

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Факультет журналистики

На правах рукописи

Лебаков Владислав Валерьевич

**Исследование методов и технологий пропаганды исламистских
террористических организаций**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по специальности «Реклама и связи с общественностью»**

Научный руководитель –
Доцент,
кандидат политических наук
И.А. Быков
Кафедра связей с общественностью
в политике и государственном управлении
Очно-заочная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2016

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Методы и технологии пропаганды: теоретико-методологические подходы.....	9
1.1 Политическая пропаганда: свойства, функции, факторы влияния, субъекты.....	9
1.2 Методы и технологии политической пропаганды террористических организаций, исторический экскурс.....	17
Глава 2. Современные методы пропаганды террористических организаций..	30
2.1 ИГИЛ – как субъект пропаганды.....	30
2.2 Деятельность террористических организаций по конструированию и внедрению пропаганды.....	40
2.3 Пропаганда ИГИЛ: состояние, проблемы,.....	50
методы борьбы с пропагандой ИГИЛ.....	50
Заключение.....	64
Список используемых источников и литературы:.....	67
Приложения.....	74

Введение

В современном мире широко используются различные методы информационного воздействия на население. Через различные каналы коммуникации, будь то пресса, ТВ, радио или интернет, мы можем довольно успешно транслировать наше сообщение на нужную нам аудиторию, с целью привлечения внимания к нашему товару, услуге, или проблеме. Такие примеры мы видим ежедневно, проходя мимо очередного рекламного баннера с красочными иллюстрациями о вреде табакокурения, или получая из рук промоутера очередной флаер, рекламирующий открытие нового книжного магазина на соседней улице.

Сегодня цивилизованный мир как никогда остро чувствует опасность со стороны международного терроризма. Эта проблема не нова. Она существует уже очень давно. Все мы помним теракты 11 сентября 2001 года, когда в результате атаки на башни Всемирного торгового центра по официальным данным, опубликованным в августе 2002 года, погибло 2819 человек из 80 стран мира, включая трех россиян¹. Этот теракт стал самым крупным и массовым по числу жертв из всех когда-либо совершенных террористами.

Именно после терактов 11 сентября международному сообществу стало очевидно, что проблема терроризма – это глобальная, общечеловеческая проблема, которую необходимо решать всем цивилизованным странам вместе.

Примерно через месяц после атак в Нью-Йорке была собрана международная коалиция во главе с США по борьбе с движением Талибан в Афганистане. Также многие страны, такие как Индия, Россия,

¹ Список жертв теракта 11 сентября. URL:

http://911research.wtc7.net/cache/sept11/victims/victims_list.htm (Дата обращения: 02.12.2015)

Великобритания, Германия, Индонезия, Китай, Франция, Пакистан, Иордания, Маврикий, Уганда и Зимбабве оперативно внесли на рассмотрение «антитеррористические» изменения в своем законодательстве². Также по всему миру началась блокировка банковских счетов организаций, подозревавшихся в связях с международными террористическими организациями. Органы правопорядка многих стран провели проверки и последовавшие за ними аресты людей, причастных к деятельности террористических организаций³.

14 лет назад весь мир сплотился единым фронтом против глобальной проблемы терроризма. К сожалению, международное сообщество не вынесло должного урока из той трагедии. Сегодня в мире происходит немыслимый до сегодняшнего дня ужас: террористы почти со всего мира, воспользовавшись геополитическим вакуумом, создали на территориях Ближнего Востока свое собственное «государство», которое многим известно, как Исламское государство Ирака и Леванта⁴.

"Исламское государство" - исламистская террористическая организация, действующая на территории Ирака и Сирии (сокращенно ИГ или ИГИЛ, в арабских СМИ - ДАИШ). ИГ признано террористической организацией в США, Канаде, Великобритании, Австралии, Таджикистане, Турции, Египте, ОАЭ, Индии, Индонезии, а также России (с 29 декабря 2014 г.). Ее деятельность на территории этих стран запрещена. 29 июня 2014 г. ИГИЛ объявила о создании на захваченных территориях Ирака и Сирии "Исламского халифата", а "халифом" был назначен лидер организации Абу Бакр аль-Багдади.

²Hamilton, Stuart September 11, the Internet, and the effects on information provision in Libraries (pdf). 68th IFLA Council and Conference URL:

<http://archive.ifla.org/IV/ifla68/papers/156-079e.pdf> (Дата обращения: 11.12.2015)

³Walsh, Courtney C Italian police explore Al Qaeda links in cyanide plot. Christian Science Monitor. URL: <http://www.csmonitor.com/2002/0307/p07s02-woeu.html> (March 7, 2002) (Дата обращения: 11.12.2015)

⁴Балтийское Информационное агентство. Статья ««ИГ» признано в России террористической организацией»

URL: <http://www.baltinfo.ru/2014/12/29/Islamskoe-gosudarstvo-priznано-v-Rossii-terroristicheskoi-organizatsiei-470214> (Дата обращения 11.12.2015)

По оценке главы администрации лидера Иракского Курдистана Фуада Хусейна, число боевиков ИГ в настоящее время превышает 200 тысяч человек⁵.

В рядах боевиков воюют граждане 80 стран, в том числе Франции, Великобритании, Германии, Марокко, Саудовской Аравии, США, Канады, РФ и стран СНГ.

По данным ООН, охватившая Ирак волна насилия в 2014 г. вынудила покинуть свои дома свыше 2 млн. человек. По данным ООН, более 19 тыс. мирных жителей были убиты в Ираке с января 2014 г. по август 2015 г., около 30 тыс. получили ранения. По данным правозащитной организации Сирийский центр мониторинга за соблюдением прав человека, на территории Сирии с июня 2014 г. по июнь 2015 г. боевиками ИГ были убиты более 3 тыс. человек.

Сегодня террористические организации активно осваивают новейшие коммуникационные технологии. Так по некоторым данным в одной только социальной сети «Twitter» террористами управляются и координируются более 45 тысяч аккаунтов⁶.

Агитаторы запрещенной в нашей стране террористической организации ИГИЛ используют очень широкий спектр технологий воздействия на сознание: начиная с жестких видео со сценами насилия и расправ, до юмора и «милых» изображений. Используя автоматическую рассылку в «Twitter», террористы выводили в топ свои хеш-теги и сообщения.

Становится очевидным тот факт, что противодействие террористам запоздало. На сегодняшний день боевики почти в совершенстве овладели всеми современными коммуникационными технологиями, и распространяют

⁵РИА Новости. Статья «СМИ: ЦРУ недооценило число боевиков «Исламского государства»»

URL:

<http://ria.ru/world/20141116/1033587696.html#14161582473623&message=resize&relto=register&action=addClass&value=registration#ixzz3JFkY0oWc> (Дата обращения: 11.12.2015)

⁶Ридус: агентство гражданской журналистики. Статья «ИГИЛ обзавелось 45 тысячами аккаунтов в Twitter для вербовки и пропаганды»

URL: <https://www.ridus.ru/news/177185> (Дата обращения: 11.12.2015)

свое влияние через социальные медиа. На странице в социальной сети человек указывает свои личные данные. Любой желающий может изучить вкусы, предпочтения, любимую музыку, фильмы, книги любого пользователя. В подобном случае не трудно выявить среди миллиона пользователей потенциальную жертву вербовки и, в личной коммуникации, убедить его в чем угодно. Так поступают и современные террористы.

Таким образом, в данной работе мы рассмотрим примеры пропагандистских и PR-материалов террористической организации ИГИЛ в сети Интернет, а также рассмотрим методы противодействия такой пропаганде.

Актуальность темы обоснована современными потребностями международного сообщества, и нашей страны в том числе, в изучении феномена терроризма, и нахождению путей противодействия данной глобальной проблеме в информационной сфере, в том числе инструментами PR-технологий.

Объект дипломного проекта – медиа активность террористических организаций на примере таковых на Ближнем Востоке.

Предмет дипломного проекта – применение коммуникационных мер и методик в комплексных информационных кампаниях.

Цель данной выпускной квалификационной работы - на основе комплексного анализа медиа активности запрещенной террористической организации ИГИЛ, а также посредством анализа самого феномена «терроризм», составить общие рекомендации по использованию широкого спектра PR-инструментов в российской медиа сфере по противодействию экстремистской пропаганде.

Достижение указанной цели предполагает постановку и решение следующих задач:

- изучить термин «терроризм»;
- дать определение понятию «терроризм» и «террористическая организация»;

- изучить существующие и действующие на сегодняшний день террористические организации;
- провести мониторинг зарубежного и российского опыта противодействия террористическим организациям в медиа сфере;
- проанализировать медиа активность террористических организаций;
- изучить целевую аудиторию данных террористических организаций;
- на основании полученных результатов выделить наиболее подходящие информационные и коммуникационные методы противодействия влиянию представителей террористических организаций;
- провести аналитику проделанных работ. Выявить факторы эффективности.

Методы реализации предложенных задач:

- ситуационный анализ;
- контент анализ социальных медиа;
- соц. опрос;
- кабинетный анализ и связанное с ним моделирование по внедрению методов информационного противодействия в существующую информационную антитеррористическую кампанию страны;
- качественный анализ документов;
- контент анализ СМИ.

Научная новизна. О противодействии террористической угрозе на международном уровне начали говорить после терактов 11 сентября 2001 года. Сейчас это направление набирает обороты, но на сегодняшний день нет научных трудов, классифицирующих методы информационного противодействия экстремистским организациям и предлагающих наиболее правильные варианты их использования в PR кампаниях.

Также немаловажно и изучение технологий пропаганды, которые применяют террористы в своей деятельности.

В своей книге «Основы теории коммуникаций» Д. Гавра дает следующее определение социально-коммуникативным технологиям: «Социальнокоммуникативная технология — это опирающаяся на определенный план (программу действий) целенаправленная системно организованная деятельность социального субъекта, направленная на решение какой-либо социально значимой задачи посредством управляемой социальной коммуникации».

Изучение коммуникативных технологий, применяемых террористами в их коммуникации со внешней средой, позволит нам лучше понять и проанализировать их деятельность, направленную на пропаганду своего мнения и позиции.

В виду малого количества тематической научной литературы основу теоретической части работы составили сетевые публикации специалистов.

Основная часть работы состоит из двух глав. Первая глава посвящена раскрытию понятия «терроризм» и «террористическая организация», и понятия «пропаганда», изучению этих понятий, их влиянию на общество и современные проявления. Вторая глава посвящена анализу медиа активности террористических организаций, действующих на Ближнем Востоке в социальных медиа.

Глава 1. Методы и технологии пропаганды: теоретико-методологические подходы

1.1 Политическая пропаганда: свойства, функции, факторы влияния, субъекты.

Прежде чем мы начнем наш разговор о комплексной информационной антитеррористической кампании, необходимо рассмотреть значения терминов «пропаганда» и «политическая пропаганда», а также «терроризм» и «террористическая организация», чтобы лучше понимать объект исследования. Для начала рассмотрим несколько самых популярных определений пропаганды, как науки, а также ее функции, свойства и субъекты.

Большая советская энциклопедия трактует термин «пропаганда» как распространение политических, философских, научных, художественных и др. взглядов с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности⁷.

Толковый словарь Ушакова трактует термин похоже. Согласно этому словарю, пропаганда – это распространение каких-либо идей, учения, знаний путем подробного и углубленного ознакомления⁸.

Энциклопедия Британника дает определение пропаганды, как процесса распространения информации, фактов, слухов, аргументов, полуправды или лжи с целью влияния на общественное мнение⁹.

⁷Большая Советская энциклопедия: в 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-4 изд. – М. : Сов. энцикл., 1969 - 1978

⁸Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. Т. 1. М., 1935; Т. 2. М., 1938; Т. 3. М., 1939; Т. 4, М., 1940. (Переиздавался в 1947-1948 гг.); Репринтное издание: М., 1995; М., 2000.

⁹Official web-site of ENCYCLOPEDIA BRITANNICA. Propaganda article. Written by Bruce Lannes Smith. Last updated 2-17-2016

URL: <http://global.britannica.com/topic/propaganda> (дата обращения 03.03.2016)

А Толковый словарь Ожегова дает следующее определение пропаганды: «Пропаганда – распространение в обществе и разъяснение каких-либо воззрений, идей, знаний, учения»¹⁰.

Далее попробуем проанализировать какое значение термина «политическая пропаганда» дают ученые-специалисты.

По мнению профессора, доктора политических наук Игоря Санжаревского, политическая пропаганда – это политическая и идеологическая пропаганда с целью формирования у широких масс населения определенных взглядов, идей, их внедрения в общественное сознание и воздействия на процесс формирования соответствующей социально-политической ориентации масс¹¹.

Эдвард Бернейс в своей книге дает подобное определение термина: «Современная пропаганда – это последовательная, достаточно продолжительная деятельность, направленная на создание или информационное оформление различных событий с целью влияния на отношение масс к предприятию, идее или группе»¹²».

Политологический словарь-справочник называет политическую пропаганду деятельностью по распространению специально подготовленной информации и, как правило, популистских идей¹³. Целью такой деятельности является формирование некоего отношения к политическим лидерам, институтам, системе в целом, а также выработка необходимых базисному субъекту моделей политического поведения.

Таким образом, обобщив и объединив все вышеуказанные определения терминов, мы можем сформулировать следующие определения:

Пропаганда – это заранее спланированная, тщательно продуманная деятельность по трансляции сформулированного послания, идеи, сообщения

¹⁰ Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992.

¹¹ Политическая наука: Словарь-справочник. сост. проф. пол. наук Санжаревский И.И. 2010.

¹² Бернейс Э. «Пропаганда». М.: Hippo Publishing LTD, 2010.

¹³ Политологический словарь-справочник. — Ростов-на-Дону: Наука-Спектр. Д. Е. Погорельский, В. Ю. Фесенко, К. В. Филиппов. 2008.

посредством распространения в обществе различного рода информации, слухов, аргументов, фактов, полуправды или лжи с целью влияния на общественное мнение.

Исходя из этого, политической пропагандой можно будет называть такую деятельность по трансляции сформулированного сообщения в обществе, целью которой будет воспитание аудитории, выработка поведения, формирование у нее необходимого базисному субъекту отношения к себе, политическим институтам, лидерам и курсу.

Проанализировав термины «пропаганда» и «политическая пропаганда», сформулировав свои определения терминам на основе нашего анализа, перейдем к разговору о характеристиках понятий.

Во-первых, нужно четко понимать отличие пропаганды от рекламы. Реклама апеллирует, прежде всего, к эмоциональной стороне человеческой психики, воздействует на настроение и эмоции человека. Пропаганда же, воздействуя на эмоции человека, с той же эффективностью и интенсивностью влияет и на человеческий разум. Но тогда возникает вопрос, к чему отнести политическую рекламу. Ведь нельзя исключать данный вид рекламного жанра. Ответ будет заключаться в следующем: если реклама призывает свою аудиторию к конкретным политическим действиям, то в этом случае она превращается в агитацию¹⁴ и перестает быть рекламой. А агитация является лишь частью, инструментом пропаганды.

Во-вторых, следует уметь отличать пропаганду от PR-деятельности. Так, например, по мнению Т. Ханта и Дж. Грюнига существует 4 модели коммуникации, которые находят свое применение в практике PR. Одной из таких моделей является модель PR как паблисити (*press agency model*¹⁵).

