

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
та національної безпеки
Кафедра національної безпеки та політології

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра на тему:
**«Особливості пропаганди ІДІЛ в період наступу в Іраці та Сирії
(2014-2018 рр.)»**

Виконала студентка II курсу, групи МНБ-21
спеціальності 256 Національна безпека (за окремими сферами
забезпечення і видами діяльності)
Міщанюк Аліна Олександрівна

Керівник – кандидат історичних наук, доцент
Санжаревський Олег Іванович
Рецензент – кандидат історичних наук, доцент
кафедри історії України Рівненського
державного гуманітарного університету
Пальчевський Руслан Степанович

Острог, 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІДІЛ ..	8
1.1. Стан наукової розробки теми та джерельна база дослідження	8
1.2. Методологія дослідження пропаганди ІДІЛ.....	13
1.3. ІДІЛ - походження та історія формування	19
РОЗДІЛ II. МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОПАГАНДИ ІДІЛ В ПЕРІОД НАСТУПУ	31
2.1 Використання Інтернету, як засобу поширення пропаганди ІДІЛ	31
2.2 Відео та аудіоматеріали як ключовий спосіб впливу на аудиторію	43
2.3 Релігійний аспект пропаганди ІДІЛ	53
2.4 Методи психологічного впливу на аудиторію.....	56
2.5 Основні наративи пропаганди ІДІЛ	59
РОЗДІЛ III. ПРОТИДІЯ ІДІЛ ТА ЙОГО ІДЕОЛОГІЧНІЙ ПРОПАГАНДИ	68
3.1 Реакція міжнародних організацій та держав на пропаганду ІДІЛ.....	68
3.2 Контрпропагандистські ініціативи державних та недержавних акторів у боротьбі з пропагандою ІДІЛ	73
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	84
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Терористична організація Ісламська держава Іраку та Леванту (далі – ІДІЛ), вперше заявивши про своє існування в 2014 році, швидко стала однією з найбільш небезпечних і могутніх джихадистських угруповань у світі. Період з 2014 по 2018 роки для ІДІЛ був особливо важливим, оскільки саме в цей час був здійснений значний наступ у Іраці та Сирії, який спричинив серйозні наслідки для обох країн та всього світового співтовариства.

Пропаганда ІДІЛ мала низку особливостей, які варто дослідити. Для поширення своїх ідеологічних концепцій та залучення нових бойовиків терористична організація використовувала масові комунікаційні засоби, зокрема соціальні мережі.

ІДІЛ вдало користувався кризовими ситуаціями, боротьбою за владу та політичною нестабільністю в регіоні, аби просувати свою агресивну програму та для залучення нових прихильників.

Пропаганда ІДІЛ відіграла важливу роль у залученні бойовиків з інших країн, зокрема з країн Західної Європи. Потенційні бойовики, а особливо молодь були захоплені ідеями «священної війни» та образом «ідеального мусульмана», які дали їм відчуття приналежності та важливості у суспільстві.

Така пропаганда ІДІЛ мала серйозні наслідки для безпеки і стабільності не тільки в регіоні, але і за його межами. Терористичні атаки, вчинені найманцями, які підтримували ІДІЛ, стали звичним явищем у Європі та інших частинах світу. Тому міжнародне співтовариство звертало свою увагу на розробку та реалізацію контртерористичних стратегій, спрямованих на запобігання та протидію таким ідеологічним загрозам.

Зважаючи на це, дослідження особливостей пропаганди ІДІЛ у даний період є надзвичайно актуальним і важливим, оскільки воно допоможе краще розуміти методи та тактики, які ця терористична організація використовувала для залучення нових прихильників.

Аналіз стану наукової розробки теми. Пропаганда ІДІЛ привернула увагу багатьох дослідників, експертів та науковців, які доклали великих зусиль для її глибокого вивчення та обговорення.

Серед досліджень даної проблематики слід відзначити низку робіт, присвячених аналізу особливостей пропаганди ІДІЛ. Ці роботи досліджують методи та інструменти, які використовує ІДІЛ для поширення своєї ідеології та залучення нових прихильників через різні канали комунікації, включаючи соціальні медіа та традиційні ЗМІ. Крім того, ці дослідження оцінюють вплив пропаганди ІДІЛ на глобальну та регіональну безпеку, а також стратегії протидії цій пропаганді з боку міжнародної спільноти.

Важливою роботою для цього дослідження є книга засновника та директора «Міжнародного центру дослідження проблем безпеки» Олександра Коренькова [14]. У книзі описано особливості комунікаційної стратегії терористичної організації, її ідеологічні принципи та методи пропаганди, що впливали на новоутворену державу.

Вагомим внеском у це дослідження є праці українських вчених Олени Сирінської [27] та Миколи Несправи [21]. У своїй роботі Сирінська вивчала особливості інформаційної стратегії ІДІЛ та її використання сучасних медіа-платформ. Особлива увага приділялася використанню соціальних мереж терористичною організацією для поширення пропаганди. А Несправа досліджував релігійні аспекти діяльності терористичної організації ІДІЛ і те, як вони використовувалися у пропаганді. Науковець, вивчав як ІДІЛ застосовує релігійні мотиви на символи для поширення своєї пропаганди.

Польській дослідник Марчин Стышинский [96] у своєму дослідженні зосереджується на ролі соціальних мереж у передачі пропагандистської інформації та вербуванні нових членів ІДІЛ. Він досліджував, як ІДІЛ використовував соціальні мережі, веб-сайти та месенджери, щоб залучати нових прихильників та вербувати злочинців.

У роботах американських вчених Аріель Вікторії Ліберман [74] та Марти Руїс Перес [90] досліджуються методи боротьби з пропагандою терористичної організації ІДІЛ. Марта Руїс Перес розглядає методи, які Європейський Союз використовує для боротьби з пропагандою ІДІЛ. Аріель Вікторія Ліберман досліджує поточні дії в соціальних мережах, зокрема Twitter, щодо блокування профілів, які підтримують ІДІЛ. Крім того, розглядаються можливі подальші заходи, спрямовані на зменшення впливу пропаганди, яку проводить ця терористична група.

Мета роботи - проаналізувати пропагандистську діяльність ІДІЛ під час конфлікту в Іраці та Сирії протягом 2014-2018 рр., зокрема дослідження використаних стратегій, методів та їх впливу на суспільство.

Для того, щоб досягнути цю мету, необхідно виконати наступні **завдання**:

- проаналізувати науково-методологічну базу та джерела дослідження;
- охарактеризувати методологію дослідження пропаганди ІДІЛ;
- дослідити історію виникнення та формування терористичної організації ІДІЛ;
- вивчити основні стратегії та методи пропаганди, які використовував ІДІЛ;
- дослідити роль та вплив соціальних мереж, відео- та аудіоматеріалів у поширенні пропаганди ІДІЛ;
- проаналізувати релігійний аспект пропаганди ІДІЛ та їхнє трактування ісламу;
- визначити основні наративи та меседжі пропаганди ІДІЛ;
- дослідити реакцію міжнародних організацій, держав та громадянського суспільства на пропаганду ІДІЛ;
- вивчити контрпропагандистські ініціативи та заходи, які були вжиті для протидії пропаганді ІДІЛ.

Об'єктом дослідження є пропагандистська діяльність ІДІЛ в зазначений період.

Предметом дослідження є особливості методів, засобів та стратегій пропаганди, використаних ІДІЛ під час розгортання військових операцій в регіоні.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становила сукупність загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. На рівні загальнонаукової методології були використані методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, абстрагування й узагальнення, а також групування для опрацювання теоретичного, наукового та публіцистичного матеріалу. На рівні спеціальної методології застосовувався метод контент-аналізу, дискурс-аналіз, метод сценарного аналізу та моніторингу.

Джерельна база дослідження. Джерельна база дослідження включає офіційні документи, такі як резолюції Ради Безпеки ООН № 2170, № 2178, № 2199, № 2253. Також використовувалися матеріали з офіційних веб-сайтів, зокрема посольства Саудівської Аравії та центру передового досвіду зі стратегічних комунікацій НАТО. Крім того, були залучені публікації у засобах масової інформації, а саме різноманітні статті. Четверту групу джерел становили релігійні тексти, зокрема цитування Корану.

Хронологічні рамки дослідження. Нижня хронологічна межа встановлена на літо 2014 року, адже саме цей рік був початковим в активному наступі ІДІЛ в Іраці та Сирії.

Верхня хронологічна межа встановлена 2018 роком, оскільки в цей період почалася активна міжнародна операція з боротьби проти ІДІЛ, що призвела до зміни ситуації в регіоні та зменшення впливу організації.

Географічні рамки дослідження. Дослідження охоплює територію Іраку та Сирії.

Практичне значення дослідження. Результати дослідження наукової роботи можуть бути інтегровані в навчальні програми вищих навчальних закладів для студентів, що спеціалізуються в галузі політології, міжнародних відносин, психології та національної безпеки. Це допоможе майбутнім фахівцям

зрозуміти механізми радикалізації та розробити стратегії боротьби з тероризмом та пропагандою, що є важливим аспектом в сучасному світі. Матеріали дослідження можна також використовувати для написання доповідей, статей та інших подібних робіт.

Практична апробація результатів дослідження. Опублікована стаття (у співтоваристві) на тему «Порівняння пропагандистських наративів терористичних організацій ІДІЛ та Талібану: ідеологічний аспект» у збірнику наукових праць РДГУ «Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії». Тези доповіді на тему «Використання Інтернету як засобу поширення пропаганди ІДІЛ (2014-2018 рр.) виступ з тезами був на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Гібридні війни сучасності: стійкість та протидія гібридним загрозам».

Структура роботи. Загальний обсяг роботи становить 98 сторінок, з них основного тексту – 71 сторінка. Магістерська робота складається з вступу, 3 розділів, 10 підрозділів, висновки, список використаних джерел та літератури та додатки.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІДІЛ

1.1. Стан наукової розробки теми та джерельна база дослідження

Для вивчення теми «Особливості пропаганди ІДІЛ в період наступу в Іраці та Сирії 2014-2018 рр.» використану літературу можна класифікувати за типом джерела інформації та походженням науковця. Тому варто звернути увагу не лише на українських вчених, а й на зарубіжних. Серед зарубіжних вчених, які займалися цією проблематикою, слід виділити американських, польських та російських дослідників.

Що стосується українських дослідників, хоча їхні роботи з даної тематики не такі численні, проте є кілька ґрунтовних досліджень, які заслуговують особливої уваги. Українські дослідники О. Кореньков [15] та О. Сирінська [27] у своїх працях розглядали окремі елементи ідеологічної та структурної системи ІДІЛ. Кореньков О. досліджував виникнення терористичної організації ІДІЛ та її структуру на різних етапах розвитку, тоді як Сирінська О. вивчала особливості інформаційної стратегії ІДІЛ та використання організацією новітніх медіа, приділяючи особливу увагу використанню соціальних мереж для поширення пропаганди терористичною організацією.

Заслуговує на увагу також робота М. Несправа [21], в якій науковець досліджує релігійні елементи діяльності терористичної організації ІДІЛ. Зокрема, він аналізує ісламські радикальні вчення, релігійні погляди та тлумачення ісламу, які використовуються ІДІЛ для виправдання своєї лінії екстремістського насильства та джихадистських дій. Також розглянуто позицію та роль релігійних лідерів і проповідників у структурі та діяльності терористичної організації.

У статті Ю. Христоророва [31] тероризм розглядається як «нетрадиційна» загроза сучасній міжнародній безпеці, використовуючи конкретний приклад терористичну організацію ІДІЛ. Дослідниця визначає особливості структури та

функціонування цієї організації, а також її вплив на регіони, особливо на Близькому Сході. Наголошується на тому, що пропаганда ІДІЛ спричиняє нестабільність в регіоні та представляє загрозу для міжнародної безпеки. В роботі виділено, як на глобальному рівні ведеться боротьба проти ІДІЛ, а особливо проти впливу пропаганди.

Роботи Л. Таррас-Уолберг [97], Н. Розенблат [89], Ч. Вінтер [89], К. Пеллерін [82] та інших американських вчених присвячені різним аспектам пропагандистської діяльності ІДІЛ у соціальних мережах.

У статті К. Гріна [59] досліджується зростання ІДІЛ у сфері терористичних ЗМІ та пропаганди. Вивчаються стратегії використання соціальних медіа, а також проводиться поглиблений аналіз двох онлайн-видань, Islamic State Report та Dabiq, кількох основних відео випусків, а саме «Полум'ї війни», відео про страту зі спалення йорданського пілота лейтенанта аль-Касеасбеха, та відео з серії «Позич мені свої вуха» з полоненим британським журналістом Джоном Кантлі.

Також варто виділити роботи Ш. Фахмі [54] та Д. Леппінк [72]. Так, дослідниця Ш. Фахмі присвячує своє дослідження аналізу візуальних наративів журналу Dabiq. Це дослідження намагається пояснити вирішальну роль фотографій у створенні візуальних наративів групи, та їх зміни з часом. У цій статті обговорюються нові тенденції терористичних медіа та представлені нові способи операціоналізації та вимірювання фреймінгу в контексті візуальної комунікації та глобального тероризму. У своїй роботі Д. Леппінк досліджує, як відбувається мобілізація людей, які живуть у західному світі, для приєднання до самопроголошеного халіфату. А також розглядає пропаганду ІДІЛ та її найважливіші наративи вербування.

У роботі А. Мах-Рукх [76] показує, як терористична організація ІДІЛ використовує сучасні методи пропаганди для привернення увагу міжнародних ЗМІ та забезпечення поширення їхніх пропагандистських матеріалів світовими медіа. Також дається детальна характеристика медіа центру ІДІЛ - аль-Хаят.

Також варта уваги робота Д. Стівенса [95], яка досліджує використання пропаганди ІДІЛ, і те як ця терористична організація досягає своїх цілей. Ця робота демонструє, що реакція уряду США на пропаганду ІДІЛ є недостатньою для ефективного вирішення повного спектру різноманітності пропаганди ІДІЛ у повідомленнях, аудиторіях і платформах. На думку автора, для того щоб уряд міг ефективно підірвати дієвість пропаганди ІДІЛ, він повинен визнати потребу в більшій креативності та різноманітності своїх повідомлень, а також знайти роль, яку він може відігравати разом із підтримуючим приватним сектором, здатним донести різноманітні повідомлення до різноманітних аудиторій у всьому світі.

У роботах дослідників А. Лібермана [74] та М. Переса [90] розкриваються методи боротьба проти пропаганди терористичної організації. Зокрема, у статті М. Перес досліджується, як саме Європейський Союз вів боротьбу з пропагандою ІДІЛ та які методи він застосовував. А у роботі А. Лібермана досліджуються поточні заходи, що здійснюються проти пропаганди ІДІЛ, а саме боротьба соціальних мереж. Автор виділяє соціальну мережу Twitter та детально описує її боротьбу з ІДІЛ, зокрема закриття акаунти прихильників цієї організації. Крім того, у роботі згадуються, які майбутні заходи потрібно вжити, щоб знову не потрапити під вплив пропаганди цієї терористичної організації.

