниям, перерастающая в убеждение, что нормальный, полноценный человек просто не может видеть вещи в ином свете, чем тот, который открывается благодаря обладанию «абсолютной истиной» [1]. В этой связи возникает вопрос о специфике формирования «экстремистского сознания» и оказания информационно-психологического воздействия в целях вовлечения молодёжи в террористическую деятельность.

Для аналитической оценки особенностей организации информационно-психологического воздействия, осуществляемого в целях вовлечения молодёжи в террористическую деятельность, и проблемы организации соответствующего противодействия мы провели ряд глубинных интервью с экспертами. В качестве последних выступили имам соборной мечети одного из российских городов (анонимное участие), Р.Р. Сулейманов, руководитель Приволжского центра региональных и этнорелигиозных исследований Российского института стратегических исследований (г. Казань), Р.Ф. Патеев, исламовед, доцент кафедры теоретической и прикладной политологии факультета социологии и политологии Южного федерального университета, директор автономной некоммерческой организации «Центр эффективных стратегий» (Ростов-на-Дону).

Рассуждая относительно побуждений к участию молодых людей в террористической деятельности, имам соборной мечети подчеркнул: «Средний возраст таких людей, к примеру, уро-

женцев Дагестана, — уже от 14 до 22 лет. В этом тоже ответ на вопрос “что ими движет?”. Отсутствие опыта и чужая воля. Это очень молодые, юные ребята. В основном они искренне верующие, но были введены в заблуждение — например, посмотрелись на сомнительных сайтах разнообразных обращений Саида Бурятского, Доку Умарова и прочих и попали под их влияние». Отметим, что именно такие сюжеты способны оказывать значительное информационно-психологическое воздействие, так как одна из неспецифических функций средств массовой коммуникации — функция присвоения статуса общественным проблемам, организациям, движениям и конкретным личностям. Уже сам факт внимания средств массовой коммуникации свидетельствует, что объект сообщения достоин быть выделенным из анонимной массы, его поведение и мнения достаточно важны для всех [4]. Именно это представление эксплуатируется лидерами террористических организаций. Показательным примером служит следующий случай. В мае 2007 г. ведущий известного радикального форума по прозвищу «Моджахед 1988» обратился к многочисленным посетителям со словами: «Прощайте, Я люблю вас всех. Молитесь все за меня, чтобы я стал шахидом». Через некоторое время на форуме были размещены подробности гибели «Моджахеда 1988». Безусловно, обращение популярного ведущего одного из форумов нашло отклик в молодёжной среде и произвело пропагандистский эффект [5].

В этой связи уместно привести экспертное мнение известного специалиста Р.Р. Сулейманова. В ходе нашей бе-

седы он отметил, что подобные «информресурсы очень активны. Правда, если присмотреться, то заметно, что пропаганду все время ведут одни и те же персонажи, их человек 20—30. Судя по тому, сколько времени и сил они тратят на общение в соцсетях, им за эту риторику неплохо платят». Рассуждая по поводу того, что привлекает молодёжь в террористической деятельности и почему среди террористов немало социально благополучных людей, имеющих все шансы преуспеть, Р.Р. Сулейманов указал на «использование социальной риторики» и подчеркнул, что их увлекает «идея служить некоему справедливому проекту». «Халифат в этом отношении выглядит как такой своеобразный коммунизм XXI века, ради которого люди готовы пойти на всё, в том числе и люди зажиточные. Что толкало того же Бен Ладена на поддержку терроризма и самого участия в этом? Некая благородная идея социальной справедливости, как он её понимает». В этой связи Р.Р. Сулейманов провёл историческую параллель, задаваясь вопросами, «что толкало тех же революционеров конца XIX — начала XX веков, которые были выходцами из дворянских семей? Того же Владимира Ульянова, например?» Ответ вполне очевиден: «идея построить некое социально-справедливое государство, как они его трактовали».