Суть данной модели заключается в постоянном влиянии на сознание целевой аудитории и манипулировании политическим поведением этой аудитории в нужном для базисного субъекта русле. Это односторонняя

¹⁴ Универсальная энциклопедия. Статья – «Пропагандист».

URL: <http://unienc.ru/w/ru/5865-propagandist.html> (Дата обращения: 03.03.2016)

¹⁵ Grunig J.E., Hunt T. *Managing Public Relations*. N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1984.

модель коммуникации, в которой отсутствует всякая обратная связь между источником информации и получателем этой информации. Цель PR-коммуникации на данном этапе - пропаганда. Для такого типа политической коммуникации характерны следующие основные черты:

- 1) Тщательный отбор информации и жесткий контроль за каналами коммуникации, а также содержанием массовой коммуникации.
- 2) Игнорирование запросов целевой аудитории в угоду интересам государства и правящей элиты как субъекта политического управления
- 3) Политический монологизм в виде информационного господства, стремление к политическому единству власти и общества, подавлению плюрализма, инакомыслия, оппозиции и всех независимых гражданских активистов¹⁶.

В рамках этой модели правдивость и объективность предоставляемой информации не являются обязательными условиями. Задачей PR здесь будет являться привлечение внимания, а эффективность деятельности будет измеряться протяженностью эфира или количеством места на полосе в газете или журнале.

Исследователь Ольшанский говорит о политической коммуникации и подразделяет ее на 4 вида: внутриличностную, межличностную, внутригрупповую и массовую. По его мнению, массовая политическая коммуникация «представляет собой инструмент воздействия на массовое сознание и поведение. Она осуществляется специальными средствами массовой информации... Включает политическую рекламу, политическую пропаганду и агитацию¹⁷».

¹⁶ Научная библиотека КиберЛенинка. Автор А.В.Зайцев. Журнал «ARS ADMINISTRANDI» выпуск №3 2013г. Статья «Диалогическая модель связей с общественностью: возникновение, состояние, перспективы».

URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/dialogicheskaya-model-svyazey-s-obschestvennostyu-vozniknovenie-sostoyanie-perspektivy> (Дата обращения:09.03.16)

¹⁷ Ольшанский Д. В. Политико-психологический словарь. М.: Академический Проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2002. С.208-210

Ольшанский включает в средства политической коммуникации агитацию, так как, по его мнению, агитация – это «наиболее оперативная, конкретная и ситуативная часть пропаганды¹⁸»

Public relations Ольшанский характеризует как составную часть рекламы, в основном политической, и прикладной раздел политической психологии.

Таким образом выходит, что автор относит к средствам политической коммуникации: политическую пропаганду, политическую рекламу и политический PR, отделяя PR и пропаганду друг от друга, как самостоятельные элементы.

Исходя из всего вышеперечисленного, мы можем сделать вывод, что понятие «Public Relations» все же несколько шире понятия «пропаганда». В современных условиях массовой коммуникации и при наличии множества каналов для связи с группами общественности, PR решает широкий круг задач, в то время как пропаганда направлена только на формирование отношения к определенной идее или группе людей. Таким образом, можно сделать вывод, что пропаганда скорее является инструментом PR, нежели является отдельным от него явлением.

Далее отметим некоторые постоянные элементы в структуре пропаганды.

В первую очередь это адресант, то есть базисный субъект, в интересах которого и ведется вся деятельность по пропаганде. Далее идет информация, то есть продукт, сообщение, создавая которое мы тщательно анализируем аудиторию, обрабатываем весь информационный массив и получаем ключевое сообщение, месседж, который транслируем на аудиторию.

Если речь зашла о трансляции сообщения на целевую аудиторию, то можно с уверенностью говорить о третьем и четвертом элементах пропаганды: источнике информации и адресате. В качестве источника или средства информации может выступать любой вид СМИ: радио, ТВ, пресса.

¹⁸Ольшанский Д. В. Политико-психологический словарь. М.: Академический Проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2002. С.208-210

Это может быть телевизионная передача по федеральному каналу, а может – маленькое сообщение в газете или листовке, брошюре, выдаваемой лично в руки в местах массового скопления людей. Главное в этом случае – максимальный охват населения.

Что касается адресата, то им будет являться не столько население, сколько массовое сознание в целом. То есть сознание граждан своей, соседних стран, представителей политических партий, оппонентов, сторонников – всех, кто участвует в электоральном процессе, если речь идет о политической пропаганде.

Для массового сознания, как элемента процесса пропаганды, свойственны две особенности: тенденция к упрощению и тенденция к конкретизации, что было показано знаменитым французским исследователем психологии масс Гюставом Лебоном¹⁹.

«Упрощение — это выделение нескольких или единственного несложного признака для обозначения сложных явлений реальности. Конкретизация — сочетание более или менее абстрактных понятий с какими-либо конкретными привычными образами²⁰». Из данных особенностей в сознании человека образуются стереотипы. Первым термин «стереотип» использовал У. Липпман в начале 20 века в своем труде «Общественное мнение». Стереотип, по мнению ученого, это упрощенное, заведомо принятое представление, не вытекающее за границы собственного личного опыта человека.

По мнению Е. Егоровой-Гантман и К. Плешакова в политическом сознании человека доминируют два типа стереотипов: стереотипы восприятия и стереотипы политической рекламы и пропаганды. Ученые отмечают, что второй тип стереотипов является вторичным, потому что данный вид стереотипов уже попадает на всю существующую их совокупность в сознании человека. Здесь наблюдается закономерность: чем

¹⁹Лебон Г. Психология народов и масс. Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2000.

²⁰Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Никколо-Медиа, 2002. С. 186.

примитивнее стереотип, тем легче он внедряется в систему стереотипов в сознании личности.

Заключительными элементами пропаганды являются изменения в эмоционально-волевой среде адресата и нужные действия, которые адресат выполняет, например, голосует за кандидата-адресанта.

Далее выделим цели пропаганды. Однако для этого мы подразделим ее на виды. А. Цуладзе в своей книге «Большая манипулятивная игра» предлагает нам следующие два вида пропаганды: позитивную, или конструктивную и негативную, или деструктивную пропаганду.

Конструктивная пропаганда стремится внедрить в сознание адресата те или иные убеждения в понятной форме. Цель такой пропаганды – способствовать социальной гармонии, согласию, воспитанию людей в соответствии с общепринятыми ценностями. Еще один важный момент: этот вид пропаганды осуществляется в интересах тех, кому он адресован. Такая пропаганда не ставит своей целью манипуляцию, а, скорее, воспитание, побуждение к общепринятым и социально одобряемым действиям²¹. К этому виду пропаганды можно отнести, например, пропаганду здорового образа жизни, активного отдыха, образования.

Деструктивная пропаганда, напротив, навязывает людям те или иные убеждения по известному принципу Н. Макиавелли «цель оправдывает средства». Цель такой пропаганды – разжигание вражды, обострение противоречий, эскалация конфликтов, пробуждение низменных инстинктов, пробуждение самых базовых потребностей людей. Это позволяет разобщить людей, сделать их озлобленными, отдать во власть эмоций и низменных желаний, сделав их послушными пропагандисту. Основная функция деструктивной пропаганды – создание параллельного мира с перевернутой системой ценностей, установок и взглядов. В отличие от конструктивной

²¹Цуладзе А. М. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. — 336 с. С. 100—101.

пропаганды, деструктивная пропаганда используется в целях и интересах узкой группы лиц, пользуясь при этом низкой критичностью со стороны последователей²².

В данной работе речь будет идти, по большей части, именно о примерах деструктивной пропаганды.

²²Цуладзе А. М. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. — 336 с. С. 100—101.

1.2 Методы и технологии политической пропаганды террористических организаций, исторический экскурс

Прежде чем перейти к рассмотрению методов и технологий политической пропаганды террористических организаций, необходимо рассмотреть значения терминов «терроризм» и «террористическая организация». Рассмотрим несколько самых популярных определений.

Терроризм – один из вариантов тактики политической борьбы, связанный с применением идеологически мотивированного насилия²³.

В словаре по политологии В. Коновалов определяет терроризм – как политику и тактику террора, то есть совокупность особо жестких форм и средств политического насилия, которые используют террористы для достижения своих античеловеческих целей²⁴.

Согласно пункту 3 статьи 9 Федерального Закона «О противодействии терроризму», терроризм – это идеология насилия и практика воздействия на принятие решения органами государственной власти, органами местного самоуправления или международными организациями, связанные с устрашением населения и иными формами противоправных насильственных действий²⁵.

Далее рассмотрим понятие «террористические организации».

В российском законодательстве определение террористической организации дается через характеристику террористической деятельности. Согласно статье №35-ФЗ «О противодействии терроризму»: «В Российской Федерации запрещаются создание и деятельность организаций, цели или действия которых направлены на пропаганду, оправдание и поддержку

²³Энциклопедия Кругосвет. Универсальная научно-популярная энциклопедия. Раздел «История и общество». Подраздел «Государство и политика». Статья «Терроризм» URL: <http://www.krugosvet.ru/node/39844> (Дата обращения: 11.12.2015)

²⁴Политология. Словарь. — М: РГУ. В.Н. Коновалов. 2010.

²⁵Федеральный закон Российской Федерации от 6 марта 2006 г. №35-ФЗ «О противодействии терроризму».

терроризма или совершение преступлений, предусмотренных соответствующими статьями Уголовного кодекса РФ»²⁶.

При рассмотрении антитеррористического законодательства было бы не лишним отметить и зарубежную трактовку понятий «террористическая организация» и «терроризм». Самым ярким примером определения данных понятий за рубежом, безусловно, могут служить определения, предлагаемые нам законодательством Соединенных Штатов. Ведь именно США наиболее пострадали от атак террористов и одними из первых начали свою антитеррористическую деятельность.

Согласно статье 1189 титула 8 Свода законов США, чтобы быть признанной террористической, организация должна быть:

А) иностранной;

Б) должна быть вовлечена в террористическую деятельность или имеет возможность заняться таковой;

В) деятельность организации угрожает безопасности американских граждан и национальной безопасности США.²⁷

Также, согласно статье 2656f титула 8 Свода законов США терроризм есть политически мотивированное насилие, совершенное против невоюющей стороны наднациональными группами или тайными агентами с целью оказать влияние на общественность.

Таким образом, обобщив и объединив все вышеуказанные определения терминов, мы можем сформулировать следующие определения:

Терроризм – тактика террора, совокупность средств политического насилия, оказывающая влияние на общественность, и достигающая своих идеологических целей.

Террористическая организация – организация, с развитой системой межличностной коммуникации, цель которой – осуществление

²⁶Федеральный закон Российской Федерации от 6 марта 2006 г. №35-ФЗ «О противодействии терроризму».

²⁷Official web-site of Cornell University Law School. 8 U.S. Code § 1189 - Designation of foreign terrorist organizations
URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/8/1189> (Дата обращения 16.12.2015)

террористической деятельности и пропаганда своих аморальных ценностей в массах.

Сегодня технологии развиваются со стремительной скоростью. Еще десять лет назад люди имели возможность выйти в Интернет только у себя дома или в специальных интернет-кафе. В наши дни с развитием коммуникационных технологий интернет окружает нас повсюду. А с появлением планшетов и смартфонов использование интернета для получения информации вне дома стало намного удобнее.

Сегодня большинство брендов, так или иначе, используют социальные медиа для коммуникации с клиентами. Тем самым компании удерживают лояльных потребителей и привлекают новых. Во многом благодаря присутствию на большинстве популярнейших социальных сетей в Интернете.

Социальные медиа - это платформа для коммуникативного взаимодействия между людьми²⁸. В социальных медиа большую часть контента создают и распространяют сами пользователи. Несмотря на распространение самого термина многие специалисты не столь однозначны в подобном определении. Так Б. Айзенберг, специалист в области электронного маркетинга, аргументирует свой отказ называть социальные сети и блоги социальными медиа тем, что все традиционные средства массовой информации своей первоначальной целью ставят доставку потребителю социально значимой информации, которая найдет отклик у читателя, вызовет какой-то эффект. Социальные сети, в данном случае, носят лишь функцию площадки, платформы для обмена мнениями. Следовательно, традиционные СМИ на первое место ставят содержание, а в социальных медиа главным является общение и коммуникация между пользователями.

28 Быков И.А., Филатова О.Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2011. Сер. 9. № 2. - С. 226-237.

Однако с данным утверждением можно поспорить. Вряд ли пользователь станет читать тот или иной блог, или просматривать публичную страницу в социальной сети, если администратор блога не будет заботиться о содержании своей площадки, о предпочтениях своей аудитории. Также следует отметить, что на сегодняшний день даже обычный информационный «вброс», не подтвержденный никакими официальными источниками, но растиражированный на большую аудиторию социальных сетей, может быть принят за истину. Это открывает огромные возможности для манипуляции общественным сознанием посредством информации. Примеры этому можно было видеть во время политического кризиса на Украине 2014 года. Нравнодушные, но еще не готовые к активным действиям пассивные толпы людей, видя ряд ложных сообщений в группах социальной сети «ВКонтакте» выходили на площади, где подвергались непосредственному воздействию заинтересованных в беспорядках лиц.

Другой исследователь М.С. Будолак приводит подобное определение социальным медиа: «Социальные медиа - это новый вид онлайн СМИ, где любой пользователь сети интернет, не обладающий навыками программирования, может участвовать в процессе создания, хранения и распространения социально значимой информации, имеющей периодический характер и адресованной широкой общественности²⁹».

Один из исследователей социальных медиа Дж. Торнлеем в собственном блоге дал такое определение: «Социальные медиа – это онлайн коммуникация, в которой индивидуум плавно и гибко меняет свою роль, выступая то в качестве аудитории, то в качестве автора. Для этого используется социальное программное обеспечение, которое позволяет любому без специальных знаний в области кодирования, размещать,

²⁹Будолак М.С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 7 / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. СПб.: Роза мира, 2009.

комментировать, перемещать, редактировать информацию и создавать сообщества вокруг разделяемых интересов³⁰».

В сегодняшней непростой международной ситуации социальные медиа используются и представителями террористических организаций. Они пользуются тем, что среди пользователей легко скрыться и затеряться, транслируя свои идеи на общество. Более того, в среде социальных сетей не трудно выявить слабые, морально не устойчивые категории граждан, которые наиболее подвержены негативному влиянию извне. В случае с террористами такой категорией граждан является в первую очередь молодежь, студенты. Люди, которые находятся в условиях постоянного поиска, смены социального статуса, профессиональной и личностной самореализации. Они постоянно сталкиваются с различными проблемами, живут в условиях стресса, поэтому зачастую повлиять на них лживыми обещаниями, и посеять в их сознании опасные для общества идеи является задачей не такой уж и сложной, что мы и видим по последним сообщениям СМИ, на примере студентки Карауловой³¹.