У книзі П. Сінгера та Е. Брукінга [28] аналізується розвиток Інтернету, найвідоміші соціальні мережі сьогодення та те, як їх перетворили на зброю в сучасному світі. Автори описують як диктатори, революціонери та терористичне угруповання ІДІЛ використовують платформи соціальних мереж для досягнення власних цілей.

У роботі польського вченого А. Вейскнера [102] проаналізовано основні факти, що стосуються із виникненням та еволюцією терористичної організації ІДІЛ. Автор аналізує теологічні (ісламістські, джихадистські) обґрунтування діяльності вищезазначеного угруповання, а також засоби і методи діяльності, якими користуються її члени, наводить приклади діяльності на Близькому Сході

та в інших регіонах. У дослідженні розглядаються найважливіші аспекти цієї теми, а саме: вербування, підготовка терористичних атак, отримання фінансових ресурсів, використання пропагандистських інструментів для утримання влади та розширення кола прихильників організації.

Також варто відзначити роботи М. Стишинського [96] та А. Зелінської [107], в яких аналізуються інновації комунікаційних та пропагандистських стратегій терористичної організації ІДІЛ. Так, у своїй роботі М. Стишинський вивчає методи пропаганди, та відображає такі теми: літургійні промови, офіційні медіа-канали, соціальні мережі та шифровані комунікації. Дослідження демонструє різні аудиторії комунікаційної стратегії ІДІЛ, які спрямовані впливати на емоції та стимулювання думок і реакцій. Крім того, робота відображає нові технології, такі як телевізійні станції, офіційні веб-сайти чи соціальні мережі, зі складними програмами, високоякісними зображеннями, графікою та відео. Дослідниця А. Зелінська у своїй роботі аналізує методи та заходи пропаганди ІДІЛ, чітко поділяючи їх на ідеологічні матеріали, посібники для нових членів, а також пісні та фільми.

Особливу роль офіційних ЗМІ в пропаганді терористичної організації ІДІЛ досліджує К. Войтасик [106]. Усі великі терористичні угруповання, включаючи ІДІЛ, мають власті ЗМІ, які виробляють фільми, видають журнали і поширюють їх через Інтернет. У той час як західні ЗМІ демонструють зображення зруйнованих міст в Сирії та Іраку, викликані громадянською війною, офіційні ЗМІ ІДІЛ навпаки намагаються показувати мирні, зразково керовані міста, а також щасливих громадян, які підтримують новий уряд. Тому у цій статті проаналізовано офіційні матеріали ІДІЛ, які показують «повсякденне життя» громадян на окупованих територіях.

У статті М. Лакома [71] досліджує пропагандистську діяльність ІДІЛ в Інтернеті. У цій статті автор стверджує, що онлайн-пропаганда терористичної організації значно більш вишукана, ніж звичайні методи, які раніше використовували кіберджихадисти.

Серед російських дослідників особливу увагу привертає робота М. Григор'єва та В. Магерова [6]. У своїй книзі вони розглядають різні приклади вербування та заклики терористів до терористичних та екстремістських організацій. Дослідження вказує на те, що ідеологи терористів і екстремістів наводять спотворені або вигадані цитати із різних Хадисів для обґрунтування необхідності вчинення терористичних злочинів. Проте варто зазначити, що серед мусульманських вчених досі немає консенсусу, щодо тлумачення хадисів. Також слід зазначити, що терористи вербують молодих людей до екстремістських угруповань іншими способами, наприклад, заручившись підтримкою близьких родичів і друзів.

У своїй аналітичній доповіді вчений О. Крупнов [16] вивчає пропаганду ІДІЛ. Прогноз автора про трансформацію спільноти прихильників терористичної організації ІДІЛ до «Віртуального Халіфату» вже реалізується на практиці.

У статті М. Стишинського [29] розглядається комунікативна стратегія, яку використовує терористична організація ІДІЛ у своїй пропаганді. На думку автора, з одного боку, пропаганда ІДІЛ відіграє важливу роль у вербуванні бойовиків з різних країн для участі у бойових діях в Іраку та Сирії, а з іншого — стимулює прихильників своєї ідеології до вчинення терористичних актів на Заході. Більше того, дослідження джихадистської пропаганди свідчить про ідеологічне суперництво між Аль-Каїдою та ІДІЛ.

Також варто відзначити роботу Альбо Таслих Мохаммед Имад Кадима [2], де він розглядає досвід протистояння проти пропагандистської діяльності ІДІЛ та вербуванню нових членів до цієї організації. Автор аналізує медіа ресурси та технології, що використовуються ІДІЛ, а також методи інформаційно-психологічного впливу, які застосовують пропагандисти та вербувальники. На думку автора, проблема протидії пропагандистській діяльності ІДІЛ та інших терористичних організацій залишається актуальною в сучасних умовах, незважаючи на те, що багато країн розробили і продовжують розвивати структури і механізми протидії інформаційному

впливу та вербуванню в терористичні організації. Однак важливою особливістю пропагандистської діяльності ІДІЛ є використання новітніх технологічних засобів та сучасних методів інформаційно-психологічного впливу, які відкривають можливості для подальшого розвитку та вдосконалення. Тому необхідно підтримувати та розвивати методи протидії екстремістській ідеології та екстремістській пропаганді, щоб не допустити відродження загрози в майбутньому.

Джерельна база дослідження включає широкий спектр джерел. Матеріали, що використовувалися при написанні роботи, можна розділити на кілька груп.

Офіційні документи глав держав, урядів та організацій [84; 85; 86; 87] належать до першої групи (резолюції Ради Безпеки ООН № 2170, № 2178, № 2199, № 2253). Матеріали, що були включені до другої групи, походили з *офіційних веб-сайтів посольства та організацій* [91; 80] (посольство Саудівської Аравії, центр передового досвіду зі стратегічних комунікацій). До третьої групи належать матеріали, що опубліковані в *засобах масової інформації* [46; 51; 93; 63; 94]. *Релігійні тексти* (цитування Корану) відносяться до четвертої групи джерел [99].

Отже, попри різноманітність використаних джерел за характером, походженням та обсягом інформації, їх повнота, інформативність та концентрація даних була достатньою для висвітлення обраної тематики та досягнення поставленої мети.

1.2. Методологія дослідження пропаганди ІДІЛ

Вибір методологічного підґрунтя дослідження здійснювався з урахуванням визначеної мети та сформульованих завдань.

Дослідження було проведено за допомогою різноманітних загальнонаукових і спеціально-наукових методів, підходів та принципів

наукового пізнання, щоб забезпечити об'єктивність, всебічність і цілісність дослідження, а також для отримання достовірних і обґрунтованих результатів.

У процесі написання роботи автор дотримувався низки принципів, ключовими з яких були принципи об'єктивізму, історизму, системності, детермінізму та інші.

Так, принцип об'єктивізму передбачає неупереджений розгляд процесів і явищ у їх реальному стані, з урахуванням різних аспектів та взаємозв'язків [18, с. 54]. Автор дотримувався цього принципу під час дослідження та аналізував погляди науковців, не нав'язуючи власної думки. Спираючись на принцип об'єктивності, було залучено широку джерельну базу, включно з документами міжнародних організацій, релігійних текстів, тим самим уникаючи суб'єктивного сприйняття.

Застосування принципу історизму вимагає розгляду минулих подій в їх історичному контексті та врахування змін не лише в об'єкті дослідження, але й з усіма пов'язаними з ними процесами та явищами [24, с. 212]. Поява терористичної організації ІДІЛ розглядалася, як результат складного історичного процесу, спричиненого низкою подій та чинників, що створили сприятливе середовище для зміцнення цієї терористичної організації на Близькому Сході та розгортання її пропагандистської діяльності.

Принцип системності передбачає, що для вивчення об'єкта необхідно розглядати його не тільки як єдине ціле, але і як компонент більшої системи, у межах якої досліджуваний об'єкт взаємодіє з іншими системами [17, с. 36]. Даний принцип дозволив проаналізувати пропагандистську діяльність терористичної організації не як окреме явище, а як комплекс, що враховує взаємозв'язок між різними компонентами.

Необхідно також згадати про роль принципу детермінізму. Під детермінізмом розуміється існування різноманітних форм взаємозв'язків між явищами, значна частина яких немає безпосереднього причинно-наслідкового зв'язку, а виражається у вигляді співвідношень, що не передбачають породження

одного іншим [20]. Тому застосування принципу детермінізму в контексті цього дослідження передбачав розгляд об'єктивних і суб'єктивних чинників, що зумовлюють формування та розвиток прогандистської діяльності терористичної організації ІДІЛ.

Застосування когнітивного, або пізнавального принципу, який ґрунтується на філософських концепціях пізнання, та уможливорює розкриття фундаментальних засад прогандистської діяльності ІДІЛ.

Принцип усебічності та наступності вимагає детального вивчення та врахування наукових напрацювань попередників, усієї сукупності їхніх оцінок і поглядів, а також аналізу максимально можливої кількості джерел та наукової літератури при формуванні власних висновків.

Під час проведення дослідження автор використовував такі підходи: системний, історичний, комплексний, структурно-функціональний та інформаційний.

Системний підхід є основним для вивчення досліджуваної проблематики, оскільки він дозволяє оцінити прогандистську діяльність ІДІЛ у контексті загальних стратегій та дій терористичної організації. Це пов'язано з тим, що завдяки застосуванню цього підходу можна окреслити системний характер прогандистських зусиль ІДІЛ, а також їхнє місце в ширшому конфлікті.

Історичний (хронологічний) підхід передбачає хронологічний розгляд процесів і подій з метою виявлення зв'язків, закономірностей та протиріч [35, с. 8]. Він дав змогу простежити історичні витоки ІДІЛ, її ідеологічне та політичне коріння, а також чинники, що сприяли зародженню та поширенню пропаганди цієї терористичної організації. Історичний підхід є важливим через те, що саме в його рамках можна зрозуміти, як попередні події та процеси вплинули на формування ідеології ІДІЛ та розвиток її пропаганди.

При застосуванні комплексного підходу прогандистська діяльність розглядалася у поєднанні з іншими аспектами діяльності терористичної організації, реакцією та контрзаходами урядів відповідних країн, діями

міжнародних коаліцій та регіональних гравців і організацій, які протидіяли цій загрозі.

Важливим для дослідження є структурно-функціональний підхід. Він дозволяє вивчити соціальні явища та процеси як структуровану цілісність, в якій кожен елемент структури виконує певну функцію [3]. У роботі було розглянуто пропагандистську діяльність ІДІЛ як систему, яка включала медіа, ідеологічно-релігійні та психологічні елементи. Коли ці елементи працювали разом, вони забезпечували успіх загальної пропагандистської кампанії угруповання.

Інформаційний підхід передбачає виявлення ключових інформаційних аспектів досліджуваного об'єкта, процесу чи явища [35, с. 14]. Цей підхід було використано в магістерській роботі для аналізу використання ІДІЛ Інтернету, а також відео- та аудіоматеріалів, як основних інформаційних елементів пропагандистської діяльності терористичної організації.

Тож, в дослідженні теми було застосовано системний, історичний, комплексний, структурно-функціональний та інформаційний підходи з використанням принципів об'єктивізму, історизму, системності, детермінізму, когнітивності і принципу усебічності та наступності.

Для дослідження особливостей пропаганди терористичної організації ІДІЛ використовувалася сукупність загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Із загальнонаукових застосовувалися методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, абстрагування та узагальнення, а також групування.

Метод аналізу передбачає розділення досліджуваного об'єкта на складові елементи задля їхнього детального і всебічного вивчення. Метод синтезу є протилежним до аналізу і поєднує заздалегідь визначені елементи в єдину цілісну систему. Аналіз і синтез тісно пов'язані в науковому пізнанні, забезпечуючи об'єктивне відображення дійсності та відтворюючи взаємозв'язок між одиночним і загальним [8, с. 88].

У цьому дослідженні метод аналізу був використаний для поділу пропагандистської діяльності на окремі складові: медійну, ідеологічну та

психологічну. Метою цього було глибоке вивчення кожного з цих складових. В свою чергу, метод синтезу дозволив інтегрувати ці компоненти в більш широкую систему пропагандистської кампанії для розуміння їх загальних закономірностей і характеристик.

Методи індукції та дедукції взаємопов'язані у процесі пізнання: індукція передбачає отримання загальних висновків на основі вивчення окремих явищ, тоді як дедукція полягає у виведенні часткових положень з більш загальних теоретичних положень. У дослідженні особливостей пропаганди ІДІЛ використовувалася індукція для формування узагальнених характеристик на основі аналізу конкретних пропагандистських матеріалів організації. Дедуктивний метод дозволив проаналізувати цю пропаганду крізь призму існуючих концептуальних підходів до вивчення терористичної пропаганди.

У дослідженні було застосовано метод абстрагування, який означає перехід від конкретних прикладів до загальних понять і закономірностей [5, с. 23]. Цей метод дозволив автору виокремити основні компоненти пропагандистської діяльності ІДІЛ в Іраку та Сирії у 2014-2018 роках, не зосереджуючись на другорядних деталях.

Метод узагальнення використовується у всіх видах наукових досліджень. Цей метод дозволяє виявити загальні риси і зв'язки між предметами і явищами, визначити поняття та виокремити істотні, основні ознаки предметів або явищ певного класу. Узагальнення також застосовується для відокремлення несуттєвих аспектів будь-якого предмета чи явища. Даний метод є підґрунтям для формулювання висновків дослідження.

У роботі застосовується загальнонауковий метод групування, що дає змогу організувати значну кількість спостережень у відносно невелику кількість груп, об'єднаних за виразними та характерними ознаками [19]. Цей метод було використано для розподілу джерельної бази наукового дослідження на групи.

Щодо спеціальних методів то у роботі застосовувалися: контент-аналіз, дискурс-аналіз, метод сценарного аналізу та моніторингу.

Контент-аналіз є методом кількісного вивчення великих обсягів текстових, відео-, аудіо- та зображувальних матеріалів. Цей метод є провідним у вивченні змісту повідомлень у ЗМІ та записів у соціальних мережах [13]. Під час дослідження пропаганди ІДІЛ було використано контент-аналіз, щоб проаналізувати значну кількість різноманітних джерел інформації, які використовувала ця терористична організація, ці джерела включають відео, аудіо, зображення та онлайн-публікації. Використання контент-аналізу дозволило визначити основні наративи, які активно задіяні у пропагандистській діяльності ІДІЛ.

Базовим методом дослідження став метод систематичного моніторингу, який дозволив проаналізувати, як ІДІЛ використовує онлайн-ресурси для поширення своєї пропаганди. Діяльність терористичної організації відстежувалася через її офіційний веб-сайт, акаунти у соціальних мережах. Таким чином було зібрано великий обсяг даних про зміст, методи та канали поширення пропагандистських матеріалів ІДІЛ в Інтернеті.

Метод дискурс-аналізу уможливорює визначення способу, яким нові інформаційні повідомлення співвідносяться з наявними у реципієнта переконаннями та системою цінностей, а також відстеження того, як вони можуть вплинути на його позицію [32, с. 104]. У контексті дослідження пропаганди ІДІЛ використання цього методу сприяло розумінню того, як функціонує ідеологічний наратив терористичної організації і як він співвідноситься з усталеними релігійними доктринами, культурними традиціями і соціальними реаліями мусульманського світу.