Вместе с тем эксперт Р.Ф. Патеев отметил, что «можно привлекать сторонников, и подталкивать их к конкретным практикам в политической деятельности, развивая утопические концепции тотальной социальной справедливости. Эти концепции просты и доходчивы, но существуют скорее в виде лозунгов, не-

жели в форме критически и рационально осмысленных теорий, которые возможно реализовать в современной противоречивой социальной реальности. Отсюда и призывы ведения “информационного джихада”. В силу своей простоты и доходчивости подобные лозунги находят отклик у некоторых верующих». Информационное пространство служит своего рода моделированием некоего «идеального мира» для молодёжи, где они обретают новые цели в своей жизни и единомышленников. Они практикуют «общую систему ценностей, у них одинаковые культурные образцы и стереотипы поведения». При этом «радикальные молодежные “джамааты”, действующие под прикрытием якобы исламской идеологии, с точки зрения социальных механизмов функционирования, во многом схожи с современными субкультурными группами. В этом отношении, к примеру, готы и эмо отличаются от так называемых “ваххабитов” лишь содержанием идейных и культурных образцов поведения и противоположной ориентацией к практике насилия». Хорошим показателем подобных социокультурных механизмов является, по словам Р.Ф. Патеева, появление «бардовской песни кавказского джихада», которую олицетворяют песни Тимура Муцураева. Это радикальные идеи, изложенные в популярном песенном жанре, которые на эмоционально-психологическом уровне формируют солидарность субкультуры «псевдоджихада». При этом современное информационное пространство дает широкие возможности для воспроизводства и культивации подобных идей, в том числе, в популярной форме.

В целях изучения социально-психологических особенностей вовлечения

молодых людей в террористическую деятельность мы организовали беседу, построенную по принципу «фокусированного интервью» — опроса, сконцентрированного на определённой проблеме. Главный признак такого интервью — предметом изучения являются субъективные переживания людей. Нами был разработан вопросник неформализованного интервью, проводившегося в форме групповой дискуссии, в которой принимали участие представители республик Северного Кавказа в возрасте 18 лет (студенты факультета психологии Южного федерального университета), исповедующие традиционный ислам. В беседе с тремя группами по десять человек в каждой решалась главная задача — определение особенностей организации информационно-психологического воздействия, нацеленного на вовлечение молодых людей в террористическую деятельность.

В ходе беседы выяснилось: некоторые респонденты подвергались информационно-психологическому воздействию, организованному экстремистами посредством интернет-технологий, и лично знакомы с молодыми людьми, попавшими под влияние этих идей и пополнившими ряды террористических организаций. Безусловно, возникает вопрос, почему молодые люди, среди которых не только представители социальных низов, но немало и выходцев из благополучных семей, готовы лишать жизни других, а нередко и отдавать свою. По словам респондентов, пропаганда радикальных идей посредством интернета «очень сильная». Для этого, например, активно используются социальные сети, организуются различные тематические форумы, одним словом, ведутся масси-

рованные информационные атаки. Это ярко иллюстрирует следующее высказывание: «Те, кто исповедуют традиционный ислам, стараются не вступать с нами в споры. Во-первых, потому что их много, а ты один. Они сразу начинают “закидывать” литературой, ссылками на видеолекции, на утверждения “учёных” и других якобы компетентных лиц. Потом смотришь, например, в google, кто этот человек, и оказывается, что это боевик, который разыскивается. Но очень сложно противостоять такому напору, когда ты один пытаешься что-то возразить. Поэтому обычно люди либо покидают этот форум и остаются при своём мнении либо меняют мнение».

Заметим, что, по словам молодых людей, немало тех, кто подвергшись массивной информационной атаке, принимают позицию экстремистов. Об этом красноречиво свидетельствует следующее высказывание респондента: «Люди в это верят. На моих глазах несколько парней, исповедующих традиционный ислам, после участия в дискуссиях на таких форумах изменили своё мнение. Это произошло в течение одного-двух месяцев. Теперь они тоже пропагандируют эти идеи». Или другой пример: «Один парень имел определённые религиозные знания и убеждения, ходил в мечеть, исповедовал традиционный ислам. Он знал, кто такие ваххабиты, и говорил, что никогда с ними не согласится. Стал вступать с ними в споры и попал под их влияние. Теперь он совместно с ними распространяет эту идеологию». Респондент также отметил, что «ваххабиты подразделяются на боевиков, которые ходят с оружием в руках, и идеологов. Их задача — пропаганда».

Важно отметить, что один из участников нашей беседы охарактеризовал методы влияния, используемые в целях вовлечения в террористическую деятельность, следующим образом: «Для убеждения в своей правоте они часто используют хадисы Пророка, то есть то, что рассказывал Пророк. Но они берут и просто их не полностью приводят, и получается, что смысл уже другой, в их пользу. Наряду с этим искажают при переводе с арабского выдержки из Корана. Например, одно и то же слово имеет разное значение в зависимости от контекста. Его переводят вне соответствующего контексту смысла, и получается интерпретация в их пользу. Также и в своих лекциях берут цитаты, чуть-чуть изменяют, толкуют так, как им надо. И часто человек, это услышавший, уже верит в измененное, а не в правильное».