В социальных сетях люди сами указывают свои предпочтения, выкладывают фото, видео, любимую музыку, книги, делятся новостями и информацией, смешными картинками. В подобных условиях при наличии даже небольшой подготовки в области психологии нетрудно найти подходы почти к любому человеку. Люди сами раскрывают свои «слабые точки», рассказывая и показывая все, что они делают. Бегло проанализировав любую страницу в социальных сетях, мы с большой долей вероятности сможем составить психологический портрет личности, выявить места, в которых анализируемый объект, человек, любит находиться. Подобными технологиями активно пользуются спецслужбы стран по всему миру при поиске преступников. Технология анализа страницы в социальной сети

³⁰Thornley J. What is “social media?” // URL: <http://propr.ca/2008/what-is-social-media/> (дата обращения: 27.12.15.)

³¹РИА Новости. Статья «Дело студентки Варвары Карауловой»
URL: http://ria.ru/trend/Karaulova_arrest_28102015/ (Дата обращения: 27.12.15)

достаточно проста, поэтому и международный терроризм взял на вооружение подобные методы вербовки людей.

Таким образом, в своем исследовании мы должны исходить из того, что наша антитеррористическая кампания должна иметь под своим прицелом прежде всего межличностные коммуникации в социальных медиа.

Многие ошибочно полагают, что явление терроризма относится к рубежу 20 и 21 веков. Во многом это связано с тем, что сообщения о террористических актах и группировках в современном медиа пространстве занимают гораздо более большую, масштабную нишу, нежели это было 50 или 100 лет назад. Однако терроризм зародился немногим позже, чем зародились первые человеческие общины, племена, прото-государства.

Появлялись первые разбойники, которые грабили и убивали, для получения большего количества благ. Появлялись и первые вожди, государи, которые активно сотрудничали с такими разбойниками, используя их, как силу для устрашения соседей-конкурентов. Вспомним, что терроризм – это идеология насилия и практика воздействия на принятие решения органами государственной власти, связанные с устрашением населения. Чем не терроризм в его зародышевой форме?

Есть множество свидетельств в истории, которые указывают нам на конкретные террористические организации, которые использовали тактику террора и устрашения для достижения своих целей. Также они использовали свои акции и вылазки в пропагандистских целях, заявляя о себе.

Так в эпоху Древнего мира одной из наиболее ранних группировок считается иудейская секта сикариев, или «кинжальщиков». Сикарии – представители радикального крыла зелотов в Иудейском царстве в 1 веке нашей эры³². Представители данной секты выражали интересы самых

³² Древний мир. Энциклопедический словарь в 2-х томах. — М.: Центрполиграф. В. Д. Гладкий. 1998.

низших слоев населения. Сикарии боролись с римским господством, уничтожая долговые грамоты, освобождая рабов и призывая их на свою сторону. Подобная секта не могла не найти множества сторонников. Используя все те же методы устрашения населения, сикарии добивались своих целей, освобождая рабов из плена. Однако есть свидетельства и того, что отдельные группы сикариев выполняли и римские заказы на убийство политических деятелей и влиятельных людей того времени. Еще одним доказательством того, что сикарии использовали терроризм как метод достижения своих целей, является свидетельство Иосифа Флавия, знаменитого еврейского историка и военачальника. По его словам, убийцы чаще всего действовали в толпе. Это делалось для того, чтобы произвести максимальный эффект среди населения. Также это позволяло быстро раствориться в толпе, не вызвав подозрений. В качестве оружия убийцы использовали короткий меч или кинжал, который и дал название группировке.

Это свидетельство дает нам ясное понимание того, что эти террористы действовали грамотно, тщательно продумывая свои действия. Не было прессы и телевидения, поэтому все убийства проводились в толпе людей. Каждое убийство становилось публичной акцией. О них говорили, среди людей ходили слухи. Это давало колоссальный эффект. Даже само название организации пошло от орудия убийства. Таким образом, даже незнающий человек скорее всего понимал, чем занимается подобная организация, и какими методами она достигает своих целей. Сикарии явились древним прообразом современных радикальных террористических организаций, которые возглавляют движение социального протеста, настраивая низы против верхов.

В истории было множество примеров террористических организаций. Однако стоит начать свое исследование с того периода, с которого количество подобных организаций начало неуклонно расти. Это период после Великой французской революции. Почему же так произошло? Все дело в том, что

французская революция показала всему мировому сообществу, что методами террора и устрашения, с помощью пропаганды, с помощью народного гнева и негодования можно достичь своих политических целей. Революция показала, что людьми можно управлять, революционное движение возможно наполнять новыми людьми из различных сословий, а их гнев - использовать и направлять в нужное русло.

Руководители революции умело использовали методы пропаганды и внушения в массовое сознание клише и стереотипов. Ярким примером тому может служить знаменитое взятие Бастилии. Известная на всю Францию, а теперь и весь мир, крепость-тюрьма. В сознании жителей Парижа Бастилия была символом мощи и власти государства. Несмотря на то, что в крепости находилось лишь около семи узников и нескольких десятков солдат гарнизона, крепость подверглась многочасовой осаде восставших. Гнев толпы был умело направлен на данный объект, как на символ режима, с которым необходимо бороться. Крепость и ее защитники капитулировали, ее комендант и солдаты были расстреляны толпой, а данная осада до сих пор является символом свободы Франции.

Создание после революции Первой французской республики, достижение восставшими своих целей методами террора и разбоя породило множество террористически настроенных ячеек и сообществ по всей Европе. В 19 веке Европейские политические лидеры пережили ряд покушений со стороны экстремистов. Так член тайной патриотической организации «Молодая Италия» Феличе Орсини считал императора Наполеона III единственным препятствием на пути воссоединения маленьких итальянских княжеств в одно мощное государство. 14 января 1858 года он бросил три бомбы в экипаж императора. Император не пострадал, а революционер был пойман и казнен. Орсини полагал, что данной акцией он сможет разбудить революционные силы Европы и создать благоприятную обстановку для

революции в Италии, однако этого не произошло³³. Но эта акция четко показывает нам, что в Европе нарастало революционное террористическое движение. А во второй половине 19 столетия терроризм приходит и в Россию, под личиной социализма и анархизма. Итогом этого стало убийство императора Александра II в 1881 году народовольцами, желавшими демократических реформ. Тем самым они хотели подтолкнуть государство к реформам.

В 20 веке терроризм обрел новые формы. Первая Мировая война началась с выстрела террориста, а закончилась крахом трех империй. Терроризм все более увязывался с внешней поддержкой со стороны заинтересованных спецслужб государств. Так по мнению многих историков, движение большевиков спонсировалось многими зарубежными разведками. Пример РСДРП(б) является одним из ярчайших примеров пропаганды среди больших масс людей, достижения своих целей методами террора и широкой пропаганды своих идей в массах. Пропаганда большевиков как бы оправдывала ту жестокость, с которой они подходили ко многим вопросам. Народ, во многом необразованный, одурманивали лживыми и красивыми лозунгами.

В листовке Петербургского Комитета РСДРП от 8 января 1905 г. Большевики начинают свое обращение «Солдаты, в воскресенье народ пойдет к царю требовать свободы. Но царь не хочет давать свободы и пошлет вас с ружьями и пушками против народа³⁴». В этой фразе видна и целевая аудитория – солдаты, и сообщение. В продолжении листовки изложен призыв к солдатам отказываться исполнять антинародные приказы, не стрелять в людей, не слушать офицеров. «Отказывайтесь стрелять и бить ваших братьев, не слушайте офицеров, переходите на нашу сторону³⁵». Можно увидеть всю хитрость призывов большевиков. Слово «народ» заменено на «братья»,

³³ Большая Советская энциклопедия: в 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-4 изд. – М. : Сов. энцикл., 1969 - 1978

³⁴ Листовка Петербургского Комитета РСДРП от 8 января 1905 г.

³⁵ Листовка Петербургского Комитета РСДРП от 8 января 1905 г.

что сокращает расстояние между солдатами и народом на психологическом уровне. В данной листовке есть и эхо-фраза: «Солдаты! Идемте с нами за свободу! Да здравствует свобода! Долой войну! Долой самодержавие!³⁶». Не было учебников по пропаганде, а пропагандисты РСДРП(б) уже активно использовали ее приемы на деле. В последней фразе есть призывы к свободе и отрицанию существующих препятствий на пути к заветной свободе. Большевики умело манипулировали сознанием толпы.

9 января демонстранты во главе со священником Гапоном собрали мирное шествие, которое имело своей целью доставить лично царю Петицию о рабочих нуждах. Однако неорганизованный характер действия и стремление провокаторов в толпе проникнуть за оцепление солдат привело к вооруженным стычкам и расстрелу мирной демонстрации. Большевики воспользовались ошибкой властей. Теперь большевики с уверенностью могли заявлять о нежелании царя считаться с мнением народа, ведь тому было кровавое доказательство. «Мы, социал-демократы, говорили уже вам раньше, что у царя и чиновников ничего нельзя взять просьбами и мольбами, что на них действует только сила, что они беспощадные враги, а не друзья ваши. Теперь вы сами видите это на деле. Так идем же вместе! И пусть пролитая кровь не пропадет даром! Пусть она принесет нам свободу и лучшее будущее! Объединяйтесь, вооружайтесь, надейтесь только на себя, товарищи рабочие!³⁷»

В годы Первой Мировой и Гражданской войны большевики также активно вели пропагандистскую деятельность. На местах, в основном на фронте, создавались партийные ячейки, печатались листовки и газеты. Большевики обращались именно к солдатам, поскольку те были единственной опорой и поддержкой правящего режима. В большей своей части это были крестьяне, которые желали мира, возвращения домой и земли. Большевики обещали это в своих листовках, и малообразованные солдаты

³⁶ Листовка Петербургского Комитета РСДРП от 8 января 1905 г.

³⁷ Листовка Петербургского Комитета РСДРП от 10 января 1905 г.

уходили с фронта, отказываясь воевать. Листовки и брошюры выпускались тысячными тиражами. Они попадали на фронт и это возымело свой эффект. Даже в годы Гражданской войны листовки большевиков активно распространялись среди солдат Белого движения. После победы РСДРП(б) многие белогвардейцы писали о том, что большевики выиграли борьбу за умы, и это стало ключевым фактором в победе в целом.

Еще одним ярким примером террористической подпольной организации, которая активно использовала средства пропаганды в своей деятельности, является Ирландская Республиканская армия.

Националистическая организация, боровшаяся за независимость Ирландии после ПМВ, смогла добиться формальной независимости Ирландии. Однако Ирландия стала доминионом Великобритании, а северная часть острова осталась в составе Великобритании, что лишь подлило масла в огонь протестного движения.

Боевики Ирландской армии организовывали подрывы автомобилей, вооруженные нападения на полицейские участки. Тактика террора и устрашения была основной в деятельности этой организации. Зачастую боевики предупреждали полицию о взрыве за 90 минут до детонации заряда. Это имело большой пропагандистский эффект. Избегая жертв среди гражданского населения, данные акции запугивали сотрудников британской полиции. Боевики ИРА старались атаковать исключительно британских военнослужащих и полицейских. Такими «прицельными» акциями организация четко показывала населению, что их враг – Британия и сотрудники исполнительных органов власти Британии, а не простые жители. Также организация выпускала учебное пособие для партизан, в котором коротко и емко описывалось все: от тактики ведения подпольной борьбы и способов изготовления бомб, до тактики ведения информационной войны и подробного анализа психологии британского полицейского. Такой учебник увлекал молодых людей, желающих помочь национально-освободительному движению, просвещая потенциальных бойцов, обучая их накопившемуся

многолетнему опыту здесь и сейчас. «Учебник добровольцев Ирландской республиканской армии» говорит об информационной войне. Согласно ему информация «должна создавать у населения твердость противостоять власти», а также «обеспечивать широкую поддержку национально-освободительному движению». Это лишь является подтверждением целям ИРА бороться с представителями власти, но никак не с гражданами.

Также ИРА вела большую публикационную деятельность, печатая многочисленные плакаты и листовки с призывами к борьбе, правилами поведения бойцов и прочими пропагандистскими сообщениями. «Ирландская республиканская армия: "Наша цель заставить англичан уйти из Ирландии и создать демократическую, социалистическую республику", «Мы способны дать решительный ответ!», «Несдержанные разговоры стоят жизней. В такси, по телефону, в клубах и барах, на футболе, дома с друзьями - везде, где бы ты не говорил - не выболтай лишнего», «Они могут убить революционера, но никогда не смогут убить революцию³⁸», - это лишь немногие из плакатных лозунгов ИРА. И они говорят о многом. Во многом благодаря продуманной пропагандистской политике, а также умелому планированию своих акций ИРА и смогло с таким размахом «прогреть» на всю Великобританию.

На рубеже XX и XXI веков огромную мощь набрал радикальный ислам и исламистские террористические организации. Сегодня радикальный ислам и исламский терроризм – темы топ-уровня во всех мировых СМИ. О пропаганде современных исламских террористических организаций мы поговорим во второй части данной работы.

³⁸Блог «LiveJournal». Пользователь TIPOLOG. Статья «Плакаты Ирландской республиканской армии 70-х – 80-х годов». URL: <http://tipolog.livejournal.com/54289.html> (Дата обращения: 06.03.16)

Глава 2. Современные методы пропаганды террористических организаций

2.1 ИГИЛ – как субъект пропаганды.

В теме данной работы заявлено исследование технологий пропаганды исламистских террористических организаций. В ходе данной работы мы, безусловно, коснемся нескольких известных террористических организаций. Однако основной упор в своем исследовании мы сделаем на запрещенной в России террористической организации «ИГИЛ», или «ДАИШ». Подобное решение обусловлено тем, что эта организация, на сегодняшний день, является самой большой и глобальной проблемой безопасности всего человечества, и большая часть информационных материалов о терроризме на сегодняшний день посвящена именно данной организации.

Сегодня «ИГ» является самой опасной организацией, которую знало человечество. Ее сторонники проводят массовые казни, крушат исторические памятники, которые внесены в список всемирного наследия ЮНЕСКО, а также проводят чистки по принципу принадлежности к вере или расе. Это лишь неполный список преступлений данной организации. Но каким образом, казалось бы, кучка террористов в пустынях Сирии, Ирака и Пакистана смогла достичь таких высот, получив колоссальные по размерам территории и людские ресурсы? И как противодействовать этой и прочим подобным организациям в информационной сфере? На эти вопросы мы попробуем дать ответ в нашей работе.

Субъект пропаганды, как мы уже говорили выше, это определенная социальная группа, интересы которой выражает пропаганда.

Проанализируем «ИГ» в качестве субъекта пропаганды. Для наилучшего понимания деятельности в области пропаганды организации «ИГ» необходимо исследовать интересы данной организации, как субъекта пропаганды, а также соотнести эти интересы с интересами общества и отдельных групп общественности, к которым обращена коммуникация субъекта. Благодаря этому мы сможем наилучшим образом понять выбор форм, методов и средств пропаганды.

Итак, какие же интересы могли и могут быть у «ИГ». Сегодня многие ошибочно приравнивают эту организацию к не менее известной «Аль-Каида» и прочим подобным организациям. Однако это заблуждение. «Аль-Каида» и ее сторонники изначально не имели единой созидательной идеи. Акцентируя свое внимание на терактах против «неверных», «Аль-Каида» приравнивала себя к прочим организациям подобного толка, став одной из множества проблем на международной арене, с которой, так или иначе, справлялись военные разведки стран.