Таким чином, застосовані в дослідженні методологічні принципи та підходи уможливають комплексний аналіз пропагандистської діяльності терористичної організації, визначенні ключових факторів, що формували особливості її пропаганди, простежити історичний контекст виникнення цієї терористичної організації та значення її ідеологічної пропаганди для регіону Близького Сходу й глобального безпекового середовища в цілому.

1.3. ІДІЛ - походження та історія формування

У сучасному світі, глобалізація та зростання впливу різних політичних та релігійних груп породжують нові виклики для міжнародної безпеки. Один із найактуальніших серед них – поширення тероризму. Історія Ісламської держави Іраку та Леванту видається важливим етапом в розвитку терористичних рухів, докладно розкриваючи її походження та становлення.

Ісламська держави Іраку та Леванту – це найбагатша і найжорстокіша терористична організація у світі, яка позиціонує себе як держава. Вони контролюють нафтові родовища, пшеничні поля та плантації бавовни. Їхня мета – захопити світ, їхні методи – насильство, а їхня ціль – підкорення планети.

«Ісламська держава — це не просто зібрання психопатів. Це релігійна група з ретельно виваженими переконаннями, серед яких те, що вона є ключовим фактором майбутнього апокаліпсису» - так про ІДІЛ написав англійський письменник Грема Вуда в газеті The Atlantic у березні 2015 року [103].

Одним із засновників угруповання, яке згодом перетворилось на ІДІЛ, був Абу Мусаб аз-Заркаві. Деякі джерела вказують, що його справжнє ім'я Ахмед Фадил Халейла. Проте, незважаючи на його справжнє ім'я, він краще відомий під своїм псевдонімом - Абу Мусаб аз-Заркаві.

Цей псевдонім був прийнятий ним після приєднання до джихадистського руху. Аз-Заркаві - поширена практика серед бойовиків, які приймають «бойові імена», щоб приховати свої справжні особистості [1].

До початкових стадій зародження ІДІЛ, Заркаві брав активну участь в Афганській війні, та боровся проти радянської армії. 15 лютого 1989 року, коли останній радянський військовий покинув країну, Абу Мусаб аз-Заркаві повернувся на свою Батьківщину – Йорданію.

Він був переконаним прибічником джихаду і шукав можливості продовжити боротьбу. У Йорданії він приєднався до радикальних ісламістських груп, залучених у підпільну діяльність проти уряду.

У 1992 році Заркаві був заарештований за екстремістську діяльність та був засуджений до 15 років ув'язнення. І саме у в'язниці він проклав початок до глобального терору.

Варто додати, що ще до в'язниці Абу Мусаб аз-Заркаві разом з своїм наставником шейхом Абу Мухаммадом аль-Макдісі заснував групу бойовиків під назвою Баят аль-Імам [46]. Це була група салафітів, яка була проти рівноправ'я, проти модернізації релігії, а також проти будь-яких змін. А оскільки Заркаві був ще злочинцем, його «банда» також займалася контрабандою, а це наркотизм, сексуальне рабство, а також пропаганда істинно правильного життя ісламу. Окрім цього вони викрадали людей, страчували заручників, а всі мусульмани, які не хотіли жити за такими суровими правилами ставали їхніми жертвами.

Перебуваючи у в'язниці, Заркаві набув прихильників серед радикально налаштованих злочинців. Він використовував співчутливих охоронців і родичів (які його відвідували), щоб контрабандою передавати свої повідомлення для публікації на відомих салафітських веб-сайтах [92].

У 1999 році Абу Мусаб аз-Заркаві було звільнено з в'язниці за амністією. Після цього він поїхав до Афганістану з метою заручитися підтримкою більших терористичних груп, щоби розширити їхню діяльність. На той час цим всім «заправляв» Осама бен Ладен, який був лідером Аль-Каїди. Між ними одразу виникло непорозуміння, оскільки в них обох були різні погляди на розвиток їхніх угруповань. Адже Заркаві вважав, що краще націлювати свої сили на «ближніх ворогів», таких як Ізраїль і Йорданія, тоді як Осама бен Ладен зосереджувався на «далекому ворогу» (тобто Сполучених Штатах). Хоча обидвох об'єднувала ненависть до шиїтів (релігійної течії в ісламі) [69, с. 8].

Незважаючи на розбіжності в поглядах, Осама бен Ладен погодився надати аз-Заркаві підтримку. Він побачив у ньому талановитого лідера і вірив, що той може бути цінним союзником для Аль-Каїди. Бен Ладен надав Заркаві фінансування для створення тренувального табору бойовиків у Гераті,

Афганістан. До жовтня 2001 року Заркаві підготував від 2000 до 3000 салафітських терористів у таборі Гераті [69, с. 11].

Після терактів 11 вересня 2001 року та наступного американського вторгнення в Афганістан західні розвідувальні організації почали боротьбу з тероризмом, та подали у розшук Заркаві, пообіцявши 25 млн. доларів за його голову. Щоб уникнути розвідки США, Заркаві та його послідовники почали переховуватися, вони встигли побувати в Ірані, Сирії, Лівану та Іраку, одночасно створюючи нові групи та мережу іноземних бойовиків. Найвідоміша з них *Jamat al-Tawhid wa-l-Jihad* (укр. «Армія єдинобожжя та джихаду»), яка почала своє існування ще у 1999 році. [73, с. 33]. Ця група об'єднувала довкола себе радикалів з Афганістану, Йорданії, Сирії, Пакистану та курдських регіонів. Початковою метою цієї групи було повалення правлячої династії в Йорданії. Бо на думку Заркаві, вона проводила політику, несумісну з ісламськими цінностями. І саме ця організація заклала підвалини, на яких згодом виникла терористична «держава» ІДІЛ.

Тим часом американська боротьба з тероризмом тільки набирала обертів. 2003 року коаліційні сили зайшли до Іраку, щоб побороти режим Саддама Хусейна, керівництво Аль-Каїди відреагували миттєво, та закликали всіх мусульман світу переїхати до Іраку, щоб боротися з американськими загарбниками (як тоді вони їх називали). «У складі коаліції була і Україна. З 2003-го року діяв український миротворчий контингент чисельністю в 1690 військових. Вони розташувалися на базі «Дельта» у місті Ель-Кут. Всього за час місії (2003-2008 рр.) службу в українському миротворчому контингенті пройшли 6 100 військовослужбовців, 18 з яких загинули, ще 40 отримали поранення» [14, с. 158].

Тут Заркаві з своїми бойовиками показали себе у всій своїй сутті, вони здобули популярність завдяки насильницьким методам введення війни, та здійснювали теракти смертників, у результаті яких загинуло багато мирних жителів. «Армія єдинобожжя та джихаду» привертала міжнародну увагу своїми

вбивствами та жахливими відео обезголовлювань, які вона опублікувала в Інтернеті. «Наші очі бачили, як сини Ісламу стояли, подібно горам, на підступах благословенної Фаллуджі, показуючи цій Уммі приклади витривалості, терпіння і непохитної впевненості» - лідер терористів Абу Мусаб аз-Заркаві [34].

У жовтні 2004 року Заркаві офіційно приєднується до Аль-Каїди та змінив назву своєї організації з «Армія єдиного божества та джихаду» на «Аль-Каїда в Іраку». Цей крок ознаменував новий етап у розвитку ІДІЛ, який переріс у терористичну організацію з глобальним впливом.

Попри те, що Заркаві та його організація присягнула на вірність Осамі бен Ладену, розбіжності в політиці і діях все ще тривали. Розбіжності полягали в тому, що Осама ставив собі за мету атакувати американців на території США, а Заркаві вирішив боротися з «ближнім ворогом», що правда «ворогами» він називав цивільних людей. Ці розбіжності між Аль-Каїдою і Аль-Каїдою в Іраку створили напруженість, політику Заркаві почали критикувати. Адже він своїми діями тільки розпалював релігійну ворожнечу серед мусульманського населення [55, с. 23].

Спочатку багато сунітів в Іраку симпатизували Аль-Каїду в Іраку. Мета групи — витіснити американські та коаліційні сили з Іраку та запобігти захопленню шіїтського уряду, що була привабливою для сунітського населення. Однак тактика якою він намагався досягти поставлених завдань почала викликати сумніви, особливо коли це почало сіяти розлад різних релігійних течій. Багато іракців, у тому числі суніти, висловлювали сумніви щодо використання Аль-Каїдою в Іраку терактів-смертників та інших насильницьких нападів, таких як вбивства [39, с. 10].

Дедалі більш жорстокі напади з боку Аль-Каїда в Іраку спонукали лідера Аль-Каїди Аймана аль-Завагірі, другого в командуванні бен Ладена на той час, надіслати Заркаві лист із закликом змінити свої методи, оскільки вони невиправдані, і абсолютно непотрібні.

Зважаючи на те, що напади Аль-Каїди в Іраку ставали все більш жорстокими, аль-Завагірі став все більше занепокоєний тим, що вони відштовхують потенційних прихильників. Він вважав, що Аль-Каїда в Іраку повинна зосередитися на боротьбі з американськими військами та їхніми іракськими союзниками, а не на нападі на цивільних. Однак Заркаві весь цей час ігнорував накази Аль-Каїди і продовжував відштовхувати потенційних прихильників своєю тактикою.

У листопаді 2005 року Аль-Каїда в Іраку на чолі з Заркаві підірвав готель Аммані, що є столицею Йорданії, внаслідок чого загинули цивільні особи, які переважно були шиїтами. І це може свідчити лише про одне, що Заркаві нехтував стратегією та вказівками Аль-Каїди [66]. 22 лютого 2006 року Аль-Каїда в Іраку розбомбила святилище аль-Аскарі в Самаррі, також відоме як Золота мечеть. Ця мечеть була однією із святинь шиїтів. У відповідь на вибух в Золотій мечеті шиїти розпочали хвилю нападів на сунітські мечеті тільки в Багдаді, і всі вони відбулися в той же день, що й вибух у Золотій мечеті. В результаті цих ударів посилювалося насильство між шиїтами і сунітами. Об'єднати мусульман в таких умовах неможливо, і ці події йшли у розріз з політикою Аль-Каїди бен Ладена. Адже, як він зможе зібрати всіх мусульман світу для боротьби з США, якщо вони самі один одного ненавидять. І саме в цей період дослідники ІДІЛ називають «кризою», яка стала початком формування вже зовсім нової терористичної групи – Ісламської держави [34].

7 червня 2006 року Заркаві загинув від американського авіаудару. «До будинку під'їхав автомобіль з якого вийшов чоловік у чорному. Розвідка підтвердила, що це Заркаві. Без жодних вагань ми віддали наказ розбомбити будинок. Тишина... і голос в рації повідомив, що ціль ліквідовано» - глава управління спецоперації Міноборони США Стенлі Маккрystal [34]. Проте після смерті лідера, Аль-Каїда в Іраку не розпалася, вони призначили нового главу - Абу Айюб аль-Масрі. Перед ним стояло складне завдання – реформувати терористичну групу щоб зібрати більше людей, припинити вбивства мусульман,

та об'єднати біля себе одновірців. Тому, він зробив наступний крок, а саме заручився підтримкою невеликих терористичних формувань, і переконав їх об'єднатися в одну організацію під керівництвом нового лідера - Абу Умара аль-Багдаді. 15 жовтня 2006 року наступники Заркаві проголосили про створення нового формування, яке отримало назву – «Ісламська держава в Іраку» [51]. На відміну від Аль-Каїди в Іраку ця група мала не тільки чітку мету, а і бачення подальшого розвитку ситуації, а ще чіткий план дій. Спочатку витіснення коаліційних сил з Іраку, заручення підтримкою серед світової спільноти джихадистів і підготовка фахових керівників для захоплення різних структур після того, як іноземні війська покинуть Ірак. Цей крок планувався як перший етап у створенні халіфату для панування на Близькому Сході.

До початку 2008 року коаліційні сили вбили майже 2500 тисяч бойовиків, а у полон взяли 8800 тисяч. Крім того, американські спецслужби шукали серед сунітського населення невдоволених політикою Ісламської держава в Іраку, і профінансували боротьбу із ними. До весни 2009 року США фінансувало близько 100 000 місцевих сунітів для боротьби з Ісламською державою в Іраку. Місцеві бойовики вбивали членів Ісламської держави в Іраку та попереджали інших бойовиків, щоб вони не співпрацювали з групою. До червня 2010 року Ісламська держава в Іраку залишилася практично без керівництва, коаліційні сили ліквідували 36 із 42 лідерів їх або вбили або взяли у полон. 18 квітня 2010 року під час спільного американсько-іракського рейду коаліційні сили вбили Абу Айюб аль-Масрі та Абу Умара аль-Багдаді. Ідеальна нагода раз і назавжди покінчити з тероризмом, якби не один момент. У вересні 2010 року тоді ще віцепрезидент США Джо Байден оголосив про завершення операції «Іракська свобода» і перехід до нової завершальної фази «Новий світанок», яку очолив теперішній міністр оборони США Ллойд Остін. Це була просто підготовка до закінчення війни, 15 грудня 2011 року США спустили свій прапор над Багдадом продемонструвавши, що війна закінчилася. «Втрати американської армії склали 30 тисяч пораненими і 4,5 тисячі убитими. Всього через Ірак за 8 років війни

пройшло 1,5 млн солдатів США. Іракська армія і поліція тільки убитими втратили 25 тисяч осіб. За всю операцію було витрачено близько трильйона доларів» [14, с. 205].

Після «закінчення» війни, все стало тільки гірше, відхід коаліційних сил створив невизначеність у якій за лідерство змагалися терористичні групи. Ісламська держава в Іраку не зникла, як думали в Пентагоні, вона переформувалася, а її новим лідером став Абу Бакр аль-Багдаді. І саме за його лідерства ІДІЛ трансформувалася в потужну глобальну терористичну організацію.

У 2013 році, після успішного захоплення значної частини території Іраку, Ісламська держава в Іраку почала активно поширювати свій вплив на Сирію. На той час у Сирії вже тривала громадянська війна, і країна була розділена на кілька воюючих сторін. Ісламська держава в Іраку скористалася цим, щоб перекинути своїх бойовиків до Сирії і почати захоплювати там нові території [64].

До кінця 2013 року Ісламська держава в Іраку встановила контроль над значними територіями на сході Сирії, зокрема, взяла під свій контроль місто Ракка, яке згодом стало фактичною «столицею» їхнього руху. У зв'язку з експансією в Сирію, у квітні 2013 року організація змінила назву з Ісламської держави в Іраку на Ісламську державу Іраку і Леванту.

Захоплення Ракки стало переломним моментом у розвитку ІДІЛ. Місто стало її столицею і головним центром управління. ІДІЛ почала використовувати Ракку як базу для своїх операцій у Сирії та Іраку. У місті було створено центри підготовки бойовиків, а також пропагандистські центри, які поширювали ідеологію ІДІЛ [23, с. 121].

У лютому 2014 року лідери ІДІЛ остаточно розірвали стосунки з Аль-Каїдою. Це сталося через розбіжності в ідеології та стратегії. Аль-Каїда вважала, що ІДІЛ занадто радикальна і може нашкодити їхній репутації. ІДІЛ, зі свого боку, вважала, що Аль-Каїда недостатньо радикальна і не готова до встановлення справжнього халіфату [37].

