

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

Информационно-пропагандистская политика исламистских террористических организаций: анализ деятельности «Исламского государства»

Холодкова Наталья Васильевна

Студент (бакалавр)

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

E-mail: xolodos@mail.ru

В условиях трансформации информационного пространства современности «Исламское государство» (далее - «ИГ»), как одно из уникальных явлений транснационального терроризма исламистского типа [1, 2], наполняет свой арсенал методов борьбы за установление глобального халифата не только традиционным военным вмешательством, но и современными элементами ведения, так называемой «информационной войны». «ИГ» всё более успешно оказывает воздействие на сознание обывателей через активное использование информационно-коммуникационных технологий, превзойдя всех своих предшественников.

Информационная деятельность «ИГ» базируется на нескольких медиаагентствах, создающих медийную продукцию группировки и занимающих определенную нишу на рынке: медиа-агентство «Al-Furqan Institute for MediaProduction» (2006), медиа-фонд «Ajnad Media Foundation» (2013), медиа-агентство «I'tisaam Media Foundation» (2013) [6].

Основным каналом пропаганды группировки является Интернет-пространство. Сетевое влияние «ИГ» прослеживается, прежде всего, через известные социальные сети и ресурсы: Twitter, Facebook, ВКонтакте, Instagram, Diaspora, Friendica [7]. Здесь специально обученные представители исламистской организации вербуют новых членов через видеообращения, обучающие видеоролики, разжигание споров с последующим выявлением наиболее активных участников, создания пабликов провинций халифата и аккаунтов боевиков, где выкладываются фоторепортажи о проведении карательных операций над «неверными» [3]. При этом исламисты постоянно работают над совершенствованием своего сетевого имиджа, постоянно находятся в тренде [5].

Также, благодаря высококлассным специалистам в области IT-технологий, «ИГ» удаётся создавать пропагандистские фильмы очень хорошего качества, которые можно посмотреть на ресурсе YouTube и во всех тематических группах. Получившие широкую известность пропагандистские фильмы «Звон мечей» и «Пламя войны» демонстрируют подборку не просто жестоких убийств, но и имеют глубокий политико-идеологический смысл [7].

Помимо этого, «ИГ» имеет собственный интернет-магазин, который ведёт торговлю различной сувенирной атрибутики с тематическими принтами группировки. И в целом, по всему интернет-пространству можно найти многочисленные демотиваторы, высмеивающие западный образ жизни и наполненные изображениями различных голливудских катастроф [7].

Также «ИГ» проводит в информационном пространстве и киберджихад, взламывая крупные системы безопасности, прежде всего, западных стран. Примером служит недавняя атака аккаунта Центрального командования ВС США в Twitter, на странице которого хакеры-боевики разместили тексты с угрозами в адрес военнослужащих американской армии [4].

Отдельным плюсом в информационной политике «ИГ» следует назвать её транснациональную направленность. Многие медийные продукты выпускаются на нескольких языках, таких как, арабский, английский, французский, русский и немецкий. А пропаганда в

социальных сетях даже с арабского аккаунта, в любой момент способна деформироваться в грамотный английский.

Следующим серьезным направлением деятельности «ИГ» в информационном пространстве являются печатные СМИ. Медиаагентства издают несколько брошюр, в их числе, «Islamic State Report» и «Islamic State News», а также журнал «Dabiq», имеющих электронные аналоги в Интернете [6]. Брошюры рассказывают читателям о структуре «ИГ», об экономической и социальной деятельности, а также деятельности органов управления. Журнал «Dabiq» содержит масштабные религиозно-идеологические статьи, где излагаются сводки боевых действий и цитируются высказывания лидеров группировки.

Широко используется контроль телевизионных СМИ, прежде всего, на подконтрольных территориях. В г. Мосуле (Ирак) «ИГ» подчиняются пять телевизионных станций, еще две - в г. Ракке (Сирия).

Таким образом, в лице «ИГ» мы имеем террористическую организацию, которая обладает развитой медийной инфраструктурой и демонстрирует беспрецедентно высокий уровень владения передовыми информационно-коммуникационными технологиями, ключевыми из которых являются традиционные и электронные СМИ, а также методы работы в социальных сетях, блогах, форумах и иных информационных порталах. Повышение интенсивности информационно-пропагандистской политики «ИГ» в глобальном масштабе способствует возвышению данной организации среди других исламистских террористических организаций Ближнего Востока и активизирует их деятельность по всему миру.

Источники и литература

- 1) 1. Арзумян Р.В., Акопян А.А. Иррегулярные конфликты. Ближний Восток. Террористические группировки «Исламское государство Ирака и Леванта» и «Исламский фронт»: цели, задачи, формы и способы действий в Сирии и Ираке. М.: АНО ЦСО-иП, 2014. 90 с.
- 2) 2. Степанова Е.А. ИГИЛ и транснациональный исламистский терроризм // Пути к миру и безопасности. 2014. № 2(47). С. 13–27.
- 3) 3. Васильченко В. Халифат во «ВКонтакте»: как террористы из «Исламского государства» захватывают российскую соцсеть [Электронный ресурс] // Журнал о новом обществе Apparat. 11.09.2014. – Режим доступа: <http://apparat.cc/network/vk-isis/>, свободный. – Загл. с экрана.
- 4) 4. Дунаевский И. Атака хакеров на аккаунты Центрального командования напугала американцев [Электронный ресурс] // Интернет-портал «Российская газета». 13.01.2015. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2015/01/13/hakeri-site-anons.html>, свободный. – Загл. с экрана.
- 5) 5. СМИ: исламисты пытаются улучшить свой имидж с помощью котят [Электронный ресурс] // Сетевое издание «РИА Новости». 22.08.2014. – Режим доступа: <http://ria.ru/world/20140822/1021030581.html>, свободный. – Загл. с экрана.
- 6) 6. Судниев И.Ю., Смирнов А.А., Костин В.Н. Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия ИГИЛ [Электронный ресурс] // Сайт С.П. Курдюмова. 02.11.2014. – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoy-propagandy-mediaimperiya-igil/>, свободный. – Загл. с экрана.
- 7) 7. Ушит О. Ловля сетью: как террористы ведут пропаганду и вербовку в социальных медиа [Электронный ресурс] // Ежедневный молодежный журнал и сообщество его читателей FURFUR. 07.10.2014. – Режим

доступа: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/176749-kak-boeviki-verbuyut-v-sotsialnyh-setyah>, свободный. – Загл. с экрана.