По мнению экспертов Я.А. Амелиной и А.Г. Арешева, «Исламское государство» эволюционировало в другом направлении, а именно в направлении создания самостоятельного государства путем:

- демонстрации военной состоятельности – нанесения поражений национальным силам безопасности и конкурирующим группировкам;
- формирования аппарата государственного управления на контролируемых территориях;
- создания собственных источников извлечения доходов, достижения финансовой независимости;
- реализации социальных программ, направленных на обеспечение лояльности населения;

- проведения широкой пропагандистской кампании по всему миру³⁹.

Таким образом, мы видим системный подход данной организации к реализации своей цели – построения единого арабского государства без границ.

Теперь попробуем разобраться в интересах большей части общества Ближнего Востока и понять, в связи с какими событиями сформировались сегодняшние потребности населения данного региона.

Кризис 2008 года сильно сказался на всем мире, в том числе и на Ближнем Востоке. В условиях всеобщего повышения цен на товары, продовольствие бедные страны Арабского мира не могли долго обеспечивать население всем необходимым. Также народное недовольство увеличивалось в следствие высокого уровня коррупции в среде правящих режимов.

По мнению Михаила Вестфрида, соискателя кафедры мировых политических процессов МГИМО(У) МИД России, эти факторы обострили те социальные и политические проблемы, которые зрели уже очень давно. Ко всему прочему эксперт отмечает, что в каждой стране региона имелись проблемы и противоречия между различными племенами и кланами, а также противоречия между религиозными и национальными общностями, такими как копты, шииты и др.

Таким образом, Арабская весна привела к тому, что были свергнуты режимы в таких странах, как Тунис, Египет, Ливия и др. А в Сирии это привело к гражданской войне. По мнению экспертов Института мировой экономики и международных отношений РАН, такие политические перестановки создали в регионе так называемый «политический вакуум»,

³⁹«Исламское государство»: сущность и противостояние. Аналитический доклад / Под общей редакцией Я.А. Амелиной и А.Г. Арешева. Владикавказ: Кавказский геополитический клуб, 2015. – 226 стр.

который начал заполняться экстремистскими организациями, в числе которых была «ИГ».

В подобных условиях разрухи, голода и нищеты, население нуждалось в удовлетворении своих базовых потребностей, нужных для выживания. Кланам и группировкам же нужен был новый ориентир.

Таковым стало «ИГ», которое давало и тем и другим оружие и деньги. В конце июля 2014 года организация сделала объявление о создании «халифата». Если посмотреть значение этого слова в словаре, то мы увидим, что халифат – это «система мусульманской теократии, а также принятое в литературе название феодально-мусульманского государства⁴⁰». То есть, по сути, «ИГ» объявило о достижении своей цели. Это привлекло большое количество новых людей на сторону данной организации. Как и у любого государства, у «ИГ» есть своя структура органов власти. Стоит уделить ей отдельное внимание.

Во главе организации стоит «халиф» Абу Бакр аль-Багдади⁴¹, в окружение которого входят два его помощника, которые курируют вопросы по Сирии и Ираку, а также помощник по военным вопросам, по сути, командующий армией «ИГ»⁴².

Также «халифу» подчиняется «правительственный кабинет», финансово-ревизионная комиссия и личная служба безопасности⁴³.

Один из высших органов управления «ИГ», Совет Шуры, способен даже отстранить от власти «халифа», если тот будет не в состоянии исполнять свои обязанности либо если он будет своими решениями нарушать

⁴⁰ Большая Советская энциклопедия: в 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-4 изд. – М. : Сов. энцикл., 1969 - 1978

⁴¹ Militant Leader in Rare Appearance in Iraq // The New York Times, 06.07.2015

⁴² «Исламское государство»: сущность и противостояние. Аналитический доклад / Под общей редакцией Я.А. Амелиной и А.Г. Арешева. Владикавказ: Кавказский геополитический клуб, 2015. – 226 стр.

⁴³ Там же

принципы шариата. Также этот совет занимается одобрением кандидатур на пост губернаторов провинций и членов Военного совета. Кроме того, Совет Шуры осуществляет контроль за исполнением и передачу директив «халифа» в низовые инстанции⁴⁴.

Еще одним высшим органом управления является Шариатский Совет, который осуществляет контроль за деятельностью прочих органов управления государства на соответствие ее законам шариата. Также Совет через свои региональные комиссии осуществляет контроль за деятельностью должностных лиц, а также руководит полицией и судами.

Военный совет «ИГ» занимается разработкой военной стратегии, планированием различных операций, а также вопросами обеспечения и обороны подконтрольных территорий.

Функциями разведки и контрразведки в «ИГ» заведует Совет Безопасности. Именно этот орган власти отвечает за подготовку террористических актов.

Кроме того, в структуру высших органов управления «ИГ» входят:

- Совет по финансам, осуществляющий надзор за распределением средств и аудит деятельности губернаторов областей;
- Совет по информационным коммуникациям, который осуществляет непосредственное руководство пропагандой, организует деятельность СМИ «Исламского государства» и координирует деятельность активистов в социальных сетях;

⁴⁴Suhaib Anjarini, 'The Islamic State: from Baghdadi the founder to Baghdadi the «caliph», Al-akhbar (eng), 10 July 2014. URL: <http://english.al-akhbar.com/node/20599> (Дата обращения: 20.03.2016)

- Совет по благотворительности, в функции которого входят вопросы социального обеспечения, пенсий инвалидам и членам семей погибших боевиков.⁴⁵

Также у «ИГ» существует свой пресс-секретарь, который является официальным представителем террористов – Абу Мухаммад аль-Аднани⁴⁶. Именно он осуществляет трансляцию последних идей и сообщений о деятельности «ИГ», в основном посредством аудиозаписей. На момент написания данной работы (март 2016 года), по запросу «Абу Мухаммад аль-Аднани» в поисковых системах, после стандартных первых ссылок ресурса «Википедия», поисковые системы выдают десятки различных сайтов сомнительного характера, на которых предлагаются различные фрагменты программных выступлений данного представителя «ИГ», которые можно как скачать, так и прослушать онлайн, в том числе и на русском языке. Подобные аудиозаписи можно найти даже в социальной сети «ВКонтакте», просто введя поисковый запрос в разделе «Аудиозаписи»

Главной задачей «ИГ» является, прежде всего, обеспечение лояльности населения и подтверждение идеи единого «халифата». Так весной-летом 2014 года руководству «ИГ» пришлось выплатить 2 млн. долларов для обеспечения лояльности племен⁴⁷. Большая часть этой суммы была потрачена на решение социальных проблем. Из этого руководство «ИГ» сделало для себя очень ценный вывод о том, что финансовые вложения в поддержку социальных программ могут стать не менее, а во многих случаях и наиболее эффективным способом поддержки лояльности населения, нежели старый метод массовых репрессий.

⁴⁵ «Исламское государство»: сущность и противостояние. Аналитический доклад / Под общей редакцией Я.А. Амелиной и А.Г. Арешева. Владикавказ: Кавказский геополитический клуб, 2015. – 226 стр.

⁴⁶ Исламское государство: Армия террора / Майкл Вайс, Хасан Хасан ; Пер. с англ. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016. — 346 с.

⁴⁷ Josh Rogin, «U.S. Ignored Warnings Before ISIS Takeover of a Key City,» The Daily Beast, 10 July 2014. URL: <http://www.thedailybeast.com/articles/2014/07/10/u-s-ignored-warnings-before-isis-takeover-of-a-key-city.html> (Дата обращения 20.03.16)

Многие из руководителей «Исламского государства» - бывшие члены БААС (Партия арабского социалистического возрождения⁴⁸). Соответственно они имеют большой опыт административной деятельности. Одной из главных задач для них является восстановление нормальной жизни в разрушенных населенных пунктах. Подобные настроения встретили широкую поддержку в среде суннитов, на которых и работает «ИГ». Пропагандистский лозунг «Справедливость и порядок на принципах ислама» во многом помог «ИГ» привлечь на свою сторону ту огромную часть населения, которая хотела мира, порядка и стабильности если не для себя, то, по крайней мере, для своих семей и родственников⁴⁹.

Власти на местах вмешиваются в ценовую политику торговцев, не позволяя мелким торговцам завышать цены у продуктов первой необходимости⁵⁰.

Во многих городах работает автобусное сообщение, которое бесплатно для населения, восстановлена работа почты, действует система питания для бедных слоев населения. Многие бойцы «ИГ» получили бесплатные дома и квартиры⁵¹. Обеспечить солдат квартирами руководству организации не составило труда, ведь огромная часть населения, относившаяся к национальным и религиозным меньшинствам, сбежала из городов и сел в страхе перед террористами. В эти пустующие помещения и были заселены террористы.

48 Большая Советская энциклопедия: в 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-4 изд. – М. : Сов. энцикл., 1969 - 1978

49 «Исламское государство»: сущность и противостояние. Аналитический доклад / Под общей редакцией Я.А. Амелиной и А.Г. Арешева. Владикавказ: Кавказский геополитический клуб, 2015. – 226 стр.

50 Hassan Hassan, «Islamic State in Syria, Back with a Vengeance,» Sada, 14 July 2014 URL: <http://carnegieendowment.org/sada/2014/07/14/islamic-state-in-syria-back-with-vengeance/hfto> (Дата обращения: 20.03.2016)

51 «In northeast Syria, Islamic State builds a government», Reuters, 18 August 2014. URL: <http://www.reuters.com/article/2014/09/04/us-syria-crisis-raqqa-insight-idUSKBN0GZ0D120140904> (Дата обращения: 20.03.2016)

Во многих школах возобновляется учеба детей. Все это делается под лозунгами о скорейшем восстановлении системы образования. Однако в таких школах основной упор делается на религиозное преподавание ислама, причем радикальных его форм⁵².

Следует отметить и финансовое состояние террористического государства.

Изначально «ИГ» сделало ставку на формирование собственных источников дохода. По некоторым оценкам, активы организации перед захватом города Мосул летом 2014 года составляли 875 млн. долларов⁵³. Эти деньги были получены, во многом, благодаря контрабандной торговле углеводородным сырьем, заложниками и прочими способами. Сегодня основная статья доходов «Исламского государства» - это торговля нефтью. «ИГ» продает нефть на внутреннем рынке, а также зарубежным покупателям, таким как Турция, Ирак, Ливан и прочие⁵⁴.

Также «ИГ» зарабатывает и на торговле антиквариатом⁵⁵, продавая различные артефакты, добытые в древних городах Междуречья.

Из всего вышеизложенного мы можем сделать несколько выводов.

Во-первых, геополитическая ситуация в регионе сложилась таким образом, что все события, произошедшие за последние 6-8 лет сократили дистанцию между радикальным исламом и населением. У «ИГ» в руках оказались те средства, которые были необходимы большей части населения.

52[□]«IS Instills its Own Curriculum in A-Raqqa Schools,» Syria Direct, 3 September 2014. URL: <http://syriadirect.org/main/37-videos/1537-is-instills-its-own-curriculum-in-a-raqqa-schools> (Дата обращения: 20.03.16)

53[□]«How an arrest in Iraq revealed Isis's \$2bn jihadist network», The Guardian, 15 June 2014, URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/15/iraq-isis-arrest-jihadists-wealth-power> (Дата обращения: 20.03.16)

54[□]«Исламское государство»: сущность и противостояние. Аналитический доклад / Под общей редакцией Я.А. Амелиной и А.Г. Арешева. Владикавказ: Кавказский геополитический клуб, 2015. – 226 стр.

55[□]Икрам Сабиров «Что объединило исламистов и арт-дилеров?», Столетие, 1 июня 2015, URL: http://www.stoletie.ru/fakty_i_kommentarii/что_objedinilo_islamistov_i_art-dilerov_934.htm (Дата обращения: 20.03.16)

В сложившихся условиях, пропагандистам «ИГ» не составило особого труда воздействовать на подавленное население, и взять под свое крыло нуждающихся в помощи. Идеи «ИГ» нашли отклик в среде населения, а их успехи в создании «единого государства», победа над ослабевшими и дезорганизованными воинскими формированиями, внесли свой существенный вклад в наращивание публицитного капитала «ИГ».

Во-вторых, после создания «халифата», после набора большого числа новобранцев и рекрутов, «ИГ» сформировало очень четкую структуру, государственный аппарат, который оказался вполне жизнеспособен. Эта структура охватывает все сферы жизни: от вопросов в военной сфере, до социальной политики.

В-третьих, руководство «ИГ» пошло другими, более рациональными путями, чтобы наиболее эффективно воздействовать на лояльность населения. Репрессивный элемент в политике «ИГ» также остался, однако руководство организации сделало ставку на финансирование социальной сферы жизни общества. Питание для малоимущих, сниженные цены на продукты первой необходимости – все это удовлетворяет базовые потребности населения, удовлетворяя и запросы целевой общественности. А образование в школах, в основном религиозное, помогает взращивать новые поколения экстремистов, вкладывать нужные террористам идеи в молодые головы. Все эти акции являются ярким примером целой системы пропаганды террористов, направленной на сознание населения. Манипулируя базовыми потребностями целевых аудиторий, и смотря в будущее, руководство «ИГ» умело контролирует уровень лояльности населения, а работа пропагандистов и пресс-секретаря «ИГ» лишь усиливает эффект, позволяя организации пополняться новыми членами. Об этом может говорить хотя бы пример наличия аудиозаписей с выступлениями пресс-секретаря ИГИЛ, переведенными на русский язык, в русском сегменте сети Интернет.

В-четвертых, «ИГ» научилась получать прибыль, нашла источники доходов, которые позволяют организации иметь успех в регионе.

И в-пятых, «ИГ» функционирует как организованная система. Наличие в рядах руководства организации бывших партийных работников, а также кадровых военных и членов спецслужб стран Ближнего Востока, помогает организации функционировать с высокой эффективностью. Эффективность административной системы «ИГ» выражается в победах террористов на огромной территории региона, высокая лояльность населения, а также широкая пропаганда успехов боевиков.

2.2 Деятельность террористических организаций по конструированию и внедрению пропаганды.

Как мы уже сказали во введении к данной работе: объектом нашего исследования является медиа активность террористических организаций на примере таковых в Сирии. То есть их деятельность по конструированию и внедрению пропаганды в свою деятельность.

Пропаганду, ее примеры, а также освещение PR-акций в СМИ самой крупной и опасной на сегодняшний день террористической организации «ИГИЛ», запрещенной в нашей стране, мы рассмотрим в последней главе работы. Здесь же мы попытаемся рассмотреть примеры пропаганды и пропагандистских материалов других, более мелких исламистских террористических организаций.

Рассматривать эти организации и анализировать их деятельность в сфере пропаганды достаточно проблематично, так как деятельность этих организаций в этой сфере в основном выражена в террористических актах, которые, однако, носят, в том числе высокую пропагандистскую роль.