У першій половині 2014 року ІДІЛ отримала значну територію в Іраку. Група захопила Фаллуджу в січні, а в червні захопила Мосул, Тікрит і Талль-Афар. 29 червня 2014 року організація знову змінила свою назву на Ісламську державу. Крім того, Ісламська держава оголосила себе халіфатом зі столицею в Ар-Ракку (Сирія), і назвала свого лідера Абу Бакра аль-Багдаді халіфом [93].

ІДІЛ поставила собі за мету встановлення глобального ісламського правління, де, відповідно до ідеології салафітів, панує «суверенітет Божий». Ці ідеї підтверджуються словами аль-Багдаді: «Сирія не належить лише сирійцям, а Ірак - не тільки іракцям. Це - земля для всіх мусульман...» [31, с. 80].

На рисунку 1.1. можна побачити, як змінювалася назва організації за період з 1999 по 2014 роки.

Багато світових лідерів почали використовувати назву ДАІШ для позначення групи, а не ІДІЛ чи Ісламська держава. Проте цю назву не слід вимовляти в присутності членів терористичної групи, а справа в тому, що ДАІШ - арабська форма скорочення ІДІЛ - для них звучить як лайка, яка має на меті приписати неповагу до групи та ігнорувати значення, що стоїть за її довгою назвою.

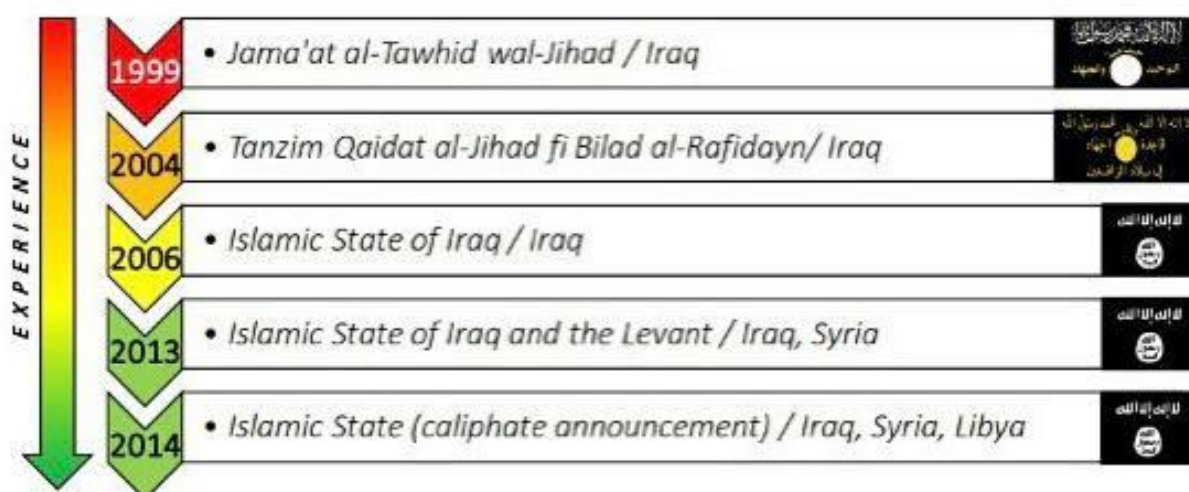


Рис. 1.1. Як змінювалася назва терористичної організації за період з 1999 по 2014 роки

Після проголошення халіфату, джихадисти вперше контролювали територію, де ніхто не міг перешкоджати їхнім намаганням втілити в реальність

свої прагнення. І вони почали втілювати ці прагнення в життя. Вчені характеризують те, що відбувається в ІДІЛ, як «їхньою стратегією є встановлення абсолютного контролю та застосування терору в усіх аспектах життя людей: від особистих стосунків до культурної сфери, від економіки до законодавства. Вона включає публічні страти, легалізацію рабства, а також переслідування та вигнання інших етнічних груп і релігійних меншин» [21, с. 270].

Унікальність ІДІЛ полягала в їхній специфічній структурі, на відміну від інших терористичних угруповань. Вони мали власну поліцію, міністерство фінансів, армію та представників на місцях. Фактично, вони функціонували як окрема держава, яку ніхто не визнавав. У їхній структурі були всі відомства, притаманні будь-якій іншій країні, а також кілька специфічних:

- Фей-ва-ль-Ганаїм (Відомство трофеїв). Воно відповідало за облік і розподіл захопленого майна. Цей механізм дозволяв ІДІЛ фінансувати свою діяльність та забезпечувати ресурсами бойовиків.
- Хуйату-ль-Хіджра (Служба переселення). Підрозділ, який займався розселенням новоприбулих на територіях халіфату та виселенням небажаних осіб з цих територій.
- Хейату Шууні-ль-Усра-ваш-Шухада (Служба в справах шахідів та полонених). Була відповідальна за визволення захоплених бойовиків і допомогою родинам загиблих.
- Идар-ль-Віляті-ль-Баїда (Управління далеких вілайетов). Відповідальне за координацію дій осередків ІДІЛ, що діють за межами Іраку та Сирії.
- Аль-Іалям-аль-Маркязі (Відомство пропаганди та вербовки). Воно відповідає за поширення ідеології ІДІЛ та залучення нових членів [15, с. 187].

Суди відрізнялися особливою жорстокістю. Богохульство, образу пророка, релігії, гомосексуалізм, шпигунства на користь невірних, зречення ісламу, розбій і вбивство були причинами смертного вироку. Це за умови, що ці злочини були

розглянуті судом. Розправи на місцях не були скасовані. Смерті засуджених часто були публічними, щоб залякати населення. ІДІЛ використовував жорстокі методи страти, такі як відрубання голови, повішення, спалення живцем і кидання з висоти.

Цікаво, що жителі підконтрольних територій отримали бонуси за зразкове життя. Людям, чий будинок був пошкоджений бойовими діями чи авіаударами, виплачували по 65 тисяч доларів компенсації, що було значним для людей, які заробляли по 8 доларів на день. Диван аль-Хідмат (відділ житлово-комунального господарства) профінансував ремонт 300 кілометрів міських доріг, вивіз понад 600 тон сміття, назбираного під час боїв, а в мечетях стояли урни, де можна було подавати скарги навіть на самих членів ІДІЛ. Вони намагалися поширити цей спосіб життя на інші держави та міста.

Ісламська держава займала різну територію протягом багатьох років. На піку своєї могутності у 2014 році ІДІЛ контролювала 70 тис. км² території на півночі Іраку та східній Сирії, відображено у Додатку А.

Однак у 2016 році територія зменшилася до 60 тис. км², це сталося через коаліцію США та іракських й сирійських урядових військ, які почали успішні військові кампанії проти ІДІЛ і поступово відбили контрольовані ними райони (Додаток Б).

Терористи ІДІЛ мали в своєму розпорядженні колосальні грошові ресурси, які становили основу її діяльності. Джерела доходу організації змінювалися протягом її історії, але основними з них були:

1. Торгівля нафтою. Під час розширення халіфату, а це з 2014 року продаж нафти вважається основним джерелом доходу угруповання. ІДІЛ контролював значні території на Близькому Сході, де знаходилися родовища нафти та інших природних ресурсів. У вересні 2014 року Міністерство фінансів США підрахували, що лише доходи ІДІЛ від продажу сирої нафти і продуктів переробки становлять 1-2 мільйони доларів на день [63]. Терористи продавали її місцевим посередникам, а вже

вони далі збували її до інших країн. І саме нафта перетворила їх на найбагатшу терористичну організацію у світі.

2. Викрадення людей. У 2014 році ІДІЛ отримав додаткові 20 мільйонів доларів від викрадення людей. Окрема каса була використана для грабунків, крадіжок і відмивання грошей від осіб, які планували перетнути межі ІДІЛ. Такий собі податок для тих хто зайшов на землю чорного прапора, який означає прихід месії, тобто кінець світу. За оцінками, ІДІЛ викрав понад 40 тисяч людей. Серед них були езиди, християни, мусульмани-шиїти та суніти, а також представники інших релігійних меншин [81].
3. Оподаткування. Існуючі дані свідчать про те, що терористи ІДІЛ стягували величезні податки з місцевих жителів, особливо з меншин, таких як християни, які були змушені платити спеціальний податок у розмірі 250 доларів на рік з людини.
4. Сільськогосподарська продукція. У минулому територія, під контролем ІДІЛ, становила дві третини виробництва зерна в Іраку та одну третину в Сирії. ІДІЛ отримував дохід від оподаткування сільськогосподарської діяльності, включаючи оренду землі та продаж врожаю. Дослідники підраховали, що в 2015 році ІДІЛ заробила 56 мільйонів доларів на оподаткуванні посівів ячменю та пшениці, які продавалися на внутрішніх ринках Іраку та Сирії. Крім того, вони отримували прибуток від контрабанди бавовни, ячменю та пшениці в сусідні країни.
5. Торгівля людьми та сексуальне рабство також становили додаткові джерела доходу. За даними Організації Об'єднаних Націй, з 2015 року в рабстві Ісламської держави перебувало близько трьох з половиною тисяч людей, більшість з яких були жінками та дітьми.

У 2014 році був обліковий звіт з сирійського міста Дейр-ез-Зор показав, що ІДІЛ витрачає 44% своїх грошей на армію, 20% на ЖКГ та лише 3% на медіа-індустрію. І це не є мало. Бо ІДІЛ – це не тільки про війну якусь ідеологію чи

постійні вбивства, а це ще про медіа-індустрію. Їхня присутність у соціальних мережах допомагала і сьогодні допомагає вербувати до своїх лав нових бійців з усього світу. На рисунку 1.2. показано статистику іноземних бійців у Сирії та Іраку.

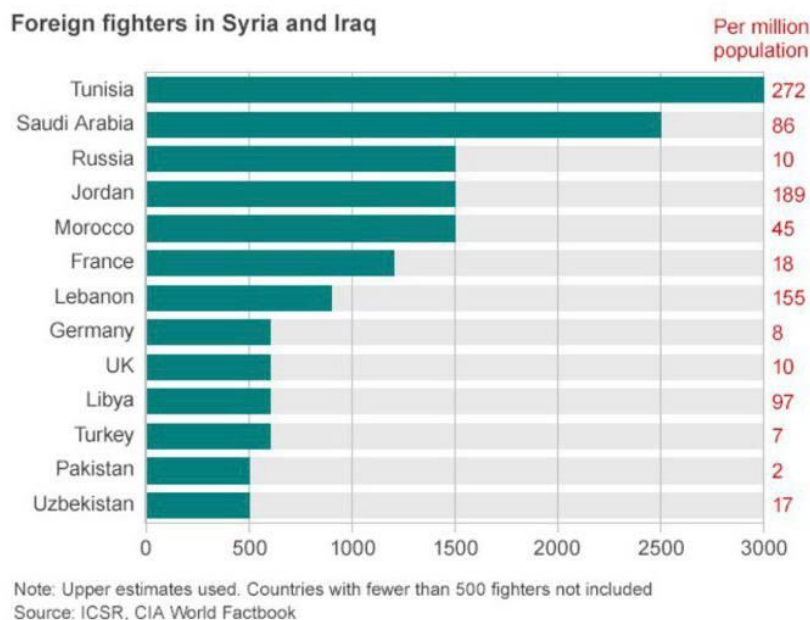


Рис. 1.2. Іноземні бійці у Сирії та Іраку

Таким чином, ІДІЛ еволюціонувала від невеликої терористичної групи до потужного псевдодержавного утворення за досить короткий період. Спочатку вона була однією з багатьох повстанських груп в Іраку. Проте згодом залучила радикальних бойовиків, захопила значні території в Іраку та Сирії і встановила там суворі ісламські порядки. Хоча ІДІЛ і не визнана міжнародним співтовариством, вона на деякий час стала домінуючою силою на Близькому Сході.

РОЗДІЛ II. МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОПАГАНДИ ІДІЛ В ПЕРІОД НАСТУПУ

2.1 Використання Інтернету, як засобу поширення пропаганди ІДІЛ

Інтернет є відносно нерегульованим і необмеженим середовищем, де терористичні організації можуть створювати та поширювати пропаганду через веб-ресурси і платформи соціальних мереж. Вони пристосовують свої пропагандистські матеріали до різних цільових аудиторій, намагаючись залучити нових прибічників. ІДІЛ, зокрема, виробляє найбільш технологічно просунуту пропаганду. Вони знайшли в Інтернеті ефективний спосіб просування радикальної ідеології та залучення нових прибічників з різних куточків світу. ІДІЛ майстерно використовує цифрові технології та психологічні прийоми для впливу на користувачів мережі.

«Малоймовірно, що ІДІЛ виникла б, не кажучи вже про її виживання та розширення, якби не цифрові технології», — стверджує Абдель Барі Атван, автор книги «Islamic State: The Digital Caliphate» [38, с. 26]. Він також підкреслює, що ІДІЛ вправно і винахідливо застосовувала Інтернет та цифрові комунікації для вербування, пропаганди, координації одночасних бойових дій на віддалених фронтах та підтримки зв'язків з однодумцями, ефективно протидіючи загрозам від глобальних розвідувальних служб і військових противників [22, с. 270].

За словами Вейманна, соціальні медіа є важливим інструментом для терористів, оскільки вони дозволяють їм обійти мейнстрімові медіа, є безкоштовними та простими у використанні, і, найважливіше, вони дозволяють охопити цільову аудиторію, не чекаючи, доки вона прийде до них [101, с. 15].

Пропаганда ІДІЛ має кілька особливостей, які роблять її «унікальною» порівняно з іншими терористичними групами. По-перше, змінилися платформи для публікації пропагандистських матеріалів; раніше терористичні угруповання, такі як Аль-Каїда, використовували ізольовані веб-сайти, доступ до яких був не таким поширеним. ІДІЛ відійшла від цього, покладаючись на потенціал

соціальних медіа, які полегшують пряме спілкування та ініціювання дискусій, які потім переносяться на безпечніші платформи.

ІДІЛ більше, ніж будь-яка інша терористична організація, використовувала соціальні медіа для поширення своєї пропаганди, набуття нових прихильників та координації дій. Організація використовувала різноманітні канали для пропагування своєї ідеології, рекрутування бойовиків, поширення відео та інших матеріалів, спрямованих на шокування аудиторії та викликання страху. Зокрема, її медіа часто використовували девіз «Не чути про нас, чути від нас».

Одним з ключових елементів пропагандистської стратегії ІДІЛ в Інтернеті стало створення в 2014 році спеціалізованого медіа-підрозділу під назвою Al Hayat Media Center, який в більшості працював на західну аудиторію. Його завдання було відбирати та публікувати медіаматеріали, які спрятимуть приєднанню іноземних рекрутів. Зокрема, він випустив збірку пропагандистських відео під назвою «Mujatweets», які розповідають різні аспекти повсякденного життя в регіоні, контрольованому ІДІЛ [27, с. 129]. Також створювалися онлайн-журнали, подкасти, інфографіка та інший контент англійською, німецькою, французькою, російською. Відомі шокуючі відео страт західних заручників, які мали на меті залякування та пропаганду [62, с. 24].