В силу активной пропаганды в интернет-пространстве эти идеи стремительно распространяются среди молодёжи. Как отметил один из участников нашей беседы: «Такое впечатление, что в Дагестане это своего рода мода для некоторых из-за того, что очень сильная пропаганда в интернете. Даже в социальных сетях, таких как “Одноклассники”, “В контакте”, где “друзья” предлагают ознакомиться с интересной информацией по ссылкам на видеоматериалы, специальную литературу и другие источники». Например, это происходит так: «Парень с девушкой знакомится и начинает ей это всё рассказывать. Начинает с малого. Один-два раза рассказал. Потом советует определённые источники, в интернете много такой литературы можно найти. Это, можно сказать, мода. Знакомство с этим всем для некоторых — просто дань моде».

Вместе с тем при анализе высказываний респондентов обращает на себя внимание, что пропаганда экстремистской идеологии ведётся посредством технологий виртуального вирусного маркетинга, представляющего собой технику, основанную на использовании существующих социальных сетей для популяризации экстремистских идей и конкретных личностей, являющихся проводниками данной идеологии. Подобно вирусам, такие технологии используют любую благоприятную возможность для увеличения числа переданных сообщений. Продвижение при помощи вирусного контента может принимать самые различные формы — видео, фото, флеш-игры, звонок из видеоролика (WOW-call), даже просто текст. Заметим, что отсылка к биологическим терминам не случайна. Действительно, вирусным мероприятием или акция становится тогда, когда процесс распространения информации начинает подчиняться биологическим законам распространения вирусов, то есть любой получатель информации искренне ею заинтересовывается и проникается идеей передать её максимально быстро максимально большому числу друзей, используя самые оперативные каналы (чаще всего интернет-месенджеры и социальные сети) [9]. Другими словами, речь идёт о феномене психологического заражения, являющегося бессознательной, спонтанной формой включения личности в определенные психические состояния. Заражение осуществляется путем передачи психического настроя, обладающего большим эмоциональным зарядом, накалом чувств и страстей [4]. Отметим, что вирусный маркетинг в информационном мире заменил так на-

зываемое «сарафанное радио» и продемонстрировал высокую эффективность при продвижении идей, организации пиар- и рекламных кампаний разной направленности. Очевидно, что лидеры террористических организаций также взяли этот метод на вооружение.

Таким образом, в целях пропаганды идеологии экстремизма и терроризма посредством интернета используется специально организованная социальная риторика. В целях формирования «экстремистского сознания» и организации информационно-психологического воздействия, направленного на вовлечение молодёжи в террористическую деятельность, используются технологии виртуального вирусного маркетинга, основанные на феномене психологического заражения и нацеленные на формирование социальной моды, не просто санкционирующей, но и стимулирующей соответствующее поведение.

Итак, в современных условиях назрела необходимость повышения эффективности системы информационно-психологического противодействия терроризму. В частности, необходимо создание практикоориентированных коммуникативных технологий и продвижение целенаправленно организованной системы конструктивной социальной риторики, в том числе и в интернет-пространстве, развенчивающей идеи экстремизма и терроризма как его действительного продолжения. Наряду с этим необходимо совершенствование системы социальной профилактики терроризма и разработка комплекса мер психолого-педагогического характера, направленных на профилактику развития идей экстремизма и терроризма среди подростков и молодёжи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брагин В.А. Мотивы совершения террористического акта и способы самооправдания современного террориста: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2001.
2. Добаев И.П., Немчина В.И. Новый терроризм в мире и на Юге России / Под ред. А.В. Малашенко. Ростов-н/Д, 2005.
3. Коц А. Спецкор «Комсомолки» Александр Коц встретился с боевиком, находящимся в международном розыске по делу о теракте в «Домодедово» // <http://www.kp.ru/daily/26054.5/2965721/>
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2002.
5. Нечитайло Д.А. Современный радикальный экстремизм: стратегия и тактика / Отв. ред. В.Л. Шульц. М., 2011.
6. Ольшанский Д.В. Политический пиар. СПб., 2003.
7. Ольшанский Д.В. Психология терроризма. СПб., 2002.
8. Петухов В.Б. Терроризм в информационно-семиотическом и мифологическом контексте // Общественные науки и современность. 2008. № 3.
9. Процент // Википедия – свободная энциклопедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
10. Седых Н.С. Психолого-политические особенности терроризма в условиях общества риска // NB: Проблемы общества и политики. 2013. № 3. DOI: 10.7256/2306-0158.2013.3.525. URL: http://e-notabene.ru/pr/article_525.html
11. Современный политический экстремизм: понятие, истоки, причины, идеология, проблемы, организация, практика, профилактика и противодействие. Махачкала, 2009.
12. Соснин В.А. Психология современного терроризма. М., 2010.
13. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М., 2004.
14. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000.
15. Denning D.E. Assessing the computer network operations threat of foreign countries // Information strategy and warfare / Ed. by J. Arquilla, D.A. Borer. N. Y. -L., 2007.
16. Pool J. New Forum Postings Call for Intensified Elecktronic Jihad against Government Websites // Producing a More Savvy Next Generation. 2005. Vol. 3. Issue 8. 29 August.
17. Thompson J. B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford, 1990.
18. Tsafiti Y., Weimann G. Terror on the Internet // Studies in Conflict & Terrorism. 2002. Vol. 25. www.terrorism.com
19. URL:<http://www.Guardantiterror.ru>