Огромную роль в событиях на Ближнем Востоке сыграли Соединенные Штаты. Вторгнувшись в Ирак и установив там свою власть, войска США организовали несколько лагерей военнопленных и тюрем, в которые они собирали всех, кто, так или иначе, был причастен к экстремистской деятельности. То же до США делало и правительство Ирака. Люди содержались в таких тюрьмах вместе. Они могли общаться, выходить на прогулки. Этим пользовались представители «Аль-Каиды» в Ираке. По словам Дага Стоуна, генерал-майора США, «Аль-Каида» и «ИГИ» (Исламское государство Ирака) использовали такие места заключения как

«джихадистские университеты⁵⁶». Террористы старались как можно более активно внедряться в подобные тюрьмы, чтобы вербовать новых боевиков. По словам американских военных, многие боевики специально сдавались в плен и просили направить их в блок с террористами, уже зачастую зная, как устроена тюрьма⁵⁷. Так, например, известный лагерь для военнопленных «Букка» террористы использовали для поиска людей с аналогичными им интересами, а также налаживания контакта с такими заключенными, так как более тысячи заключенных здесь были убежденными такфиристами-террористами. Однако, по словам того же генерала Стоуна, главной мотивацией к вступлению в «АКИ» были деньги, а не идеология⁵⁸. Многие не уважали последователей «АКИ» за использование их организацией женщин и детей в качестве смертников. В этих условиях «АКИ», у которой идеология присутствовала на самом низком уровне всячески уступала «ИГИ», под сильным впечатлением от которого находились молодые заключенные.

Таким образом, террористические организации региона могли пополняться новыми членами, а уже опытные «вербовщики» быстро попадали в среду своей целевой аудитории, где быстро обзаводились контактами, а также воздействовали на сознание заключенных радикально исламистскими проповедями. К окончанию отбывания своего, как правило, небольшого срока такие люди выходили из тюрем подкованными и «образованными». При выходе из тюрьмы для них не было иного будущего, кроме экстремистских организаций, к которым такие заключенные уже не испытывали неприязнь или страх, считая их единственно возможным выходом.

В своей пропаганде исламистские террористические организации зачастую используют технологию устрашения противников. Так в Пакистане сторонниками движения «Талибан» в 2014 году было совершено нападение

⁵⁶ Исламское государство: Армия террора / Майкл Вайс, Хасан Хасан ; Пер. с англ. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016. — 346 с.

⁵⁷ Там же

⁵⁸ Там же

на школу города Пешавар, в которой учились дети правительственных военных⁵⁹. После нападения боевики сделали заявление: «Мы хотим, чтобы они чувствовали боль». Данная террористическая акция была направлена против представителей правительственных войск – главного противника движения «Талибан». Ее цель – запугать других служащих в армии, заставить дезертировать этих людей. Главный элемент здесь – страх. Также известно, что террористы движения «Талибан» являются яркими противниками женского образования. Во многом из-за этого объектами их нападений часто становятся школы.

Также известен случай, когда боевики этого же движения повесили ребенка за отказ его отца сотрудничать с боевиками и перейти на их сторону⁶⁰. Здесь основным элементом также служит страх, однако цель данной террористической акции состоит в запугивании уже тех, кто сотрудничает с террористами. Данная акция является ярким примером последствий отказа от сотрудничества для таких людей.

Громким терактом было убийство американского дипломата Лоуренса Фоли в Иордании в 2002 году. Террористическая группировка «Шурапа Аль-Урдун» взяла ответственность за этот теракт. Целью данного теракта была демонстрация протеста против нападения США на Афганистан, а также признания Иерусалима столицей Израиля конгрессом США⁶¹. Данный теракт является примером того, как убийство политика может являться способом террористов заявлять о своем недовольстве теми или иными событиями, происходящими в мире и регионе. Зачастую боевики террористических группировок разбросаны на обширной территории, не имея возможности

⁵⁹Талибы убили более 130 школьников. You-Tube video. Автор: телеканал «NTD Russian». Опубликовано 17 декабря 2014 года.

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FSxoQ2NGcmw> Дата обращения: 26.03.16

⁶⁰«Боевики движения Талибан казнили восьмилетнего ребенка». Корреспондент.net, 25.07.2011. URL: <http://korrespondent.net/world/1243376-boeviki-dvizheniya-taliban-kaznili-vosmiletneho-rebenka> Дата обращения: 26.03.16

⁶¹«Убийство американского дипломата – протест против признания Иерусалима столицей Израиля». Портал «ISRAland – израильские новости», 29.10.02. URL: <http://www.isra.com/news/15580> Дата обращения: 27.03.16

оперативно связаться друг с другом. По всей вероятности подобные террористические акции, транслируемые по мировым СМИ, являются способом донести свою идею и сообщения до всех без исключения боевиков, а также до местного населения, которое, как показывает практика, зачастую разделяет некоторые убеждения террористов.

Нельзя не отметить то, что цели для своих террористических атак террористы подбирают не случайно. За почти каждым терактом стоит четкая стратегия, идеологическая база, свой индивидуальный «месседж». Будь то взрыв, убийство или что-то другое – у подобных акций всегда есть четкая цель, как правило, заявить о чем-то громко и резко. Теракты для террористов становятся своего рода сценой, на которой они выступают со своими заявлениями. Все в данных акциях продумывается до мелочей: страна дислокации, место проведения, время – все имеет значение.

Печально знаменитые теракты 11 сентября, итогом которых стали многочисленные человеческие жертвы. Ответственность за эти теракты взяла на себя «Аль-Каида». Данные теракты вполне соответствуют общей миссии этой террористической организации, провозглашенной в фетве под названием «Джихад против евреев и крестоносцев» Усамы бен Ладена. В ней сказано о том, что «долг каждого правоверного мусульманина где бы он ни находился – убийство американцев, как военных, так и гражданских⁶²». Среди заявленных причин терактов указывались вторжение в Ирак, присутствие американских войск на Ближнем Востоке, а также поддержка Израиля Соединенными Штатами.

30 октября 2004 года в своем видеообращении бен Ладен в очередной раз подтвердил причастность к террористическим актам 11 сентября себя и своей организации. Данный видеоролик также нес в себе высокую

62 Jihad Against Jews and Crusaders: World Islamic Front Statement, 23.02.98.
URL: <http://fas.org/irp/world/para/docs/980223-fatwa.htm> Дата обращения: 27.03.16

пропагандистскую цель заявить о себе, о мотивах, о причинах, которые послужили данным атакам.

В видеообращении бен Ладен не ведет себя как кровожадный убийца, который получает удовольствие от чужих страданий. Напротив, в своих многочисленных обращениях бен Ладен выступал как борец за свободу всего мусульманского народа, как его защитник. В своей риторике он постоянно использовал такие слова, которые наиболее ярким образом подчеркивали бы, что не он и «Аль-Каида», а страны Запада являются агрессорами, а мусульмане лишь защищают себя и свои права на жизнь и свободу. День видеообращения 30 октября 2004 года выбран не случайно. Ведь 2 ноября прошли президентские выборы в США. То есть свое заявление бен Ладен приурочил именно ко дню выборов президента в США. Возможно одной из целей было и влияние на итоги президентской гонки. В видеообращении он заявил, что атаки были совершены, «потому что мы свободный народ, который не принимает несправедливости, и мы хотим вернуть свободу нашей нации⁶³». Мы можем видеть, что нигде в речи бен Ладена не используется слово «террорист». Он обезличивает боевиков фразой «свободный народ», которая звучит более благозвучно.

И далее в своем обращении он переходит уже к причинам, побудившими его организацию подготовить теракты: «Мы клянемся, что Америка не будет жить в безопасности до тех пор, пока мы живем в Палестине. Это покажет Америке, что она ставит интересы Израиля выше интересов собственного народа. Америка не выйдет из этого кризиса до тех пор, пока она не покинет Аравийский полуостров и не прекратит поддержку Израиля⁶⁴».

В глаза сразу же бросаются фразы «не будет жить в безопасности» и «не выйдет из этого кризиса». Бен Ладен использовал страх в своем

⁶³Завтра будет война! / Андрей Буровский, Сергей Якуцени ; Яуза-Пресс, 2010 — 352с.

⁶⁴Там же

обращении к миру и США. Из его слов можно понять, будто бы Америка уже не живет в безопасности и уже находится в кризисе, и причиной тому перечисленные факты неприемлемых нарушений. Бен Ладен пытался внедрить эти мысли в сознание американских граждан, а также своих сторонников и колеблющихся из числа мусульманского населения.

Риторика октябрьского обращения достаточно резкая. Она оперирует страхом, угрожает. Все это сделано с целью повлиять на общественное мнение американских граждан о своем правительстве, которое, по словам террористов, не делает ничего для обеспечения безопасности своих граждан.

Но риторика бен Ладена как лидера «Аль-Каиды» не всегда была столь резка. Чтобы увидеть это, достаточно посмотреть на выступление лидера «Аль-Каиды» от 15 апреля 2004. В этот день телеканал «Аль-Джазира» распространил аудиообращение, авторство которого приписывалось Усама бен Ладену. Оно было растиражировано на весь мир. И до сих пор в русском сегменте сети Интернет можно найти перевод этого выступления на различных форумах, где пользователи активно обсуждали и комментировали выступление бен Ладена. Выступление имело хороший эффект. Многие пользователи были шокированы риторикой террориста №1. В нем он не выглядит кровопийцей или сумасшедшим арабом, с которым невозможно вести диалог и каким его обычно представляли СМИ. В этом обращении он совершил попытку вести конструктивный диалог с миром, и это шокировало многих простых людей, многие из которых на какое-то время поверили в его слова.

Свое обращение бен Ладен начинает со слов об адресате своих слов, а также о выдвигаемом им предложении: «Это обращение к нашим соседям, живущим к северу от Средиземного моря с предложением примирения в ответ на их правильную реакцию на последние события⁶⁵». Адресат, таким

⁶⁵ Полный текст обращения бен Ладена. Kavkazcenter.com, 16.04.04.
URL: <http://www.kavkazcenter.com/russ/content/2004/04/16/19831/polnyj-tekst-obrascheniya-ben-ladena.shtml> (Дата обращения: 28.03.16)

образом, сразу становится понятен – это Европа и входящие в нее страны. Стоит отметить, что бен Ладен обращается к странам словом «соседи», сокращая дистанцию между собой, как адресантом и странами Европы, как адресатом коммуникативного акта.

Далее он заявляет: «В моих руках послание, чтобы напомнить вам, что вы обязаны поступать справедливо с теми, кого любите, и теми, кого вы не любите⁶⁶». Таким образом, бен Ладен выступает не в роли человека, который заявляет или претендует на что-то, а как помощник, как человек, который подсказывает и направляет. Такая риторика способна сбить с толку неопытного человека и вызвать у него чувство доверия. Далее глава «Аль-Каиды» говорит о несправедливости, которую творят страны Запада в Палестине, которую мусульмане считают своей территорией и приводит в качестве примеров последствий такой недальновидной политики теракты 11 сентября 2001 в США и 11 марта 2004 года в Мадриде со словами «вы пожалели то, что посеяли⁶⁷». Таким образом, бен Ладен перекладывает ответственность за теракты не на свою террористическую организацию, а на западные страны.

Стоит отметить, что теракты 11 марта в Мадриде, организованные «Аль-Каидой», произошли ровно через 911 дней после терактов в США, что имеет совпадение с датой американских терактов «9/11». Подобным образом террористы посредством излюбленного метода терактов, управления страхом, решили напомнить всему миру о терактах 11 сентября, заявив всему миру о том, что они не исчезли, и месть террористов может настичь любого человека в любой точке земного шара.

Эти предположения подтверждает в своем обращении сам бен Ладен, говоря о том, что эти теракты – дело рук не террористов, а международного сообщества, которое не считается с мусульманами.

⁶⁶Там же

⁶⁷Там же

В обращении бен Ладен использует такие фразы, как «мы не позволим вам присвоить себе исключительное право на безопасность», «придумав для наших деяний слово «терроризм», вы придумали слово для обозначения самих себя», «наши действия – это реакция на ваши действия»⁶⁸. Также он задает риторические вопросы: «Какая религия позволяет считать ваших погибших невинными, а наших погибших – презренными людьми?», «Согласно каким принципам ваша кровь – настоящая кровь, а наша – вода?»⁶⁹. Анализируя приведенные выше отрывки из обращения можно сказать, что в данном обращении Ладен пытается снять с себя клеймо террориста, утвердив себя в роли защитника своего народа, несправедливо угнетаемого всем миром. В своем выступлении он использует известные приемы антитезы, риторических вопросов, сравнений, широко применяет яркие эпитеты и метафоры.

В конце своего выступления он пытается убедить слушателей в том, что война, о которой все так привыкли слышать, ведется не между террористами и цивилизованным миром, а между мусульманами, и «кровопийцами» и «военными толстосумами», называя все это «американским заговором»⁷⁰. Здесь же он заявляет о своих мирных намерениях, однако предупреждая, что к войне он и его сторонники готовы.

Также необходимо сказать, что у крупных террористических организаций есть свои газеты и брошюры, которые они распространяют на подконтрольных территориях среди боевиков. Среди печатных изданий, которые распространялись и распространяются в среде террористов, можно назвать джихадистский журнал «Аль-Буньян Аль-Марсус» («Неприступная святыня»), пропагандистский журнал «Дабик» запрещенной в России организации «ИГИЛ», джихадистский журнал «Аль-Джихад», журнал

⁶⁸Там же

⁶⁹Там же

⁷⁰Там же

саудовского отделения «Аль-Каиды» «Голос Джихада»⁷¹, официальный печатный орган движения «Талибан» газета «Шариат»⁷², «Islamic State Report»⁷³ и многие другие издания.

Такое большое количество различных наименований печатных изданий может говорить только о том, что данное направление пропагандистской и PR-деятельности является для руководства террористических организаций одним из приоритетных. Эти газеты и журналы можно сравнить с корпоративными изданиями в организациях.

Корпоративное издание – это внутреннее издание той или иной организации, которое рассказывает об успехах компании, последних событиях в жизни компании, а также первого лица компании, формируя при этом лояльность внутренней аудитории, а также позитивный имидж компании. Похожими функциями обладают и печатные издания террористических организаций. Подобные газеты и журналы используются в качестве инструмента пропаганды и внутреннего PR экстремистских организаций. Со страниц газет и журналов руководство организаций также может сообщать о своих последних успехах, приводить фрагменты интервью с первыми лицами, печатать фотографии особо отличившихся бойцов. Все это работает на руководство таких организаций, позволяя умело управлять сознанием, как правило, необразованных подчиненных, направляя их действия в нужное русло. Однако нынешний терроризм ушел гораздо дальше, начав использовать в качестве инструмента пропаганды социальные медиа.

Таким образом, можно сделать вывод, что террористические организации умело используют пропаганду и PR в качестве инструментов

⁷¹ Исламское государство: Армия террора / Майкл Вайс, Хасан Хасан ; Пер. с англ. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016. — 346 с.

⁷² Талибы объявили России священную войну. Лента.ру, 15.02.2000.
URL: <http://lenta.ru/vojna/2000/02/15/taliban/> (Дата обращения: 28.03.16)

⁷³ Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ. И.Ю. Сундиев, А. А. Смирнов, В. Н. Костин, 02.11.14. Сайт С.П.Курдюмова
URL: <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/> (Дата обращения: 28.03.16)

достижения своих целей. Террористы тщательно планируют практически каждый свой теракт. Зная о том, что большие жертвы среди мирного населения, безусловно, привлекут внимание СМИ, террористы посредством подобных террористических акций заявляют о себе и своих целях всему миру. Также террористы активно используют газеты и журналы в пропагандистских целях. Кроме того, формат открытых заявлений, аудио- и видеообращений также широко использовался и используется террористами для достижения наибольшего эффекта и широкого охвата аудитории по всему миру.