Al Hayat активно використовував соціальні мережі для поширення своїх матеріалів та налагодження комунікації з прихильниками. Соцмережі, такі як Twitter, Facebook, YouTube, і Telegram, були використані для розповсюдження відеороликів з виконанням казней, промов його лідерів, а також для поширення публікацій, які викликали ненависть, розпалювали релігійну нетерпимість та просували ідею створення «халіфату».

Крім того, ІДІЛ використовував Інтернет для навчання терористичним методам, ділитися важливою інформацією та координувати зусилля своїх прихильників по всьому світу. Щоб вирішити цю проблему, багато соціальних мереж вживають заходів для розпізнавання та видалення цього вмісту, а також

співпрацюють із правоохоронними органами, щоб запобігти вербування терористів онлайн.

ІДІЛ ефективно використовував соціальні мережі як потужну платформу для просування своєї ідеології та залучення нових послідовників. Вони активно використовували такі платформи, як Twitter, Facebook, YouTube та інші, щоб поширювати інформацію, яка відстоювала їхню ідеологію. Це включало насильницькі відео, зображення, тексти та інші методи спілкування з аудиторією.

Вони активно просували свою ідеологію через такі платформи, як Twitter та Telegram, розсилали запрошення приєднатися до бойовиків і поширювали свої ідеї, цим самим намагаючись залучити нових прихильників. ІДІЛ створював контент, який був інтерактивним і заохочував дискусію, метою якої було поширювати свою філософію через активне обговорення та взаємну згоду. Ці методи сприяли їх спробам привернути увагу та знайти нових прихильників для своїх ініціатив [45, с. 8].

Вони також створювали спеціалізовані форуми, чати та групи, де обговорювали свої ідеї, дії та плани, це допомагало підтримувати єдність серед підписників та координувати їхні дії. Ця активна участь у соціальних мережах сприяла поширенню їх ідеології серед великої кількості людей, а також допомогло їм розширювати свою мережу впливу.

ІДІЛ вдосконалила використання Інтернет-платформ не лише для просування своєї ідеології, але й для залякування та поширення своєї влади. Вони використовували широкий спектр медійних форматів, включаючи відеоролики, які показували жорстокі вчинки, такі як публічні страти, насильство та терористичні акти. Ці матеріали не тільки шокували глядачів, але й спонукала їх відчувати страх і підкорення. Це було зроблено не лише для того, щоб привернути увагу, але й для того, щоб викликати паніку в суспільстві та залучити нових людей [45, с. 10].

ІДІЛ не тільки поширював насильницький контент, але й використовував Інтернет для демонстрації свого «ідеального халіфату». Вони активно використовували соціальні медіа, щоб продемонструвати контрольовану територію, де, як вони стверджують, панує порядок і справедливість. Це створювало враження справедливості та добробуту, що спонукало деяких людей приєднатися до руху [28, с. 125].

Крім того, ІДІЛ використовував соціальні медіа для розповсюдження «контенту сподвижників». Вони створювали контент, спрямований на патріотизм, який прославляв дії своїх бойовиків і підтримував ідею місії та правильності своїх дій. У ньому були використані фотографії, відеоролики та інші матеріали, спрямовані на підтримку та залучення прихильників. Ця стратегія допомагала ІДІЛ залучати та утримувати увагу аудиторії, створюючи у них враження, що їхня ідеологія легітимна та важлива.

ІДІЛ міг впливати на психологію людей у багатьох сферах завдяки такому комплексному підходу до використання соціальних мереж, включаючи заохочення до приєднання до «халіфату» та створення страху та небезпеки, які поширювалися через їхні публікації та відеоролики. Це створювало складний ментальний контекст для реакції на їхню пропаганду.

ІДІЛ виправдав таку стратегію для залучення нових членів і впливу на світову громадськість. Їх широке використання соціальних мереж дозволило їм створювати враження своєї сили та відстоювати свою інтерпретацію подій, спрямовуючи увагу громадськості на свою версію подій і форми конфліктів.

Підсилюючи свою присутність в Інтернеті, вони прагнули контролювати нативну інформацію, що надходила до громадськості, використовуючи її, як засіб впливу на світогляд та спотворення фактів. Ця стратегія пропаганди допомагала їм залучати нових прихильників і змусити суспільство реагувати на їхні події та ідеологію.

Twitter була однією з найважливіших платформ для їхнього спілкування та розповсюдження інформації. Ця соціальна мережа дозволяла терористам

прискорювати комунікацію, публікувати короткі повідомлення, фотографії, відео, які сприяли рекрутуванню нових прихильників. Профілі ІДІЛ містили відповідні аватарки, що дозволяли зрозуміти характер політичних поглядів і матеріалів, які пропонуються. Кожен твіт створював пости на профілях, які поширюють ідеї джихадизму, прославляють бойовиків, критикують західну владу та повідомляють про загрози майбутніх атак [29, с. 162].

У 2015 році було близько 90 тисяч таких облікових записів у Twitter, тоді як у 2014 році їх було близько 45 тисяч. Приблизно 69 % цих профілів були на Близькому Сході (Саудівська Аравія, Ірак і Сирія), і більшість їхніх твітів були написані англійською мовою. За даними Європолу, у Twitter було приблизно 45 000 - 50 000 акаунтів, які пропагандують на користь ІДІЛ, і в середньому за кожним з них стежило понад 1000 людей [106, с. 93].

Фотографії, які вони поширювали показували, що члени ІДІЛ є «спільнотою» чи «сім'єю», яка живе в ідеальному «халіфаті». Ці зображення та повідомлення були надзвичайно схожі на реальні життєві ситуації, що створювало ілюзію щасливого, успішного існування під їхнім керівництвом. Це було спрямоване на те, щоб залучити людей до своєї віри через демонстрацію «ідеального» життя.

Використання мемів стало ще одним ефективним інструментом пропаганди ІДІЛ в Twitter. Це були прості візуальні повідомлення, які легко запам'ятовувались. Зображення часто містили символіку ІДІЛ - прапор, емблеми, зображення бійців. Це все підкреслювало «крутість» та впізнаваність бренду. Також використовувалися гумористичні меми, щоб висміяти західний спосіб життя, ліберальні цінності, зображуючи їх слабкими та бездуховними. Наприклад, один із мемів, опублікованих користувачем Абу Омаром у Twitter, містив дві фотографії: на одній зображені озброєні американські солдати з написом «Спочатку я був таким...», а на іншій зображені труни американських солдатів з написом «Але тоді я був усім...». Ця дія була спрямована на висміювання невдачі військової участі США на Близькому Сході [71, с. 174].

Ще одним прийомом пропаганди ІДІЛ в Twitter було використання фотографій та відео з котиками. Наприклад, користувач Абу Фулан опублікував фото маленького kota біля автомата Калашникова з підписом «Наш маленький друг вдома». Подібні образи мали на меті показати, що бойовики ІДІЛ - звичайні люди, які люблять тварин. Це викликало позитивні емоції у користувачів і мало маніпулятивний ефект.

Згодом з'явився навіть хештег #CatsOfJihad, де публікувалися фото та відео граючихся котиків. Це була спроба пом'якшити радикальний імідж ІДІЛ та залучити більше прихильників онлайн, використовуючи популярність подібного контенту.

Загалом ІДІЛ активно та вміло використовував можливості хештегів у Twitter для просування своєї пропаганди та ідеології. Щоб охопити якомога більшу кількість користувачів Twitter по всьому світу, вони створювали різні хештеги на арабській і англійській мовах.

Зокрема, використовувалися власні хештеги, пов'язані з ІДІЛ, такі як #ХаліфатЗалишиться та #ХаліфатПіднімається, щоб згуртувати людей і поширювати пропаганду. Крім того, вони використовували популярні загальні хештеги, які не пов'язані з ІДІЛ, щоб привернути більшу увагу до своїх дописів, та показати переваги «халіфату», використовуючи привабливий образ ідеального життя в їхньому розумінні [9, с. 12].

YouTube також був важливою платформою, на якій ІДІЛ розміщав відеоролики, де демонстрував свою силу та жорстокість. Відеохостинг дозволив бойовикам легко та швидко поширювати візуальний контент, який включав звернення до лідерів і відверто жорстокі відео страт і бойових дій. Відео швидко ставали вірусними і поширювалися мережею фанатів терористів по всьому світу. Один з відомих прикладів – відеоролик, який показує казнь американського журналіста Джеймса Фоулі. Цей відеоролик був розміщений на платформі YouTube, після чого він розлетівся по різних соціальних мережах. Це стало

одним з епізодів, що викликали гостру реакцію світової громадськості та спонукало платформи активніше боротися з подібним контентом [7, с. 256].

Для розміщення зображень вони використовували Instagram. Ці фотографії підкреслювали їхній героїзм у конфлікті та демонстрували елементи повсякденного життя, підкреслюючи загальні принципи та цілі організації. Такий підхід демонстрував не лише жорстокість, але й спробу створити сприйнятливості до їхньої ідеології через традиційні образи.

Їхня активна присутність у Telegram є ще одним прикладом використання соціальних мереж у пропаганді. Перевагою Telegram над іншими соцмережами є можливість обмінюватися файлами набагато більшого розміру – до 1,5 Гб. Завдяки цій функціональній перевазі прихильники ІДІЛ могли легко та швидко поширювати велику кількість пропагандистських матеріалів, таких як фото, відеоролики, аудіозаписи, електронні книги та інші файли, які перевищують обмеження Twitter та інших соцмереж [104, с. 25].

ІДІЛ активно використовував можливості Telegram, щоб поширювати свої радикальні ідеї та організувати незаконну діяльність. З цією метою вони задіявали як закриті приватні канали, так і публічні чати.

Зокрема, публічні канали ІДІЛ використовували для масового розповсюдження пропаганди. Там розміщувалися агітаційні тексти, фотографії та відео з зображенням бойовиків, жорстоких страт, руйнувань, що прославляли діяльність ІДІЛ та пропагували ідеологію насильства і терору. Ця інформація мала на меті залякувати як опонентів, так і прихильників [44, с. 15].

Крім того, на каналах поширювали детальні інструкції і покрокові керівництва щодо виготовлення різних типів зброї та вибухівки з підручних матеріалів. Наприклад, на каналі «Бомба, вибухівка» вони пропонували завантажити книгу про вибухові речовини, яка супроводжувалася коментарем: «Дуже корисна книга про вибухові речовини та про те, як зробити бомбу. Будьте обережні при зберіганні книги на носії» [6, с. 24]. Ці матеріали дозволяли навіть

не підготовленим особам здійснювати терористичні акти з використанням підручних засобів.

Перед великими терористичними атаками ІДІЛ, використовував канали Telegram для поширення закликів до насильства. 6 грудня 2016 року в одному з таких повідомлень йшлося: «Різдво, Ханука та Новий рік зовсім скоро, Інша Аллах [...] Тож давайте приготуємо подарунок для брудних свиней/мавп». Менш ніж через два тижні підозрюваний житель Тунісу Аніс Амрі врізався вантажівкою в натовп людей на різдвяному ярмарку в Берліні, убивши 12 людей і поранивши ще 48. У Telegram ІДІЛ також взяла на себе відповідальність за стрілянину в нічному клубі Стамбула напередодні Нового року. В результаті нападу загинуло 39 людей, десятки отримали поранення.

Ще одним прикладом використання Telegram є створення закритих чатів, де члени організації мали можливість спілкувати між собою та планувати свої операції. Ці чати були зашифровані та захищені паролем, що ускладнювало їх відстеження.

ІДІЛ використовував закриті чати для спілкування зі своїми прихильниками, розміщуючи відео, аудіо та текстовий контент. Ці канали не лише розповсюджували пропаганду, але й використовувалися для спілкування з потенційними рекрутерами, надання інструкцій і взаємодії у форматі, який зберігав деяку конфіденційність [98].

ІДІЛ використовував Facebook для різних цілей у своїй пропагандистській діяльності. Вони створювали сторінки та групи, які поширювали їхню ідеологію та образ. У Facebook публікувалися відео, текстові матеріали та фотографії, які підкреслювали досягнення організації, розповідали про ситуацію на підконтрольних територіях і намагалися залучити нових прихильників завдяки привабливій атмосфері життя в «халіфаті».

Іншим важливим елементом було використання окремих акаунтів у Facebook для поширення пропаганди. Вони створювали облікові записи, де розповідали «особисті» історії та свідчення бойовиків, намагаючись представити

себе як праведників або героїв. Ці окремі «особисті» розповіді мали на меті створити емоційний зв'язок з аудиторією та переконати їх у важливості приєднатися до «справи» ІДІЛ [26, с. 64].

Вони активно поширювали неперевірену інформацію і використовували фейкові акаунти у Facebook, щоб маніпулювати емоціями аудиторії. Це могли бути фейкові новини або фотомонтажі, покликані посилити нервову напругу та паніку серед публіки.

Також ІДІЛ використовував Facebook для ведення дискусій, залучення нових членів, розсилання повідомлень та інструкцій своїм агентам та симпатизантам, і публікації різноманітного контенту, який зацікавлював цільову аудиторію. Однак після оголошення ІДІЛ терористичною організацією Facebook прийняв рішучі заходи для припинення діяльності їхніх сторінок і груп, пов'язаних із пропагандою та рекрутингом. Це було частиною більш широкої ініціативи соціальних медіа, щодо боротьби з екстремістським контентом.

Крім того, Facebook використовувався для зв'язку зі своїми прихильниками, надсилання повідомлень і вказівок щодо виконання різних завдань або навіть для отримання нових навичок. Це було важливим інструментом для взаємодії членів організації [25, с. 64].

Присутність ІДІЛ у Facebook полягала в спробі створити враження щасливого та успішного життя в «халіфаті», щоб привернути нових прихильників. Це було зображено через фотографії з «подорожей» до підконтрольних територій, які демонстрували «нормальне» життя та заохочували членство в спільноті.

Однак рішучі дії платформи щодо блокування та видалення пропагандистського контенту демонструють боротьбу з конкретною терористичною організацією, а також здатність соціальних мереж реагувати на загрози екстремізму та використовувати їх для рекрутингу та пропаганди.

У своїй пропагандистській діяльності ІДІЛ активно запозичував досвід інших радикальних угруповань, зокрема Аль-Каїди, яка кілька роками раніше

почала видавати відомий онлайн-журнал «Inspire». Це видання стало потужним інструментом поширення ідеології Аль-Каїди та закликів до насильства серед її прихильників по всьому світу. За прикладом Аль-Каїди, ІДІЛ також започаткував випуск професійно підготовлених пропагандистських матеріалів та інформаційних бюлетенів, спрямованих на радикалізацію своїх прибічників.

ІДІЛ використовувала соціальні мережі та власні інтернет-ресурси для поширення цих матеріалів. Зокрема, терористи запустили онлайн-журнали, кожен випуск якого був доступний у різних зручних форматах, таких як PDF, Word, EPUB, FB2, iBooks та інші. Це робило їх доступними для своїх прихильників по всьому світу. Щоб охопити якомога ширшу аудиторію, особливо молодь із західних країн, видання були опубліковані різними мовами [29, с. 161]. Візуальний вигляд онлайн-журналів дивитися у Додатку В.