Social Psychological Features of Extremist and Terrorist Propaganda on the Internet

NATALIA S. SEDIH

PhD in Philosophy, associate professor at the Department of Management Psychology and Acmeology, Faculty of Psychology, Southern Federal University

The paper focuses on virtual viral marketing as a technology based upon the phenomenon of 'mental contagion' and used for the purposes of extremist propaganda and psychological pressure aimed at dragging young people into terrorist activities. Basing upon some local studies, the paper describes the features of social rhetoric promoting the development of 'extremist consciousness' in young people. The paper also outlines the perspectives of further investigation into the topic required for improving contemporary methods of terrorism prevention.

Keywords: *extremism, terrorism, 'extremist consciousness', youth, communication media discourse, propaganda and psychological pressure, viral marketing.*

REFERENCES

1. Bragin V.A. Motivy soversheniya terroristicheskogo akta i sposoby samoopravdaniya sovremennogo terrorista: Avtoref. diss. ... kand. psihol. nauk. M., 2001.
2. Dobaev I.P., Nemchina V.I. Novyi terrorizm v mire i na Yuge Rossii / Pod red. A.V. Malashenko. Rostov-n/D, 2005.
3. Koc A. Spektor "Komsomolki" Aleksandr Koc vstretilsya s boevikom, nahodyashimsya v mezhdunarodnom rozyske po delu o terakte v "Domodedovo" // <http://www.kp.ru/daily/26054.5/2965721/>
4. Nazarov M.M. Massovaya kommunikaciya v sovremennom mire: metodologiya analiza i praktika issledovani. M., 2002.
5. Nechitailo D.A. Sovremenniy radikal'nyi ekstremizm: strategiya i taktika / Otv. red. V.L. Shul'c. M., 2011.
6. Ol'shanskii D.V. Politicheskii piar. SPb., 2003.
7. Ol'shanskii D.V. Psihologiya terrorizma. SPb., 2002.
8. Petuhov V.B. Terrorizm v informacionno-semioticheskom i mifologicheskom kontekste // *Obshestvennye nauki i sovremennost'*. 2008. № 3.
9. Procent // Vikipediya — svobodnaya enciklopediya. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
10. Sedyh N.S. Psihologo-politicheskie osobennosti terrorizma v usloviyah obshchestva riska // NB: Problemy obshchestva i politiki. 2013. № 3. DOI: 10.7256/2306-0158.2013.3.525. URL: http://e-notabene.ru/pr/article_525.html
11. Sovremenniy politicheskii ekstremizm: ponyatie, istoki, prichiny, ideologiya, problema, organizaciya, praktika, profilaktika i protivodeistvie. Mahachkala, 2009.
12. Sosnin V.A. Psihologiya sovremennogo terrorizma. M., 2010.
13. Toffler E. Metamorfozy vlasti. M., 2004.

14. *Habermas Yu.* Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deistvie. SPb., 2000.
15. *Denning D.E.* Assessing the computer network operations threat of foreign countries // Information strategy and warfare / Ed. by J. Arquilla, D.A. Borer. N. Y. -L., 2007.
16. *Pool J.* New Forum Postings Call for Intensified Elecktronic Jihad against Govern-ment Websites // Producing a More Savvy Next Generation. 2005. Vol. 3. Issue 8. 29 August.
17. *Thompson J. B.* Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford, 1990.
18. *Tsafti Y., Weimann G.* Terror on the Internet // Studies in Conflict & Terrorism. 2002. Vol. 25. www.terrorism.com
19. URL:[http://www. Guardantiterror. ru](http://www.Guardantiterror.ru)