Террористы в любую эпоху используют максимально возможное количество средств коммуникации для трансляции и пропаганды своих идей на широкую аудиторию. Этому мы находим подтверждения и сейчас, в эпоху, когда социальные медиа стали полем боя для террористов.

2.3 Пропаганда ИГИЛ: состояние, проблемы,

методы борьбы с пропагандой ИГИЛ.

В данной главе мы поговорим о пропаганде и продвижении, которые ведет запрещенная в России террористическая организация ИГИЛ, а также о методах и примерах антипропаганды российских медиа, исследуем слабые и сильные стороны ИГИЛ и российских медиа в рамках их противостояния. Рассмотрим, каким образом менялось количество и качество публикуемых материалов в российских СМИ в течение года (период с 1 апреля 2015 по 31 марта 2016 гг.), что делалось российским правительством в сфере противодействия влиянию террористической организации ИГИЛ на сознание общества. По итогам вышеперечисленной аналитики предложим свои новые решения и улучшение уже принятых методов и технологий, применяемых сегодня в сфере противодействия глобальному терроризму в лице запрещенной в Российской Федерации террористической организации ИГИЛ.

Прежде всего, стоит отметить то, с каким успехом ведется пропаганда и продвижение главарями запрещенной в нашей стране террористической организацией ИГИЛ своих ценностей и идей на внутренние аудитории. В качестве ярких примеров стоит рассмотреть печатные ресурсы, которые издаются издательским центром ИГИЛ. Это, прежде всего, брошюры «IS News» и «IS Report», а также журнал «Dabiq».

Первые два издания – это информационные брошюры объемом до 10 страниц, выпускаемые с определенной периодичностью с середины 2014 года. В них содержатся хорошо иллюстрированные материалы, которые рассказывают о разных сферах деятельности «Исламского государства»

начиная от освещения деятельности органов управления, и заканчивая различными PR-акциями, как, например, символический снос границы между Ираком и Сирийской Арабской Республикой⁷⁴.

Журнал «Dabiq» - это, в отличие от предыдущих изданий, высококачественный гляцевый журнал объемом от 25 до 50 страниц. На страницах этого журнала содержатся большие статьи религиозно-идеологического характера, выступления и интервью с главарями ИГИЛ. В нем освещаются победы отрядом террористов на полях сражений, мероприятия, проводимые на подконтрольных территориях. Также излюбленным приемом данного журнала является приведение высказываний высокопоставленных членом ИГИЛ, в том числе и погибших в бою.

Журнал очень продуман, высококачественен и интересен для мусульманской аудитории. Каждый его выпуск начинается цитатой известного международного террориста Абу Мусаба аз-Заркави: «От искры, вспыхнувшей здесь, в Ираке, разгорится пламя, оно будет пылать все сильнее и сильнее, с позволения Аллаха, пока не сожжет армии крестоносцев в Дабике». Даже название «Дабик» связано с одноименным маленьким городом в Сирии. Согласно пророческому хадису в этом месте состоится окончательная битва между христианами и мусульманским миром. Также вблизи этого городка прошло крупное сражение между мусульманами и крестоносцами⁷⁵. Сторонники ИГИЛ, в том числе и его руководители, верят, что именно здесь они вершат историю. Посредством подобной легенды, пророческого мифа, постоянно транслируемого со страниц журнала, руководство ИГИЛ умело манипулирует верой в светлое будущее всех своих подчиненных, заставляя их подчиняться.

⁷⁴ Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ. И.Ю. Сундиев, А. А. Смирнов, В. Н. Костин, 02.11.14. Сайт С.П.Курдюмова.

URL: <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/> Дата обращения: 28.03.16

⁷⁵ Исламское государство: Армия террора / Майкл Вайс, Хасан Хасан ; Пер. с англ. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016. — 346 с.

Также журнал описывает историю создания ИГИЛ, в которой активно внедряется мысль о том, что данная террористическая организация без сомнения должна была проиграть и исчезнуть в противостоянии с Западом, однако выжила и развилась в мощное государство без границ для мусульман, где каждый ее гражданин – святой воин, который сражается во имя Всевышнего. Журнал зачастую оперирует подобными мифами и легендами, заставляя неисключенного читателя поверить и стать сторонником идеи всеобщего халифата. Посредством этих историй руководство ИГИЛ оправдывает существование своей организации перед лицом своих читателей. В этом и заключается феномен эффективной пропаганды ИГИЛ и феномен бурного развития данной организации.

Данный миф руководство ИГИЛ умело использовало, когда было объявлено, что против них будет бороться международная коалиция. Пропагандисты ИГИЛ представили данный факт как знак того, что пророчество вот-вот исполнится. Аль-Багдади, главарь организации, объявил себя потомком Хусейна, внука пророка, что, по мнению многих исламских ученых, считается неременным условием обретения законного права управлять мусульманами⁷⁶. Данная легенда о происхождении важна для многих последователей ИГИЛ, поскольку в данном обществе генеалогия – важный аргумент в сфере управления и подчинения.

Также у ИГИЛ имеется мощная медийная инфраструктура. В медиа-агентстве «Аль-Фуркан», которое было создано еще в далеком 2006 году «Аль-Каидой» и «Исламским государством Ирака», производится широкий спектр различной продукции: роликов, фильмов, информационных листовок, аудиоматериалов, постов для распространения в социальных медиа и т.д.⁷⁷

⁷⁶Исламское государство: Армия террора / Майкл Вайс, Хасан Хасан ; Пер. с англ. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016. — 346 с.

⁷⁷Bill 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: 30.03.16).

В 2014 году ИГИЛ выпустило пропагандистский документальный фильм «Звон мечей», снискавший широкую известность по всему миру. Фильм идет более часа. В нем рассказывается о жестоких нападениях террористов, о террористических актах, проводимых боевиками. Также в фильме включены сцены казней, проводимых членами группировки. Среди прочего демонстрируются и заявления рядовых членов о своей верности «халифату», а также своеобразные PR-акции. Например, в фильме демонстрируются кадры покаяния «муртадов⁷⁸» (вероотступников) из числа военных. На кадрах демонстрируется, как боевики ИГИЛ прощают правительственных военных. Также фильм содержит кадры уничтожения американской военной техники, причем и в замедленной съемке. Фильм исполнен на высоком уровне, а видеоряд сопровождается музыкой. Качество фильма было отмечено многими иностранными журналистами⁷⁹.

Также ИГИЛ выпустило серию роликов с казнью американских журналистов Джеймса Фоули и Стивена Сотлоффа, на которых известный палач ИГИЛ по кличке Джихади Джон совершает на камеру акт казни⁸⁰.

По мнению множества экспертов именно жестокость и насилие, транслируемые с экранов, являются одним из ключевых факторов привлекательности ИГИЛ, который привлекает сторонников по всему миру. Рита Карц, директор центра мониторинга экстремистских сайтов, США, считает, что «жуткие сцены казней и разрушений есть то, что группы, подобные ИГИЛ, используют для привлечения сторонников⁸¹».

78[□]«Исламский энциклопедический словарь». Статья «Муртад». А. Али-заде, Ансар, 2007 г

79[□]Bill Roggio. US targets al Qaeda's al Furqan media wing in Iraq. The Long War Journal. 28 October 2007.

URL: http://www.longwarjournal.org/archives/2007/10/us_targets_al_qaedas.php# (Дата обращения: 30.03.16)

80[□]РИА Новости. Казнь журналиста из США боевиками ИГ.

URL: http://ria.ru/trend/foly_death_20082014/ (Дата обращения: 30.03.16)

81[□]Tony Dokoupil. War of Words: Is Obama Losing the ISIS Propaganda Battle? // NBC News. September 29th 2014. URL: <http://www.nbcnews.com/storyline/isis-terror/war-words-obama-losing-isis-propaganda-battle-n211711> (Дата обращения: 21.10.2014)

В 2014 году в ИГИЛ начал свою работу медиа-центр «Аль-Хайят». Его целевой аудиторией является аудитория западных стран. Медиа-центр выпускает продукцию на английском, французском, немецком и русском языках⁸². Производимая центром медиапродукция имеет своей целью привлечь новых сторонников в организацию. Материалы, подготавливаемые террористами, призывают граждан стран Запада и совершать теракты в местах проживания и даже приводят нужные инструкции по подготовке и осуществлению подобных терактов.

Также медиацентром был подготовлен сайт на русском языке, в котором были типичные для сайтов рубрики. Также в них располагались ссылки на аккаунты в социальных сетях, а в разделе «новости» размещались видео- и аудиоматериалы.

Специалисты ИГИЛ активно работают в социальных сетях. Отечественный исследователь В.Васильченко пишет, что террористы используют стандартные для «social media marketing» приемы. В социальных медиа бойцы ИГИЛ выкладывают видео- и аудиообращения, делают селфи с оружием в руках и котятками в Instagram, ведут онлайн-трансляции боев в Twitter, рассказывают о пережитых эмоциях и бытовых мелочах в самых мельчайших подробностях.

К слову сказать, террористы ИГИЛ активно использовали образы кошек, которые так полюбились пользователям по всему миру. В 2014 году была создана и активно работала страница в Twitter под названием «Исламское государство кошек», где размещались различные фотографии с боевиками ИГИЛ, которые играли с котятками, делали с ними селфи. При этом соблюдалась вся атрибутика ИГИЛ: боевики носили маски, камуфляжную одежду и оружие. Авторы многочисленных твитов называли своих котят

⁸²Gertz, Bill. New Al Qaeda Group Produces Recruitment Material for Americans, Westerners. The Washington Free Beacon. 13 June 2014.

URL: <http://freebeacon.com/national-security/new-al-qaeda-group-produces-recruitment-material-for-americans-westerners/> (Дата обращения: 01.04.16)

«мяуджахедами» по аналогии с известным термином «моджахед». Подобного рода аккаунты в социальных сетях, наполненные подобными легкими по содержанию постами являлись эффективным инструментом пропаганды. Тем самым террористы показывали, что они ведут якобы нормальную жизнь среди войны и разрушений.

Также террористам удается зарабатывать на своем бренде. Благодаря эффективному социальному маркетингу открывающиеся интернет-магазины по продаже атрибутики ИГИЛ пользуются среди пользователей большим спросом, а в ливийской столице даже открылся реальный фирменный магазин ИГИЛ, где продается атрибутика разных фасонов и размеров⁸³.

ИГИЛ заявило о себе и в отечественной социальной сети «ВКонтакте». По словам того же Васильченко, аккаунты ИГИЛ появились в российской социальной сети уже очень давно. Это русскоязычное сообщество SgamToday и закрытая группа Islamic State News. Также боевики открыли и индивидуальные аккаунты сторонников ИГИЛ. Посредством этих площадок ИГИЛ вело информирование об успехах организации, вербовку новых членов призывами «не бросать своих братьев в беде» и т.д. Также эти сообщества занимались сбором денежных средств в поддержку военных действий на Ближнем Востоке. В сообществе ShamToday отчитались о сборе почти 100 тыс. рублей⁸⁴.

В качестве инструментов продвижения информации в сети Интернет боевики ИГИЛ используют и массовую рассылку сообщений в Twitter. Так, к примеру, распространялись угрозы американскому правительству и гражданам под общим хештегом #CalamityWillBefallUS, что означает

⁸³Tracksuits and Tricycles: The Weird World of ISIS-Branded Merchandise. Vocativ. Jeff Neumann. Posted: 27.06.14

URL: <http://www.vocativ.com/world/lebanon-world/tracksuits-tricycles-weird-world-isis-branded-merchandise/> (Дата обращения: 01.04.16)

⁸⁴Васильченко В. Халифат во «ВКонтакте»: как террористы из «Исламского государства» захватывают российскую соцсеть // Apparatus. 11.09.2014. URL: <http://apparatus.cc/network/vk-isis/> (Дата обращения: 01.04.16)

дословно «Бедствие настигнет США». В тексте постов под этим хештегом было сообщение: «Если США бомбят Ирак, значит мы держим под прицелом каждого американского гражданина, где бы он ни находился».

Также сторонниками ИГИЛ было разработано и введено в эксплуатацию приложение для Android The Dawn of Glad Tidings, что означает «Рассвет радостных вестей» для массовой рассылки сообщений в Twitter⁸⁵. Данное приложение рассылало от имени зарегистрировавшихся сторонников ИГИЛ одинаковые сообщения, располагая между каждым символом пробел, тем самым обходя алгоритмы защиты от спама в Twitter. Подобным хитроумным способом в топ выводились необходимые сообщения.

Также террористы ИГИЛ воспользовались всеобщим ажиотажем вокруг чемпионата мира по футболу 2014 в Бразилии. Используя популярные хештеги #WorldCup и #Brazil2014 пропагандисты ИГИЛ выводили в топ видеозаписи с казнями.

Далее приведем SWOT-анализ ИГИЛ в таблице №1.

SWOT-анализ ИГИЛ	
<p>Сильные стороны: - наличие четкой структуры и системы управления;</p> <p>- наличие эффективных источников дохода, получения денежных средств;</p> <p>- отсутствие сильных конкурентов, «монополия»;</p> <p>- наличие сильной системы пропаганды и PR: газеты, журналы, листовки, брошюры, работа в социальных медиа и т.д.;</p> <p>- широкий непосредственный доступ к обездоленному населению региона;</p> <p>- широкий опосредованный социальными медиа доступ к населению мира, нереализовавшейся молодежи, живущей в условиях социальной неудовлетворенности.</p>	<p>Слабые стороны: - незаконность во всех странах мира;</p> <p>- радикальные методы правосудия на подконтрольных территориях;</p> <p>- внешняя коммуникация с ярко выраженным радикализмом, сценами насилия;</p> <p>- убийство мирных жителей по всему миру.</p>
<p>Возможности: - расширение своего влияния</p>	<p>Угрозы: - более активная борьба</p>

85 Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ. И.Ю. Сундиев, А. А. Смирнов, В. Н. Костин, 02.11.14. Сайт С.П.Курдюмова.
 URL: <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/> Дата обращения: 28.03.16

<p>в нестабильном регионе Ближнего Востока;</p> <ul style="list-style-type: none"> - увеличение интенсивности коммуникационного воздействия на внешние аудитории; - работа с религиозными деятелями на местах. 	<p>международного сообщества с нарастающей угрозой «ИГИЛ» (авиационные удары ВКС РФ и Международной коалиции стран НАТО);</p> <ul style="list-style-type: none"> - ужесточение антитеррористического законодательства в странах-жертвах террористических актов, а также в других странах; - ужесточение контроля за сетью Интернет, социальными медиа со стороны органов власти; - более активная работа общественных организаций с молодежью по борьбе с влиянием террористических организаций; - изменение риторики СМИ, взаимодействие государства и СМИ в области противодействия влиянию террористических организаций на общество.
--	---

Таблица №1

В данной работе мы вполне подробно рассмотрели деятельность запрещенной в РФ организации ИГИЛ в сфере пропаганды и PR.