«Dar al-Islam» («Дім ісламу»), франкомовний онлайн-журнал, який виходив із грудня 2014 року по липень 2016 року та випустив загалом 10 видань. Журнал активно висвітлював та пропагував терористичні атаки у Франції, що відбувалися під час його публікації. Намагаючись надихнути читачів на наслідування, видання виправдовувало напади радикалів у Парижі та Ніцці, а також жорстко критикувало будь-які факти чи точки зору, які суперечили ідеології ІДІЛ [70, с. 156].

«Konstantiniyye», онлайн-журнал, який друкувався турецькою мовою і поширювався з червня 2015 року по липень 2016 року. Видання виходило нерегулярно і налічувало близько 7 випусків. Мета журналу полягала в тому, щоб поширювати радикальні ідеології серед туркомовних мусульман і залучати нових членів ІДІЛ з Туреччини. Насильство, заклики до джихаду та антитурецька риторика були присутні в статтях журналу. Крім того, були поширені звіти про «успіхи» ІДІЛ на Близькому Сході та заклики до хіджри, тобто переселення в «халіфат» [96, с. 173].

«Istok», був російськомовним онлайн-журналом, який виходив з травня 2015 року по липень 2016 року. Він випускався декілька разів на рік з метою

пропаганди ідеології джихадизму та вербування бойовиків з країн СНД. Окремо в журналі висвітлювалися російські бомбардування Сирії, як підтвердження жорстоких дій Росії та підстава для радикалізації мусульман проти «невірних» [6, с. 12].

«Islamic State News» - щотижневий інформаційний бюлетень, який ІДІЛ видавав для поширення своєї пропаганди. Приблизно у 2015 році він почав виходити арабською та англійською мовами і поширювався в Інтернеті та соціальних мережах. Основним завданням бюлетеня було висвітлення новин та подій в так званому «халіфаті» вигідним для ІДІЛ чином. Він містив пропагандистські фотографії та відео, зведення про бойові дії та перебільшені повідомлення про «перемогу» ІДІЛ. Крім того, були поширені заклики до джихаду та хіджри в районах Іраку та Сирії, які контролює ІДІЛ [71, с. 176].

Ключовим пропагандистським журналом терористичної організації був «Dabiq». Він виходив з липня 2014 року по липень 2016 року і складався з 15 випусків. Його назва походить від невеликого містечка Дабік в Сирії, неподалік від кордону з Туреччиною, яке згідно з ісламською міфологією, було місцем історичної битви. А девіз журналу звучить так: «Іскра була запалена тут, в Іраку, і її вугілля буде збільшуватися — з дозволу Аллаха — доки не спалить армії хрестоносців у Дабіку» (Аль-Заркаві). Журнал видавався англійською мовою, а потім перекладався на французьку та німецьку мови, щоб охопити якомога ширшу аудиторію.

В основному журнал містив репортажі про повсякденні події в зоні ІДІЛ. Також можна було зустріти статті про відбудову «золотого ісламського віку», релігійні вчення, ідеалізовані фотографії з «халіфату», а також новини про різні соціальні заходи. Не бракувало контенту, насиченого агресією та ненавистю до інших релігій, переважно християн. Крім того, кожен журнал містив інформацію про військові успіхи «халіфату», розділеного на певні географічні райони. Відповідно до опису Dabiq на веб-сайті Al-Nayat Media Center, можна побачити, що цей журнал, який фокусується на таких питаннях: tawhid (єдність), manhaj

(пошук істини), hijrah (міграція), jihad (священна війна) та jamaah (громада), включаючи фоторепортажі, поточні події, інформативні статті та питання, пов'язані з ІДІЛ [107, с. 177].

«Rumiya» був ще одним журналом, який вартий згадки. Журнал був запущений після того, як Dabiq припинив свою діяльність. Останній випуск журналу був в червні 2017 року, а в загальному їх було 10. У журналі були коротші статті, але той самий шаблон і структура, що і в Dabiq. В його випусках зазвичай з'являлись матеріали про терористичні акції, виклики та заклики до прихильників, релігійні тлумачення, а також інструкції з підготовки та вчинення терористичних атак [102, с. 145].

Для залучення нових членів до терористичної організації ІДІЛ створювала спеціальні довідники та посібники, які поширювалися безкоштовно в Інтернеті. Ці видання мали розширену форму, які не класифікуються як журнали та були закритими виданнями. Серед таких довідників – «Hijrah to the Islamic State», «How to survive in the West» та посібник для «самотніх вовків».

Посібник «Hijrah to the Islamic State» містив детальні інструкції щодо безпечного переміщення до Сирії та Іраку. Там були поради, що взяти із собою, контакти в соцмережах, маршрути пересування, а також історії успіху тих, хто вже дістався «халіфату».

Другий посібник під назвою «How to survive in the West», опублікований у 2015 році, був адресований прихильникам ІДІЛ, які проживають у західних країнах. Він містив рекомендації з конспірації, виготовлення зброї та інструкції для підготовки «таємних агентів». Також поширював твердження про «брехню західних лідерів», які нібито неправомірно звинувачують усіх мусульман у тероризмі.

У 2016 році ІДІЛ випустив посібник «Інструкція з техніки безпеки для самотніх вовків» - 62 сторінки порад для прихильників в західних країнах. Головні рекомендації: носити хрестик, голити бороду, одягатися на західний манер, уникати арабської їжі - щоб «зливатися з натовпом» [107, с. 173].

ІДІЛ активно використовував як відкритий інтернет, так і Dark Web для поширення своєї пропаганди та планування своїх дій. Dark Web доступний лише за допомогою спеціального програмного забезпечення, що дозволяє користувачам залишатися анонімними та уникати цензури. Це те, що привернуло терористів до нього.

ІДІЛ створював спільноти для своїх прихильників на форумах і чатах Dark Web, де вільно поширювало радикальну ідеологію та вербувало бойовиків з різних країн. У цьому місці можна було купувати зброю та підроблені документи, а також анонімно збирати кошти у криптовалюти. Dark Web дозволив ІДІЛ уникнути блокування своїх матеріалів і ресурсів, а також дозволив терористичним осередкам по всьому світу спілкуватися таємно [70, с. 151]. Таким чином, цей сегмент Інтернету став важливим інструментом для пропаганди та організації ІДІЛ у всьому світі.

Таким чином, використання Інтернету ІДІЛ було покращеним методом поширення своїх ідей, залучення нових членів і створення враження своєї могутності. Вони створювали «ідеальний» образ «халіфату», відеоролики з жорстокими вчинками та активно спілкувалися на форумах та чатах.

Ця стратегія дозволяла ІДІЛ не лише залучати увагу до своїх ідей, а й викликати страх та паніку серед населення. Вони впливали на психіку людей за допомогою соціальних мереж, створюючи враження благополуччя та справедливості. Загальний вплив їхньої цифрової пропаганди полягав у створенні складного психологічного контексту, який відображався в різноманітних реакціях аудиторії на їхні публікації. Цей підхід до пропаганди ІДІЛ підкреслює, наскільки важливим є розуміння впливу Інтернет-платформ на суспільство та того, наскільки важливо приймати ефективні рішення для боротьби з дезінформацією та маніпуляціями.

2.2 Відео та аудіоматеріали як ключовий спосіб впливу на аудиторію

Відео та аудіоматеріали – це потужний спосіб впливу на аудиторію. Вони ефективно передають інформацію, викликають почуття та захоплюють увагу. Емоційна сила цих медіа-форматів є важливою особливістю. Візуальні та звукові елементи створюють атмосферу, яка може викликати різні емоції у глядачів та слухачів. Це дозволяє створювати глибший зв'язок між контентом та аудиторією. Крім того, такі формати відзначаються легкістю сприйняття. Вони мають здатність пояснювати складні поняття або ідеї простим та доступним способом, що полегшує їх розуміння широкому загалу людей. Віральність цих матеріалів є ще однією перевагою. Завдяки своїй привабливості та здатності привертати увагу та залучити аудиторію, їх легше поширювати через соціальні мережі.

Важливо зазначити, що візуальний та аудіальний ефекти, які передаються за допомогою відео та аудіо можуть залишатися в пам'яті аудиторії на триваліший період часу. Це допомагає зберегти інформацію та сприяє її кращому утриманню. Загалом, ці медіа-формати впливають на сприйняття аудиторії, емоції та пам'ять, що робить їх важливим засобом спілкування та впливу на суспільство [61, с. 77].

ІДІЛ активно та вдало використовував відео та аудіоматеріали як засоби поширення своєї радикальної ідеології та залучення нових прихильників. Терористи цілеспрямовано створювали та розповсюджували в Інтернеті різноманітний мультимедійний контент, розрахованого на різні цільові аудиторії та з різними цілями.

З одного боку, це були шокуючі за своєю жорстокістю відео страт заручників, показові публічні езекуції, руйнування історичних пам'яток. Такі матеріали мали на меті залякати противників, продемонструвати свою силу і повернути увагу ЗМІ.

З іншого боку, ІДІЛ створював та поширював пропагандистські відео та пісні, які зображали позитивне життя на підконтрольних територіях, закликали до глобального джихаду та прославляли мучеників. Така продукція мала на меті

залучити нових прихильників, особливо серед молоді. В такий спосіб ІДІЛ вдало поєднувало відео та аудіо контент різного спрямування для просування своєї ідеології та залучення новобранців.

Основним засобом впливу на аудиторію ІДІЛ були аудіоматеріали, такі як записи проповідей, музика та інші аудіофайли. Вони створювали спеціальні записи, які поширювали їхню ідеологію, сприяли радикалізації та залучали нових членів.

ІДІЛ використовував аудіоматеріали для просування своєї ідеології за допомогою виступів лідерів та активної участі у форумах та соціальних мережах. Це дозволило їм активно впливати на велику аудиторію, передаючи свої ідеї та переконання за допомогою ефективного мовлення та маніпулювання емоціями аудиторії. Усі ці матеріали, які розповсюджував ІДІЛ, мали на меті створити певний образ і приховати справжній характер організації. Це стало частиною їхнього підходу до впливу на аудиторію, щоб залучити нових прихильників і контролювати психологічний стан суспільства [77, с. 43].

У своїх виступах лідери ІДІЛ чітко і послідовно викладали основні ідеї радикального джихадизму, такі як вимога боротися з «невірними», створення всесвітнього халіфату під прапором ІДІЛ і заклики до масової міграції мусульман по всьому світу. Вони впливали на почуття слухачів за допомогою маніпулятивних методів, обіцяючи побудувати утопічне суспільство на основі свого розуміння шаріату. Наприклад, аудіозаписи проповідей лідерів ІДІЛ, у яких вони закликали боротися за «праведну справу» та створити «ідеальне суспільство», часто надихали нових членів організації до дій і значно змінювали їхні вірування. Такі публікації мотивували аудиторію створювати емоційні зв'язки, що сприяло залученню нових послідовників [97, с. 27].

Також аудіоматеріалами були інструкції, які розповсюджувалися серед прихильників. Ці записи могли містити вказівки щодо проведення терористичних акцій, виготовлення вибухових пристроїв та інших способів бойової підготовки.

Зокрема, були розроблені детальні аудіопосібники з виготовлення вибухових пристроїв та зброї з підручних матеріалів. Ці інструкції чітко і послідовно, роз'яснювали процес створення бомб та інших видів озброєння. В Європі та Північній Америці ці посібники активно розповсюджувалися в Інтернеті серед невеликих радикальних груп. Метою було надати їм можливості для проведення терактів на місцях без необхідності проходження реальної бойової підготовки.

Ще один тип - навчальні аудіокурси арабської мови, вивчення основ ісламу з точки зору ІДІЛ, а також військової справи. Вони прагнули вивчити ідеологію нових членів та перетворити їх на фанатичних бойовиків [89, с. 44].

Ці аудіозаписи не тільки впливали на індивідуальний психологічний стан, а й відображали стратегічний напрямок організації. Вони створювали певний образ, який зміцнював їх ідеологію та збирав прихильників. Наприклад, виступи лідерів ІДІЛ підкреслювали наскільки важливо, щоб вони захищали іслам та зберігали свої власні принципи та цінності.

Такі аудіозаписи створювали сприятливу атмосферу для набору нових членів до організації, створення відчуття єдності і відповідальності за «спільну роботу». Їхня ефективність залежала не тільки від прямого впливу на особистість, але й у створенні позитивних емоцій, які мотивували прихильників до конкретних дій.

Музика та звукові ефекти були важливими компонентами аудіопропаганди ІДІЛ, оскільки вони створювали атмосферу підтримки та мотивації для членів організації. Ці аудіозаписи мали значний вплив на аудиторію, спонукаючи їх діяти та співпереживати ідеологіям ІДІЛ.

Музичні композиції, створені ІДІЛ, проповідували «халіфат» і відображали героїзацію бойових дій. Ці пісні широко поширювалися через онлайн-платформи, викликаючи емоційну реакцію та спонукаючи слухачів підтримувати цілі організації. Ці аудіоматеріали мали сильний вплив на

аудиторію, створюючи емоційні зв'язки та впливаючи на переконання слухачів, що сприяло залученню нових прихильників та радикалізації частини аудиторії.

Пропагандистські пісні вони поширювали на різних мовах, адже це давало змогу охопити більшу аудиторію прихильників по всьому світу. На французькій мові - *Par Amour* («За любов»), німецькій - *Auf Zum Schlachten* («Підніміться на забій»), а також на англійській. Пісні були доступні в Telegram каналах, а також на YouTube [107, с. 178].

До категорії пісень належать також короткі музичні записи релігійного змісту, так звані «nasheed» (нашид), які створювалися з двома основними цілями – заохотити і залякати одночасно. У текстах нашиду ІДІЛ прославляв джихад, мучеництво, боротьба з невірними та створення «халіфату». Їх музичний та текстовий контент спрямований на виклик певних емоцій та створення враження сильної та неоднозначної ідентичності. Такі пісні мали надихати прибічників та мотивувати їх до насильницьких дій.

Let's go for Jihad – релігійний гімн ІДІЛ, який уперше був опублікований 2014 році на арабській та англійській мовах. Він є одним із найвідоміших та найнебезпечніших нашидів, оскільки пропагує насильство, екстремізм і нетерпимість. Гімн складається з трьох куплетів і приспіву. У куплетах розповідається про переваги джихаду та його необхідність для захисту ісламу. Приспів закликає мусульман до джихаду проти тих, хто не дотримується віри [53, с. 35].

Також популярними були нашиди «*Dawlati Baqia*», «*Saleel al-Sawarim*» та «*Soon, Soon*». Нашид «*Dawlati Baqia*» проголошує, що ІДІЛ є постійною державою, яка буде існувати вічно. «*Saleel al-Sawarim*» закликає мусульман до боротьби з ворогами ІДІЛ. А нашид «*Soon, Soon*» обіцяє перемогу ІДІЛ над усіма своїми ворогами [78].

Відеоматеріали також відігравали ключову роль в пропагандистській діяльності терористичної організації. Особливістю відеопропаганди ІДІЛ було

активне використання вкрай жорстоких і шокуючих відео з публічними стратами та обезголовленнями полонених.

Такі відеоматеріали значно впливали на аудиторію. Вони не тільки шокували та залякували глядачів, але й створювали враження про величність та нестримність організації. Це зміцнило їх ідеологію, а через створення враження «непереможності» та «справедливості» їхньої боротьби, вони намагалися залучити нових прихильників.

Ці відеоматеріали, які показували казні, насильства та страти, викликали сильну реакцію у світової спільноти. ІДІЛ використовував ці відео для поширення страху та паніки серед громадськості, демонструючи свою безжальність. Це було схоже на стратегію психологічної війни – впливати на емоції, шокуючи та тероризуючи людей жорстокими вчинками, щоб змусити їх підкоритися або шукати захисту.

У той же час вони створювали відео, які демонстрували «ідеальне» життя в «халіфаті». Ці матеріали мали на меті показати, що контрольовані регіони є місцями порядку та благополуччя, а також справжніми представниками «праведної» ісламської спільноти. У результаті цього уявлення про «ідеальне» життя організація була представлена як сила, яка пропонує своїм прихильникам не лише страхітливі методи, але й надію на «ідеальне» життя. Це показало складну стратегію ІДІЛ, яка використовує відеоматеріали, щоб створити образ і вплинути на переконання та почуття аудиторії.

ІДІЛ не лише створював відеоролики, які демонстрували жорстокість і насильство, але й використовував їх для просування своєї ідеології. Вони намагалися продемонструвати, що вони «захисники» ісламу, підкреслюючи свої переконання та принципи. Організація широко використовувала відеоролики для залучення нових членів, особливо молоді. Їхня пропаганда спрямовувалася на молодь, шукаючи у них симпатій до їхньої ідеології через відео, які створювали ілюзію «змінити світ на краще».

Відеоматеріали, зокрема фільми, виявилися важливим інструментом впливу на аудиторію терористичною групою. Фільми, створені ІДІЛ, виготовлені з великою увагою до деталей, зокрема використанням візуально ефектних сцен, музичного оформлення та емоційно насичених зображень [82, с. 5].

Фільми, створенні ІДІЛ в рамках своєї пропагандистської діяльності, були досить різноманітними за тематикою та форматами.

З одного боку, це якісно зняті пропагандистські фільми, що ідеалізують життя на території ІДІЛ. Наприклад, 30-хвилинний фільм «Привіт з землі Халіфату» 2015 року демонстрував повсякденне життя в місті Ракка. В фільмі бойовики різних національностей: Фінляндії, Великої Британії, Індонезії розповідають про те, як вони щасливі жити в «халіфаті»: «нам не потрібна демократія, нам не потрібен комунізм чи щось подібне, нам просто потрібен шаріат». Фільм переривається яскравими сценами вуличного життя та дітей у парку розваг, фотографіями солдата, який втішає поранених у лікарні.

З іншого боку, ІДІЛ випускало шокуючі фільми насилля та жорстокості, як пропагандистський фільм «Полум'я війни» та фільм про спалення йорданського пілота Муаз аль-Касасіба.

«Полум'я війни» - це повнометражний 55-хвилинний фільм, створений ІДІЛ напередодні їхнього вторгнення в Іраку у 2014 році. У фільмі поєднуються живі кадри з передової лінії воєн ІДІЛ зі спецефектами, які включають комп'ютерні вибухи, драматичні звукові доріжки та уповільнену зйомку. У фільмі детально показано жорсткі бої бойовиків ІДІЛ з іракською армією, включаючи штурми будівель, перестрілки на вулицях та вибухи гранат і снарядів. В одному з епізодів показані страти та вбивства полонених іракських військових [49, с. 285].

Публікація фільму «Полум'я війни» відбулася через кілька днів після того, як в Інтернеті було опубліковано 52-секундний трейлер фільму. У трейлері було показано, як бойовики підривають танки, і зображено поранених солдатів США, а потім вставлені слова Обама, де він каже, що бойові загони не повернуться до

Іраку, а закінчується трейлер накладеним текстом із написом «бої тільки почалися» [94].

Фільм про спалення йорданського пілота Муза аль-Касасіба - це одне з найжорстокіших і шокуючих відео, випущених терористичною організацією ІДІЛ.

У лютому 2015 року ІДІЛ опублікувала пропагандистський фільм тривалістю 22 хвилини, в якому показано процес підготовки до страти пілота. Муза аль-Касасіба був захоплений у полон після краху його літака під час авіаудару по позиціям ІДІЛ. Після тривалих катувань він був страчений заживо в металевій клітці. Відео показує весь процес підготовки до страти, включаючи промови бойовиків ІДІЛ, транспортування пілота до місця страти та облиття клітки бензином. Сам момент жахливої страти триває кілька секунд. Метою цього фільму було залякати всіх хто виступає проти ІДІЛ, і продемонструвати здатність організації до вчинення жорстоких злочинів [59, с. 33].

Ще одна спроба відеопропаганди ІДІЛ заслуговує на увагу, а саме серія відеорепортажів фотокореспондента Джона Кантлі. Він був британським журналістом, який потрапив у полон до терористів ІДІЛ в листопаді 2012 року. Три роки Джон Кантлі перебував у заручниках, і був змушений брати участь у пропагандистських відео ІДІЛ, яке мало назву «Послухай мене».

Загалом відомо щонайменше про 10 подібних відео з Кантлі, знятих в різних містах на території «халіфату», а саме в Мосулі, Кобані та Алеппі. Всі ці відео були зняті під час його перебування в полоні з 2012 по 2016 роки. У них він демонстрував вуличне життя, роботу шкіл, лікарень, інфраструктури. Кантлі супроводжує всі ці кадри коментарем: «Місто процвітає, люди почуваються в безпеці». Крім того, Джона Кантлі змушували читати пропагандистські звернення ІДІЛ, у яких він критикував західні країни [59, с. 33]. Тим не менше, у 2016 році бойовики ІДІЛ публічно обезголовили Джона Кантлі. Відео страти також оприлюднили.

Загалом, відео обезголовлення ІДІЛ залишаються одними з найбільш популярних і поширених пропагандистських матеріалів цієї терористичної організації. Ці шокуючі відео демонструють жорстокі вбивства людей, які були захоплені ІДІЛ, як правило, це були: журналісти, громадські активісти та працівники гуманітарних організацій. На відео часто показують «невірних» у пустелях Іраку чи Сирії з ножом біля горла. Для відео вони використовували камери з HD якістю, а хороший звук на відео був через те, що вони розміщали мікрофон над жертвою для максимального слухового впливу. Відео з обезголовленням американського журналіста Джеймса Фолі, опубліковане ІДІЛ в Інтернеті у 2014 році, залишиться одним із найвідомішим пропагандистським матеріалом цієї терористичної організації.

Засновник ІДІЛ Абу Мусаб Аль Заркаві познайомив групу з жорстокими методами масових вбивств і обезголовлювань на початку 2000-х рр. У 2004 р. його група обезголовила 10 людей, і ці кадри були оприлюднені. Обезголовлення були настільки шокуючими, що навіть лідери Аль-Каїди вважали ці дії занадто жорстокими. Група стверджує, що вірить у придушення ворога страхом і терором, і визнає, що це частина їхньої тактики [76, с. 11].

Відеоігри також були частиною пропаганди терористичної організації. Мета – заохотити молодь до насилля та вербування в лави ІДІЛ. Особливої популярності набули видозміненні версії популярних ігор GTA і Call of Duty під назвами «Джихад GTA» і «Віртуальний джихад».

«Джихад GTA» - це неофіційна модифікація гри Grand Theft Auto, де гравець може грати за бойовика ІДІЛ. Терористична організація опублікували трейлер джихадистської відеоігри, метою якої є знищення іракських і американських військ. Відео рясніє вибухами, сценами бойових дій і снайперами, повсюди заклики джихадистів. Персонажі кричать «Аллаху Акбар!» і, як це бувало в реальному житті, персонажі вбивають і обезголовлюють своїх жертв і підривають транспортні засоби. Проте є інформація, що це був просто трейлер, а фактичної версії потенційної гри, яку можна грати, не було.

«Віртуальний джихад» видозмінена версія шутера Call of Duty, де дія відбувається в Сирії та Іраку з участю бойовиків ІДІЛ. Бойовики рекламували цю гру від першої особи, щоб «підняти моральний дух моджахедів і навчити дітей і молодь, як воювати проти Заходу та поширювати терор в серцях тих, хто виступає проти ісламського режиму» [58, с. 80].

Крім того, ІДІЛ використовував відеоролики, щоб навчити своїх прихильників терористичним стратегіям і методам боротьби. Ця інформація містила практичні рекомендації щодо здійснення терористичних актів і інших насильницьких дій. Частина аудиторії була мобілізована та радикалізована через атмосферу страху, масштабності та непереборності, яку створювали ці відеоматеріали.

Також, ІДІЛ використовував відеоканали в соціальних мережах для особистого звернення до аудиторії, намагаючись залучити конкретних людей до своєї справи. У загальному, відеоролики ІДІЛ використовувалися не лише для демонстрації жорстокості, але й для створення іміджу «справедливої боротьби» та маніпулювання думками глядачів.

Отже, відео та аудіоматеріали стали важливим компонентом пропагандистської стратегії ІДІЛ. Ці публікації не лише демонстрували акти насильства та жорстокості, але й мали за мету формувати образ організації як «захисника» ісламу та «справедливого» суспільства.

Відеоролики, які демонстрували страти та публічні казні, викликали паніку та страх, посилюючи враження жорстокості та непереможності організації. У той же час аудіоматеріали, такі як мовлення лідерів та ідеологічні промови, мали на меті мобілізувати та вербувати нових прихильників.

Така маніпуляція емоціями та переконаннями створила складний образ ІДІЛ у свідомості аудиторії, що вплинув на поширення їхньої ідеології та залучення нових членів. Використання відео та аудіоматеріалів стало потужним засобом психологічної війни та пропаганди, спрямованої на залучення та контроль аудиторії.

ІДІЛ зміг створити ілюзію «ідеального життя» в «халіфаті» за допомогою відео та аудіоконтенту. Деякі люди відчули співчуття та бажання приєднатися до організації завдяки цим відеороликам, які проповідували позитивне життя в районах, які вони контролювали.

2.3 Релігійний аспект пропаганди ІДІЛ

Релігійна складова є важливою частиною пропаганди ІДІЛ. Ісламська релігія була важливою частиною ідеології організації, а також використовувалася для мобілізації та рекрутування прихильників. Щоб виправдати свої дії та місію, ІДІЛ використовував релігійні тексти, інтерпретуючи їх у своєму контексті. Вони представляли себе захисниками ісламу, підкреслюючи на «очищенні» від «неправильних» тенденцій і «відступництва» від «справжнього ісламу».

Пропаганда ІДІЛ представляла ідеальне мусульманське життя в «халіфаті», який, на їхню думку, складається з правильної ісламської доктрини, суворого закону шаріату та ідеальної суспільної організації. Крім того, ІДІЛ використовував релігійні обряди та символи у своїй пропаганді, щоб підкреслити свою «праведність» і «благочестя». Вони створювали відеоматеріали та тексти, щоб відзначити свою «святую боротьбу» та прославити жертв як «мучеників ісламу».

Однією з особливостей пропаганди ІДІЛ є спроба обґрунтувати свої злочинні дії шляхом маніпулювання цитатами з Корану. При цьому терористи навмисно використовували вибіркове та викривлене тлумачення текстів, які вважаються священними для мусульман.

Зокрема, терористами використовувалися неповні цитати з Корану, що стосуються поняття джихаду чи боротьби з «невірними». Проте при цьому замовчується контекст цих висловлювань та загальний гуманістичний зміст Корану, який засуджує вбивства невинних людей. А також терористи використовували сумнівні хадиси (запис переказів про слова, дії та мовчазне

схвалення пророка Мухаммеда) для досягнення політичних цілей. Вони вибірково цитували ті хадиси, які начебто виправдовують жорстокість, рабство та насилля по відношенню до «невірних». Однак тисячі інших хадисів, які проповідують справедливість, мир і милосердя, ігноруються [48].

На жаль, такі дії ІДІЛ призвели до абсурдних звинувачень проти Корану. Деякі ЗМІ по всьому світу створювали упереджене уявлення про іслам, зображаючи його виключно як релігію насилля та агресії. Результатом є зростання негативних почуттів до ісламу та мусульман як серед немусульманських спільнот, так і всередині самих мусульманських громад.

Справді, деякі вірші в Корані закликають мусульман вбивати немусульман, проте ці фрагменти часто цитуються поза контекстом, ігноруючи історичні обставини їхнього походження. Така вибіркова інтерпретація посилює негативні емоції та сприяє насильству.

Натомість розуміння будь-яких релігійних текстів, включно з Кораном, вимагає врахування історичного та культурного контексту. У доісламській Аравії міжплемінні конфлікти були звичайним явищем. Війни вважалися нормою, якщо не було укладено мирну угоду. Водночас існували правила, що забороняли вбивати мирних жителів. Згодом ці принципи стали частиною мусульманського права та джихаду [52, с. 1073].

Члени ІДІЛ вважали себе «справжніми мусульманами». Вони суворо дотримувалися священного письма мусульман, Священного Корану, як виправдання для всього, що вони робили. Група приймала цілком буквальний переклад Корану та стверджувала, що віддано дотримується законів шаріату, релігійного закону, який є частиною ісламської традиції та який походить від релігійних заповідей ісламу, зокрема Корану та хадисів. Одним із прикладів цієї маніпуляції є вірш Корану: «Ми вселимо жах у серця тих, хто не вірує, за те, що вони додають Аллаху рівних, не маючи на те Його дозволу. І їхнім притулком буде Вогонь, і жалюгідна оселя грішників» (Коран, 3:151) [99, 3:151].

Буквальне тлумачення вищенаведеного вірша використовувався ІДІЛ для виправдання масових страт і обезголовлень. А насправді цей вірш стосується конкретної історичної події - битви при Бадрі у 624 році нашої ери. Тоді язичницькі племена Мекки виступили проти мусульман на чолі з пророком Мухаммедом у Медині. Мусульмани перемогли, а язичники зазнали поразки.

Ще один приклад неправомірного використання та маніпулювання терористами ісламськими віршами міститься у вірші Корану: «Коли минуть священні місяці, вбивайте політеїстів, де б ви їх не зустріли. І ловіть їх, і облягайте, і підстерігайте їх у кожній засідці. Але якщо вони покаються, і звершать молитви, і віддадуть милостиню, то нехай ідуть своєю дорогою. Аллах Всепрощаючий, Милосердний» [99, 9:5]. Знову ж таки, тлумачення цього вірша буквально виправдовує безжалісну жорстокість ІДІЛ. Однак, щоб зрозуміти цей вірш, ми повинні вивчити його в історичному контексті. Цей вірш був зісланий пророку Мухаммеду під час військового походу мусульман на Табук у 630 році н.е. Ця експедиція була відповіддю на нарощування військової потуги Візантійської імперії, яка загрожувала мусульманам у Медині. У цьому вірші йдеться про те, що мусульмани повинні протистояти гнобленню, яке здійснюють їхні вороги. Однак заклик був оборонним, а не наступальним. Крім того, наступні вірші Корану наголошують на мирі, прощенні та необхідності уникнення агресії, що відповідає загальному гуманному духу Корану. Наступний аят Корану (9:6) пояснюється сам за себе: «І якщо хтось із багатобожників попросить у вас захисту, дайте йому захист, щоб він міг почути Слово Аллаха; потім супроводіть його до безпечного місця» [99, 9:6].