В 2014-2015 гг. у ИГИЛ было широкое поле для действий. Социальные медиа и целые государства оказались не готовы к информационной войне с террористами. Боевики «Исламского государства» вели эффективную деятельность в медиа пространстве, распространяя электронные версии своих журналов, листовок, афиш, размещая видео- и аудиоматериалы в сети Интернет, Делая свой контент легким и понятным простой аудитории, возводя насилие и террор в культ, делая терроризм главной темой для обсуждения, возводя его в так называемый «мейнстрим». Однако в данный момент государства взаимодействуют друг с другом в деле борьбы с терроризмом. За последние полгода ситуация в корне изменилась, и большинство аккаунтов и площадок террористов в Интернете было заблокировано. Однако при тщательном анализе сети Интернет все еще возможно найти некоторые из материалов террористов.

Далее стоит рассмотреть то, с какой периодичностью упоминалось название группировки ИГИЛ в отечественных СМИ за последний год (период с 1.04.15 по 31.03.16).



Рис. 1

Как мы видим на рис.1, основное количество упоминаний группировки было достаточно низким еще весной прошлого года. Однако в июне 2015 года количество упоминаний резко возросло в связи с громким случаем поимки студентки Варвары Карауловой, которая была завербована боевиками ИГИЛ, и направлялась в Сирию, а также в связи с терактами в Тунисе, где на курортном пляже боевиками были расстреляны туристы. Далее, на протяжении всего лета интерес к группировке со стороны центральной печатной прессы падал. Однако в сентябре интерес к группировке возрос. Во многом это стало возможным из-за миграционного кризиса в Европе, который стал предметом обсуждений многих аналитиков на страницах прессы, в том числе и в связи с действиями ИГИЛ на Ближнем Востоке. Также в начале осени боевики ИГИЛ вошли во всемирно известную Пальмиру, где они печально прославились громкими терактами против памятников всемирного наследия. Пропагандистские ролики разлетелись по всей сети и СМИ, вызвав волну обсуждения во всех странах, в том числе и в

РФ. Для наглядности приведем в качестве примера диаграмму, которая показывает количество упоминаний в федеральном телеэфире наименования группировки ИГИЛ.

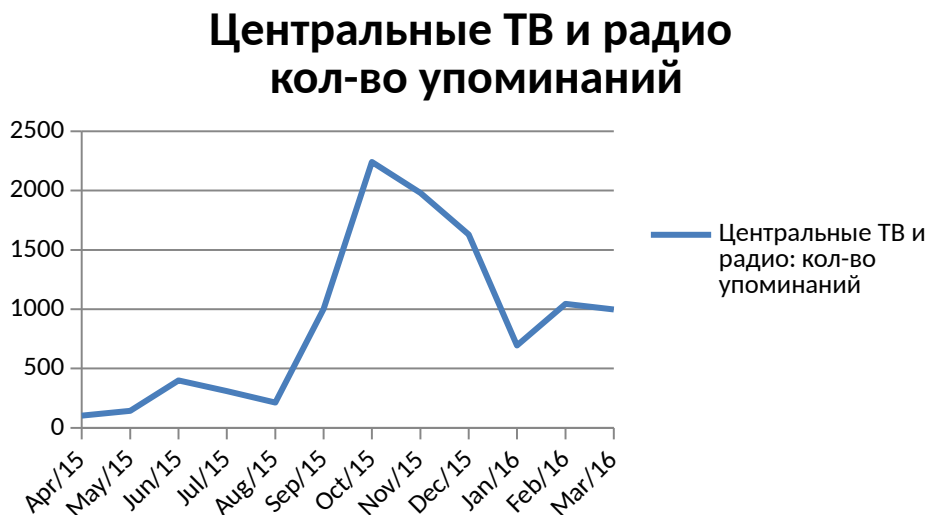


Рис. 2

Как мы видим из рис. 2, ситуация в телеэфире мало чем отличается от обстановки в печатных СМИ. 28 сентября 2015 года Президент РФ Владимир Путин выступил с речью на 70-й Генеральной Ассамблее ООН, в которой он упомянул ИГИЛ как главную угрозу современному миру. Уже 30 сентября В.Путин на совещании с членами правительства выступил с заявлением, в котором обсуждалась ситуация в Сирии. В ходе заявления было объявлено о начале операции ВКС РФ против боевиков ИГИЛ на территории Сирии.

Дальнейший подъем количества упоминаний ИГИЛ в СМИ связан с сообщениями об операции российских войск в Сирии, видеосъемка авиаударов, брифинги из центра Министерства обороны РФ, сводки из Сирии. В этой ситуации Россия поступила очень грамотно, создав максимальную открытость в информационном пространстве. Это, во многом, помешало западным СМИ оказать какое-либо негативное влияние на общественное мнение об операции в Сирии. Однако мы можем видеть, что

интерес к конфликту в Сирии и организации ИГИЛ в октябре-ноябре 2015 года начал резко снижаться. Подобные показатели мы видим и на рис.3.

Центральные интернет издания кол-во упоминаний



Рис. 3

На трех предложенных диаграммах мы четко видим резкий спад интереса общественности и СМИ к ИГИЛ и операции в Сирии. А с конца ноября ИГИЛ упоминалось уже как дополнительный информационный повод в рамках сюжетов и материалов о Турции и связи турецкого правительства с ИГИЛ. Это во многом связано со сбитием российского самолета СУ-24 24 ноября 2015 года. Однако стоит отметить, что спад в ноябре 2015 года упоминаний ИГИЛ кажется несколько странным на фоне терактов в российском самолете авиакомпании «Когалым авиа» 31 октября 2015 года, а также на фоне нападений арабов на туристов в Израиле, терактов в Париже ноября того же года.

В январе 2016 года во всех СМИ наблюдается небольшой подъем упоминаний ИГИЛ в материалах и сюжетах. Мы можем связать это с очередными терактами террористов в столицах Ирака, Турции и Индонезии. Однако остается под большим вопросом спад интереса СМИ к ИГИЛ в ноябре 2015 года на фоне более громких терактов.

Теперь рассмотрим SWOT-анализ, сделанный по нашей стране.

SWOT-анализ РФ	
<p>Сильные стороны: - ужесточение контроля за сетью Интернет, социальными медиа со стороны органов власти;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Политика открытости в сети Интернет, социальных медиа органов государственной власти, работающих на внешние аудитории (МИД РФ, Минобороны РФ) - Взаимодействие с отечественными и зарубежными СМИ в области антипропаганды ИГИЛ (приглашение журналистов на авиабазу Хмеймим, в центр Минобороны, кадры авиаударов); - Эффективная работа спецслужб РФ по контролю и ликвидации «вербовщиков» террористических организаций на территории РФ; - Широкое освещение в СМИ работы гос. органов в сфере противодействия терроризму. 	<p>Слабые стороны: - сильная дифференциация регионов, входящих в состав;</p> <ul style="list-style-type: none"> - исторические противоречия между государством и частью населения регионов Северного Кавказа; - большой приток бедных мигрантов из мусульманских стран региона Средней Азии, желающих быстро заработать; - неэффективная работа по противодействию влиянию террористических организаций в сети Интернет; - малоэффективная политика государства по поддержке молодежи; - высокий уровень безработицы среди молодежи; - высокий уровень коррупции и слабая экономика страны; - слабая работа общественных организаций; - наличие жертв среди граждан РФ из-за терактов террористов.
<p>Возможности: - подключение общественных организаций и общества в целом к работе по противодействию влиянию терроризма, организация акций, митингов, флешмобов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка специалистами психологами и востоковедами программы для студентов ВУЗов страны, проведение на ее основе круглых столов, дискуссий, мастер-классов и т.д.; - организация горячей линии и веб-сайта для обращений граждан по факту обнаружения экстремистских материалов в сети Интернет; - построение более эффективной миграционной политики, жесткий контроль за миграционными потоками, организация горячих линий, консультационного центра адаптации для мигрантов и их семей; - организация круглых столов, дискуссионных клубов, мастер классов для главных редакторов печатных и интернет изданий, ТВ-каналов, блоггеров с привлечением специалистов по вопросу правильного освещения деятельности 	<p>Угрозы: - скрытая работа по пропаганде и продвижению террористами в социальных медиа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - развитие радикального ислама среди молодежи Северного Кавказа и др. регионов РФ; - информационные атаки и «вбросы» зарубежных СМИ по поводу действий РФ в регионе Ближнего Востока; - миграционный кризис в соседнем европейском регионе; - бесконтрольность социальных сетей.

<p>террористических организаций в СМИ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - налаживание эффективного взаимодействия со СМИ; - налаживание эффективного диалога с религиозными лидерами и религиозным сообществом, организация конференций, круглых столов с их участием и привлечением специалистов; - создание системы реабилитации для людей, которые хотели примкнуть к террористическим организациям, но не сделали этого; - работа с завербованными людьми, которые были задержаны и возвращены в страну, показ передач и интервью с их участием в сети Интернет и по ТВ, освещение «реальности» и разрушение «мифов» о «Исламском государстве». 	
---	--

Таблица №2

Стоит отметить, что на сегодняшний день в российском медиа пространстве ведется довольно активная работа по противодействию терроризму и пропаганде терроризма. Однако можно было бы достичь наибольшей эффективности подобной борьбы при помощи подключения общественности к различным акциям, а также организации различных мероприятий с участием молодежи, религиозных деятелей с целью выработки правильной модели поведения. Преимущество ИГИЛ в сфере пропаганды заключается в том, что целевые аудитории, во многих случаях, не знают всей правды. ИГИЛ играет на чувствах и эмоциях людей, возводя насилие в культ, и квалифицируя свою деятельность не как экстремизм, а как борьбу за свободу единого «халифата», защиту всех мусульман. В ходе данной работы мы уже рассматривали пример других террористических организаций, которые прикрывали экстремизм и радикализм за «правильными» лозунгами. Однако, как показывают данные опроса, показанные на рис. 4, примерно одинаковое количество людей боится или, наоборот, не испытывает страха по отношению к ИГИЛ, но почти 85% аудитории едины во мнении, что ИГИЛ – проблема, с которой необходимо бороться.



Рис. 4

Поэтому очень важно создавать медиа продукцию, которая из первых уст рассказывала бы о настоящей жизни террористов в ИГИЛ, от которой бегут многие обманутые, ранее завербованные люди. В момент написания этой работы телеканалом «RT» готовится подобный документальный фильм, в котором реальные боевики ИГИЛ, а также те, кто смог сбежать из организации, рассказывают реальные истории жизни организации.

Подобные материалы помогут нивелировать влияние пропаганды ИГИЛ, и показать реальную картину происходящего, о которой многие не знают.

Заключение

Деятельность террористических организаций в сфере пропаганды и PR меняется с течением времени. Если в начале века основными инструментами в сфере пропаганды у террористов были, по большей части, видео- и аудиообращения, то с развитием коммуникационных технологий, современный терроризм перенял их и научился ими пользоваться. Нынешняя активность террористов в социальных медиа связана с тем, что, на сегодняшний день, это самый легкий и быстрый способ достичь массового сознания.

Современный человек является активным пользователем социальных сетей. Создание площадок и аккаунтов в социальных сетях позволило террористам достичь небывалой популярности. Посредством легкого, понятного, а главное, доступного контента о себе террористы запрещенной в нашей стране организации ИГИЛ смогли эффективно транслировать свои идеи на целевые аудитории, то есть молодежь. Именно молодые люди являются основными пользователями социальных медиа, и террористы этим воспользовались.

Грамотное построение коммуникационной политики, легкий контент, иллюстративность, красочность материалов, предлагаемых террористами, позволили организации ИГИЛ вырасти в огромное государство с четкой структурой и финансированием, которое угрожает всему цивилизованному миру.

Организация ИГИЛ выстроила широкую информационно-пропагандистскую сеть, которая позволяет ей вербовать все новых и новых сторонников. Наличие единой информационной политики, печать

многочисленных брошюр, буклетов, листовок, газет и журналов религиозно-пропагандистского толка позволяет организации вести эффективную информационную политику на свои внутренние аудитории. Эти печатные издания смело можно сравнивать с корпоративной прессой. Они также сообщают о последних событиях из жизни организации, рассказывают о ее лидерах и руководстве, а также об особо отличившихся «сотрудниках».

Эти издания активно распространяются в сети Интернет, что делает их прессой для всех. Также организация ИГИЛ выпускает очень качественные видео- и аудиоматериалы, которые отличаются высокой степенью организации, красочностью и иллюстративностью. Даже видео казней превращаются не в домашние любительские съемки, а в высокопрофессиональные короткометражные фильмы с постоянными действующими лицами.

Все это вместе делает организацию информационно открытой. Люди, а в особенности молодежь, проникаются идеями террористов. Организация ИГИЛ превращает многие аспекты своей деятельности в шутку и игру, что привлекает и обманывает целевую аудиторию. А об эффективности такой коммуникации говорит многочисленная статистика, согласно которой поток людей, примыкающих к ИГИЛ очень высок.

Целью данной дипломной работы было применить геолокационные сервисы в комплексной рекламной кампании школы танцев и, тем самым, развеять миф об узкой направленности геолокации в рекламных коммуникациях.

Целью данной выпускной квалификационной работы был анализ медиа активности запрещенной террористической организации ИГИЛ, а также прочих террористических организаций, анализ самого феномена «терроризм», и составление общих рекомендаций по использованию

широкого спектра PR-инструментов в сфере борьбы с влиянием пропаганды террористов на население.

Для достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи:

- изучен термин «терроризм»;
- дано определение понятию «терроризм» и «террористическая организация», «пропаганда»;
- изучены существующие и действующие на сегодняшний день террористические организации;
- проведен мониторинг зарубежного и российского опыта противодействия террористическим организациям в медиа сфере;
- проанализирована медиа активность террористических организаций;
- изучена целевая аудитория данных террористических организаций;
- выделены наиболее подходящие информационные и коммуникационные методы противодействия влиянию представителей террористических организаций;

Опираясь на полученные результаты данной дипломной работы можно сделать итоговый вывод, что для противодействия влиянию пропаганды террористической организации ИГИЛ необходимо провести целый комплекс коммуникационных мероприятий с участием различных групп общественности. Также необходимо отслеживать социальные медиа и подключать к этому общественность.

Современный терроризм проникает в Интернет. Этого требует современная действительность. И для эффективного противодействия терроризму необходима единая политика государства и общественности в данном направлении.

Список используемых источников и литературы:

1. Бернейс Э. «Пропаганда». М.: Hippo Publishing LTD, 2010.
2. Большая Советская энциклопедия: в 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-4 изд. – М. : Сов. энцикл., 1969 – 1978
3. Быков И.А., Филатова О.Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2011. Сер. 9. № 2. - С. 226-237.
4. Будолак М.С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 7 / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. СПб.: Роза мира, 2009.
5. Д.П. Гавра Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2011. — 288 с.: ил.
6. Диалогическая модель связей с общественностью: возникновение, состояние, перспективы // А.В.Зайцев. Журнал «ARS ADMINISTRANDI» выпуск №3 2013г.
7. Древний мир. Энциклопедический словарь в 2-х томах. — М.: Центрполиграф. В. Д. Гладкий. 1998.
8. Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Никколо-Медиа, 2002. С. 186.
9. Завтра будет война! / Андрей Буровский, Сергей Якуцени ; Яуза-Пресс, 2010 — 352с.
- 10.«Исламский энциклопедический словарь». Статья «Муртад». А. Ализаде, Ансар, 2007 г

11. Исламское государство: Армия террора / Майкл Вайс, Хасан Хасан ; Пер. с англ. — М. : Альпина нон-фикшн, 2016. — 346 с.
12. «Исламское государство»: сущность и противостояние. Аналитический доклад / Под общей редакцией Я.А. Амелиной и А.Г. Арешева. Владикавказ: Кавказский геополитический клуб, 2015. – 226 стр.
13. Ольшанский Д. В. Политико-психологический словарь. М.: Академический Проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2002. С.208-210
14. Лебон Г. Психология народов и масс. Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2000.
15. Листовка Петербургского Комитета РСДРП от 8 января 1905 г.
16. Листовка Петербургского Комитета РСДРП от 10 января 1905 г.
17. Особенности политической пропаганды в информационном обществе // А.А.Маслова Журнал «Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики» Выпуск № 2-2 (52) / 2015.
18. Политическая наука: Словарь-справочник. сост. проф пол. наук Санжаревский И.И. 2010.
19. Политологический словарь-справочник. — Ростов-на-Дону: Наука-Спектр. Д. Е. Погорелый, В. Ю. Фесенко, К. В. Филиппов. 2008.
20. Политология. Словарь. — М: РГУ. В.Н. Коновалов. 2010.
21. Пропаганда как технология политического манипулирования // Т.С.Мельникова / Журнал «Власть» Выпуск № 8 / 2010.
22. Стратегия советской пропаганды // Лассвелл Гарольд Д. Журнал «Политическая лингвистика» Выпуск №27 / 2009
23. Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992.
24. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. Т. 1. М., 1935; Т. 2. М., 1938; Т. 3. М., 1939; Т. 4, М., 1940. (Переиздавался в 1947-1948 гг.); Репринтное издание: М., 1995; М., 2000.

25. Федеральный закон Российской Федерации от 6 марта 2006 г. №35-ФЗ «О противодействии терроризму».
26. Фундаменталистская и экстремистская пропаганда в постсоветском Дагестане // А.М.Курбанова Журнал «Власть» / Выпуск № 11 / 2010.
27. Цуладзе А. М. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. — 336 с. С. 100—101.
28. Grunig J.E., Hunt T. Managing Public Relations. N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1984.
29. Militant Leader in Rare Appearance in Iraq // The New York Times, 06.07.2015

Электронные ресурсы

30. Балтийское Информационное агентство. Статья ««ИГ» признано в России террористической организацией»
URL: <http://www.baltinfo.ru/2014/12/29/Islamskoe-gosudarstvo-priznано-v-Rossii-terroristicheskoi-organizatsiei-470214> (Дата обращения 11.12.2015)
31. Блог «LiveJournal». Пользователь TIPOLOG. Статья «Плакаты Ирландской республиканской армии 70-х – 80-х годов».
URL: <http://tipolog.livejournal.com/54289.html> (Дата обращения: 06.03.16)
32. «Боевики движения Талибан казнили восьмилетнего ребенка». Корреспондент.net, 25.07.2011.
URL: <http://korrespondent.net/world/1243376-boeviki-dvizheniya-taliban-kaznili-vosmiletneho-rebenka> (Дата обращения: 26.03.16)

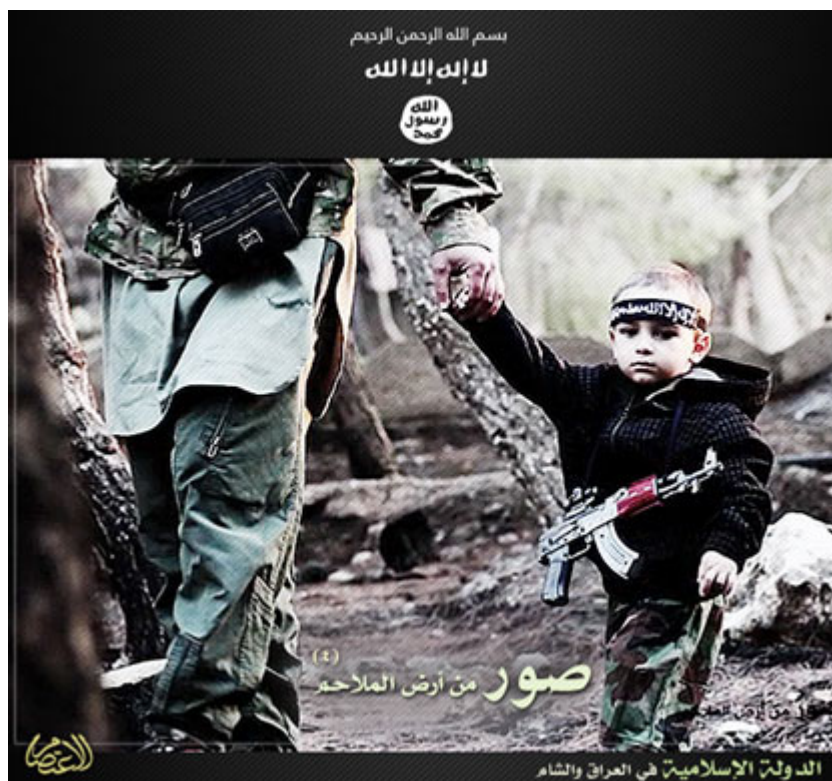
33. Васильченко В. Халифат во «ВКонтакте»: как террористы из «Исламского государства» захватывают российскую соцсеть // Apparat. 11.09.2014.
URL: <http://apparat.cc/network/vk-isis/> (Дата обращения: 01.04.16)
34. Икрам Сабиров «Что объединило исламистов и арт-дилеров?», Столетие, 1 июня 2015.
URL: http://www.stoletie.ru/fakty_i_kommentarii/chto_objedinilo_islamistov_i_art-dilerov_934.htm (Дата обращения: 20.03.16)
35. Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ. И.Ю. Сундиев, А. А. Смирнов, В. Н. Костин, 02.11.14. Сайт С . П . К у р д ю м о в а
URL: <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/> (Дата обращения: 28.03.16)
36. Полный текст обращения бен Ладена. Kavkazcenter.com, 16.04.04.
URL: <http://www.kavkazcenter.com/russ/content/2004/04/16/19831/polnyj-tekst-obrascheniya-ben-ladena.shtml> (Дата обращения: 28.03.16)
37. РИА Новости. Статья «Дело студентки Варвары Карауловой»
URL: http://ria.ru/trend/Karaulova_arrest_28102015/ (Дата обращения: 27.12.15)
38. РИА Новости. Статья «СМИ: ЦРУ недооценило число боевиков «Исламского государства»»
URL: <http://ria.ru/world/20141116/1033587696.html#14161582473623&message=resize&relto=register&action=addClass&value=registration#ixzz3JFkY0oWc> (Дата обращения: 11.12.2015)
39. РИА Новости. Казнь журналиста из США боевиками ИГ.
URL: http://ria.ru/trend/foly_death_20082014/ (Дата обращения: 30.03.16)
40. Ридус: агентство гражданской журналистики. Статья «ИГИЛ обзавелось 45 тысячами аккаунтов в Twitter для вербовки и пропаганды»
URL: <https://www.ridus.ru/news/177185> (Дата обращения: 11.12.2015)

- 41.С п и с о к ж е р т в т е р а к т а 11 с е н т я б р я .
URL: http://911research.wtc7.net/cache/sept11/victims/victims_list.htm (Дата обращения: 02.12.2015)
- 42.Талибы объявили России священную войну. Лента.ру, 15.02.2000.
URL: <http://lenta.ru/vojna/2000/02/15/taliban/> (Дата обращения: 28.03.16)
- 43.Талибы убили более 130 школьников. You-Tube video. Автор: телеканал «NTD Russian». Опубликовано 17 декабря 2014 года.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FSxoQ2NGcmw> (Дата обращения: 26.03.16)
- 44.«Убийство американского дипломата – протест против признания Иерусалима столицей Израиля». Портал «ISRAland – израильские новости», 29.10.02. URL: <http://www.isra.com/news/15580> (Дата обращения: 27.03.16)
- 45.Универсальная энциклопедия. Статья – «Пропагандист».
URL: <http://unienc.ru/w/ru/5865-propagandist.html> (Дата обращения: 03.03.2016)
- 46.Энциклопедия Кругосвет. Универсальная научно-популярная энциклопедия. Раздел «История и общество». Подраздел «Государство и политика». Статья «Терроризм».
URL: <http://www.krugosvet.ru/node/39844> (Дата обращения: 11.12.2015)
- 47.Bill Roggio. US targets al Qaeda's al Furqan media wing in Iraq. The Long War Journal. 28 October 2007.
URL:http://www.longwarjournal.org/archives/2007/10/us_targets_al_qaedas.php (дата обращения: 30.03.16).
- 48.Gertz, Bill. New Al Qaeda Group Produces Recruitment Material for Americans, Westerners. The Washington Free Beacon. 13 June 2014.
URL: <http://freebeacon.com/national-security/new-al-qaeda-group-produces-recruitment-material-for-americans-westerners/> (Дата обращения: 01.04.16)

49. Hamilton, Stuart September 11, the Internet, and the effects on information provision in Libraries (pdf). 68th IFLA Council and Conference URL: <http://archive.ifla.org/IV/ifla68/papers/156-079e.pdf> (Дата обращения: 11.12.2015)
50. Hassan Hassan, «Islamic State in Syria, Back with a Vengeance,» Sada, 14 July 2014 URL: <http://carnegieendowment.org/sada/2014/07/14/islamic-state-in-syria-back-with-vengeance/hfto> (Дата обращения: 20.03.2016)
51. «How an arrest in Iraq revealed Isis's \$2bn jihadist network», The Guardian, 15 June 2014, URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/15/iraq-isis-arrest-jihadists-wealth-power> (Дата обращения: 20.03.16)
52. «In northeast Syria, Islamic State builds a government», Reuters, 18 August 2014.
URL: <http://www.reuters.com/article/2014/09/04/us-syria-crisis-raqqa-insight-idUSKBN0GZ0D120140904> (Дата обращения: 20.03.2016)
53. «IS Instills its Own Curriculum in A-Raqqa Schools,» Syria Direct, 3 September 2014.
URL: <http://syriadirect.org/main/37-videos/1537-is-instills-its-own-curriculum-in-a-raqqa-schools> (Дата обращения: 20.03.16)
54. Jihad Against Jews and Crusaders: World Islamic Front Statement, 23.02.98.
URL: <http://fas.org/irp/world/para/docs/980223-fatwa.htm> Дата обращения: 27.03.16
55. Josh Rogin, «U.S. Ignored Warnings Before ISIS Takeover of a Key City,» The Daily Beast, 10 July 2014.
URL: <http://www.thedailybeast.com/articles/2014/07/10/u-s-ignored-warnings-before-isis-takeover-of-a-key-city.html> (Дата обращения 20.03.16)
56. Official web-site of Cornell University Law School. 8 U.S. Code § 1189 - Designation of foreign terrorist organizations
URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/8/1189> (Дата обращения 16.12.2015)

57. Official web-site of ENCYCLOPEDIA BRITANNICA. Propaganda article. Written by Bruce Lannes Smith. Last updated 2-17-2016 URL: <http://global.britannica.com/topic/propaganda> (дата обращения 03.03.2016)
58. Suhaib Anjarini, 'The Islamic State: from Baghdadi the founder to Baghdadi the «caliph», Al-akhbar (eng), 10 July 2014. URL: <http://english.al-akhbar.com/node/20599> (Дата обращения: 20.03.2016)
59. Thornley J. What is “social media?” // URL: <http://propr.ca/2008/what-is-social-media/> (дата обращения: 27.12.15.)
60. Tony Dokoupil. War of Words: Is Obama Losing the ISIS Propaganda Battle? // NBC News. September 29th 2014. URL: <http://www.nbcnews.com/storyline/isis-terror/war-words-obama-losing-isis-propaganda-battle-n211711> (Дата обращения: 21.10.2014)
61. Tracksuits and Tricycles: The Weird World of ISIS-Branded Merchandise. Vocativ. Jeff Neumann. Posted: 27.06.14 URL: <http://www.vocativ.com/world/lebanon-world/tracksuits-tricycles-weird-world-isis-branded-merchandise/> (Дата обращения: 01.04.16)
62. Walsh, Courtney C Italian police explore Al Qaeda links in cyanide plot. Christian Science Monitor. URL: <http://www.csmonitor.com/2002/0307/p07s02-woeu.html> (March 7, 2002) (Дата обращения: 11.12.2015)

Приложения



Пропагандистский постер ИГИЛ



Скриншот сайта «Халифат. Исламское государство» Al Hayat Media Center (Источник <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/>)



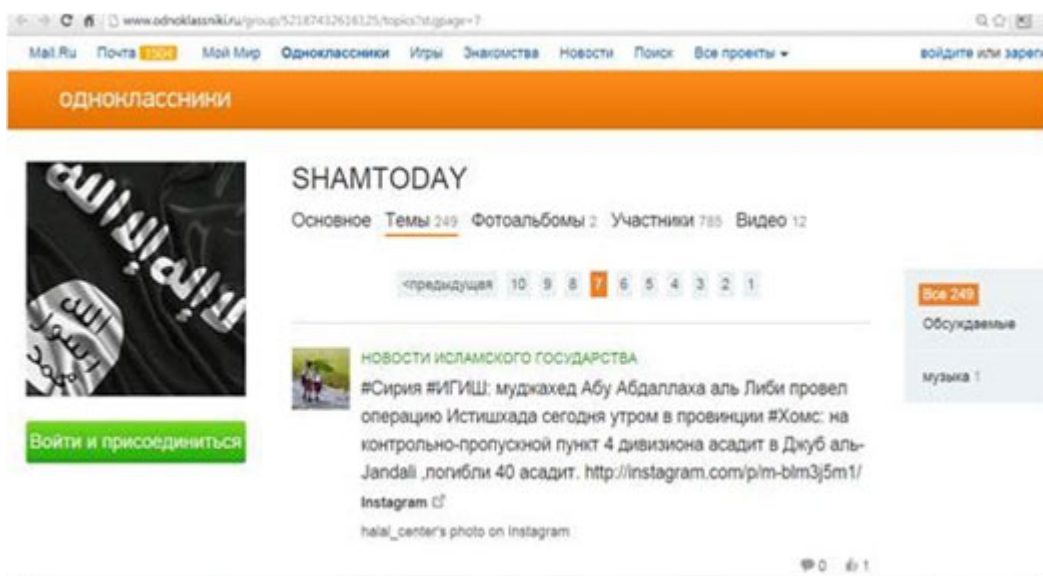
Печатные издания «Islamic State Report» и «Dabiq» медиа-центра «Аль-Хайят» (Источник тот же)



Твиттер аккаунт «Исламское государство кошек» (Источник: <https://twitter.com/ISILCats/media>)



Страница активиста ИГИЛ в отечественной социальной сети «ВКонтакте»
 (Источник: <http://apparat.cc/network/vk-isis/>)



Скриншот страницы сообщества ИГИЛ в российской социальной сети
 «Одноклассники» (Источник: <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/>)