Щоб надати своїй пропаганді більшої легітимності в очах віруючих вони активно використовували релігійну риторику – терміни на зразок «куфр» (невір'я), «шахід» (мученик), «халіфат».

Зокрема, ІДІЛ часто застосовував термін «куфр» для опису тих, хто не погоджувався з їхньою радикальною ідеологією. Такі люди оголошувалися «невірними», з якими можна і потрібно боротися. Термін «шахід»

використовувався щодо бойовиків ІДІЛ, які гинуть під час терористичних акцій. Їх називали «мучениками», які здобули вічне життя. Крім того, заклики до створення «халіфату» повинні були мотивувати прихильників боротися за повернення «золотої ери ісламу». Релігійна риторика використовувалася для підтримки насильства та залучення нових бойовиків [11, с. 55].

Ще одним способом показати легітимність в очах віруючих, використовувати релігійну символіку, і ІДІЛ це активно робив.

ІДІЛ використовував релігійну символіку різними способами. Їхній прапор чорний з білим написом, який свідчить: «Немає бога, крім Аллаха, і Мухаммед - його пророк». ІДІЛ використовував цей прапор як символ своєї віри. Щоб продемонструвати свою відданість ісламу, ІДІЛ використовував релігійний одяг, такий як чорні тюрбани та довгі білі сукні.

Отже, пропаганда ІДІЛ активно використовувала релігійну риторіку та символіку для досягнення своїх політичних цілей. Однак іслам є лише прикриттям, а насправді ідеологія ІДІЛ суперечить основним засадам цієї релігії.

Зокрема, терористи вибірково тлумачили Коран, ігноруючи загальний гуманістичний зміст і вириваючи цитати з контексту. Вони зловживали такими термінами, як «джихад», «халіфат», «мученик» тощо для маніпулювання свідомістю прибічників.

На противагу цьому, більшість мусульманських лідерів засуджували ІДІЛ і підкреслювали, що ця організація не пов'язана зі справжнім ісламом. Адже, іслам закликає до миру, милосердя та поваги до життя людей.

2.4 Методи психологічного впливу на аудиторію

Дослідник з Великої Британії Чарлі Вінтер присвятив сотні годин моніторингу інтернет-угруповань джихадистів і перегляду пропагандистських матеріалів, щоб краще зрозуміти «віртуальний халіфат» і комунікаційну стратегію груп.

Кожен день, за його словами, оприлюднювалося багато дезінформації. «Щодня публікуються сотні окремих ЗМІ, відео, журналів і радіопередач різними мовами» [30].

Вінтер зазначає, що режим ІДІЛ та його центральні ЗМІ «фактично» відповіли за підтримку цього інформаційного потоку. Пропаганда мала колективний вплив. Частина матеріалів залежала від загальної комунікаційної компанії ІДІЛ, оскільки група намагалася встановити зв'язок між своїм брендом і шанувальниками.

Зимовий сезон 2015 року продемонстрував мережу комунікаційної інфраструктури, що підтримувала цю пропаганду. Також стало зрозуміло, скільки різних компонентів входило до складу медіа-корпорації ІДІЛ.

Зокрема, існував окремий офіс ЗМІ для Південно-Східної Азії, Близького Сходу, Африки та Америки. Цей офіс забезпечував відповідну підтримку та просування медіа-продукції ІДІЛ у загальний інформаційний потік.

Одне з пропагандистських відео продемонструвало ключову роль медіа в боротьбі за створення «халіфату». На відео було показано, як медіа-працівник упаковує своє обладнання в свою автівку, щоб підготуватися до зйомок. Таким чином, було продемонстровано, наскільки важлива інформаційна діяльність для цієї терористичної організації. З даними 2016 року ісламістські медіа-працівники мали в сім разів більше шансів бути вбитими, ніж звичайні журналісти [33, с. 148].

Знайомство з пропагандою ІДІЛ викликало занепокоєння через тривалий інформаційний вплив. З навчального посібника ІДІЛ для медіа стало зрозуміло, що ключовим елементом була стратегія брендингу. Йшлося не лише про заклики до боротьби, але й про демонстрацію переваг життя в ІДІЛ.

Наприклад, відео з молодими людьми, які печуть хліб, а також роблять інші мирні справи мало створити враження нормального життя в ІДІЛ. Такі методи мали приваблювати нових прихильників.

Іншим завданням було переконати, що лише повідомлення ІДІЛ є правдивими. Таким чином ІДІЛ намагалася контролювати інформаційний простір та інтерпретацію подій.

Прикладом є: відео втрати Мосула. Незважаючи на величезні втрати для ІДІЛ, це вважалося стратегічним заходом або неактуальним занепокоєнням, оскільки найближчим часом територія буде повернена Ісламській державі.

Все, що відбувалося в зоні конфлікту, вважалося частиною божественного плану джихадистів. Це, звичайно, було не на користь критично мислячим людям. Проте для відданих послідовників ісламістської тоталітарної ідеології вона цілком узгоджувалася з їхнім світоглядом.

У 2016-2017 років спостерігалася зміна пріоритетів у пропаганді ІДІЛ. Незважаючи на те, що організація продовжувала створювати пропагандистські матеріали для своїх прихильників, втрата значних територій негативно вплинула на залучення нових прихильників джихаду в Європі та США.

У результаті медіа-підрозділ ІДІЛ зосередилися на висвітленні конкретних терористичних актів по всьому світу. Пропагандисти використовували відео нападів у західних ЗМІ, додаючи описи, що злочинців неможливо зупинити, якщо вони не хочуть.

Вінтер вважає, що ці меседжі чітко показують сутність терористичної ідеології ІДІЛ і те, наскільки вона може впливати на своїх прихильників по всьому світу. Це була стратегія не лише для спілкування, а й для підтвердження того, що ІДІЛ продовжує мати глобальний вплив.

Екстремістська ідеологія була визнана основою ІДІЛ, здатна існувати тривалий час. Ефективна протидія цій пропаганді вимагала розробки більш складної стратегії, ніж просто тиск на Інтернет-платформи.

Аналізуючи наведені дані, можна зробити висновок, що ІДІЛ використовував різноманітні методи та канали для поширення своєї пропаганди та психологічного впливу на свою аудиторію.

Зокрема, інтернет і соціальні мережі були активно використані для щоденного розповсюдження великої кількості різноманітних медіа-контенту. У ІДІЛ використовувалися маніпулятивні психологічні методи, такі як гра на емоції, обіцянки та позитивний імідж життя.

Пропаганда була адаптована до різних цільових аудиторій і цілей організації. Пропаганда залишалася ефективним засобом психологічного та інформаційного тиску, навіть незважаючи на військові невдачі ІДІЛ.

2.5 Основні наративи пропаганди ІДІЛ

Ефективна пропаганда завжди вимагає ретельного вивчення цільової аудиторії та визначенні ключових наративів, які віддзеркалюють їх культуру та цінності. Лише після цього можна сподіватися створити повідомлення, які торкнуться суспільних настроїв і приведуть до будь-якого бажаного результату. Саме цього принципу дотримувалася терористична організація ІДІЛ створюючи свій потужний пропагандистський апарат.

Терористичне угруповання ІДІЛ розпочало ефективну пропагандистську кампанію, щоб досягти своїх стратегічних цілей. Однією з цих цілей було створення власного псевдоісламського халіфату на захоплених територіях Іраку та Сирії. Щоб план був реалізований, ІДІЛ потрібно було досягти ряду проміжних цілей. Це включало розпалювання релігійної ворожнечі, дискредитацію офіційного уряду, створення хаосу та залучення нових прихильників. Саме на досягнення цих цілей і були спрямовані ключові пропагандистські наративи ІДІЛ, що апелювали до релігійної та культурної ідентичності аудиторії.

Дослідження пропаганди ІДІЛ показують, що вони використовують різноманітні наративи для досягнення своїх цілей. У 2015 році Дейвід Гартенштейн-Росс виокремив чотири основні наративи в пропаганді ІДІЛ: (1) послання переможця, (2) релігійний обов'язок, (3) почуття пригод та (4) політичні образи [56, с. 5]. А вже у 2016 році Гартенштейн-Росс разом з іншими

дослідниками розширили цей список до дев'яти наративів: (1) послання переможця, (2) халіфат як ісламська утопія, (3) дискредитація конкурентів, (4) посіяти розбрат серед ворогів, (5) незаконність ісламістів, які беруть участь у виборах, (6) розпалювання міжконфесійної ворожнечі, (7) обіцянка пригод та побратимства під час джихаду, (8) розкол між мусульманами та Заходом, (9) релігійний обов'язок приєднатися до халіфату [57, с. 4].

Ці наративи слугували інструментами пропаганди ІДІЛ для вербування бойовиків, а також для поширення ідеології серед симпатиків. Ці наративи дозволяли їм охопити різні прошарки населення, використовуючи різні мотивації та потреби. Та намагалася маніпулювати почуттями та емоціями різних груп населення для залучення їх на свій бік.

Послання переможця

Першим наративом у пропаганді ІДІЛ є повідомлення переможця. За словами дослідника Чарлі Вінтера, елементи об'єднані в цьому наративі, присутні в майже половині пропагандистських матеріалів ІДІЛ. Вони включають демонстрацію жорстокості, милосердя та перемог на полі бою. Разом ці елементи формують образ ІДІЛ як переможної сили. Головна мета цього наративу – це переконати аудиторію в могутності ІДІЛ. Вони прагнули продемонструвати свою силу та близькість до перемоги, залучаючи нових членів з усього світу. За допомогою цього наративу ІДІЛ ніби каже: «Ми тут, ми сильні і просуваємося вперед до остаточної перемоги».

Першим компонентом цього наративу є демонстрація жорстокості. Цей елемент є одним з найбільш помітних у пропаганді ІДІЛ. Зокрема, активно використовувалися шокуючі відео страт, обезголовлень та інших насильницьких дій по відношенню як до захоплених полонених, так і мирного населення [105]. Відео такого типу поширювались в соціальних мережах та ЗМІ, демонструючи, що ІДІЛ здатний карати ворога та нав'язувати свою волю. Прикладом цього є випадок з американським журналістом Джеймсом Фолі, якого терористична організація стратила у 2014 році. У відеозверненні перед стратою бойовик ІДІЛ

заявив: «Будь-яка ваша спроба, Обама, позбавити мусульман права жити в безпеці під ісламським халіфатом, призведе до кровопролиття вашого народу». Після цих слів Джеймс Фолі був обезголовлений.

Компонент милосердя тісно переплітається з компонентом жорстокості. Зокрема, поширювалися відео де захоплених іракських поліцейських раптово милують, коли вони погоджуються прийняти іслам і присягнути на вірність ІДІЛ. Мета цього – продемонструвати, що саме терористична організація ІДІЛ контролює ситуацію і може як карати, так і милувати на свій розсуд. Іноземним бійцям обіцяли прощення всіх гріхів, якщо вони приєднуються до терористичної організації. Наприклад, в одному з відеозвернень бойовик закликав: «Брати мусульмани, хто з вас згрішив у минулому - приєднуйтеся до нас, і Аллах пробачить вам усе! Разом ми побудуємо справедливий халіфат!».

Останнім компонентом цього наративу є демонстрація військових успіхів ІДІЛ на полі бою. Терористична організація докладала значних зусиль, щоб зняти та відредагувати відео своїх військових операцій, щоб представити їх як переконливі докази прогресу та перемог організації. Крім того, кожен випуск офіційного журналу ІДІЛ «Dabiq» містив детальні звіти про найуспішніші бойові місії. Основна мета полягала в тому, щоб продемонструвати військову перевагу ІДІЛ і переконати публіку, що організація постійно розширює свій вплив, захоплює нові регіони та досягає стратегічних цілей. Адже мало хто приєднується до програючої сторони конфлікту [72, с. 13].

Халіфат як ісламська утопія

Другим наративом у пропаганді ІДІЛ є створення образу халіфату як ідеального ісламського суспільства – утопії. Головна мета цього наративу – показати територію під контролем ІДІЛ, як ідеальну ісламську державу, де повністю реалізовано закони шаріату, а всі мусульмани отримують справедливість, добробут і щастя. Для цього пропаганда активно використовувала відео та фотографії, що демонстрували повсякденне життя в «халіфаті». Показували фруктові ринки, догляд за людьми похилого віку та

будівництво дороги. А також дітей, які граються та сміються на сезонному ярмарку, включно з каруселями та американськими гірками. Поширювали історії про те, як чудово живеться простим людям в халіфаті під мудрим керівництвом ІДІЛ. Наприклад, в одному з відеоролику боєць ІДІЛ звертався до мусульман так: «Приїжджайте до землі халіфату, де панує справедливість та злагода. Тут кожен мусульманин може вільно жити за Кораном» [82, с. 11].

Усе це робилося для того, щоб продемонструвати, що халіфат – це добре організована, ефективна держава, яка піклується про своїх жителів і створює ідеальні умови для життя мусульман. Такий наратив мав надихати прихильників та надавати ІДІЛ легітимності як справжній державі.

Дискредитація конкурентів

Третім наративом у пропаганді ІДІЛ є цілеспрямована дискредитація конкурентів. Мета цього наративу - показати ІДІЛ як єдину справжню силу джихаду, а інші групи характеризувати як слабкі, компромісні та такі, що відійшли від істинного шляху. Для цього пропагандисти ІДІЛ систематично критикували лідерів та ідеологію своїх конкурентів, звинувачували їх у співпраці з ворогами, демонструючи поразки та втрати територій. Особливо гострій критиці піддавалися ті угруповання, які колись були союзниками ІДІЛ, але пізніше розійшлися в поглядах. Крім того, поширювалися заклики до людей, які належали до цих конкуруючих груп, припинити підтримку так званих «зрадників» і приєднатися до ІДІЛ, єдиного справжнього захисника ісламу [4, с. 129].

Такий наратив покликаний позбавити прихильників джихадизму довіри до інших варіантів і посилити уявлення про ІДІЛ, як єдину легітимну силу.

Посіяти розбрат серед ворогів

Посіяти розбрат серед ворогів – ще один важливий пропагандистський наратив ІДІЛ. Метою цього наративу є послабити єдність та боєздатність сил, які протистоять ІДІЛ, шляхом створення внутрішніх конфліктів та підриву довіри між ними.

Щоб досягти цього пропагандисти ІДІЛ використовували різні прийоми. Зокрема, вони поширювали фейкові новини про нібито існуючі таємні угоди між Заходом та ІДІЛ. Наприклад, про те, що Сполучені Штати начебто приховано підтримували ІДІЛ заради ослаблення Ірану. Крім того, Захід часто звинувачувався у готовності «продати» своїх союзників на Близькому Сході, щоб досягти власних цілей [47].

Другий прийом, який часто використовувався, полягав в розпалюванні конфліктів у антиіділівській коаліції, зокрема між Сполученими Штатами та Європою з одного боку та арабськими країнами з іншого. Крім того, пропаганда активно поширювала вигадану інформацію про внутрішні конфлікти та невдоволення між союзниками.

Незаконність ісламістів, які беруть участь у виборах

Наступним наративом, яким ІДІЛ активно оперував, є фокус на незаконності ісламістів, які вирішили брати участь у виборчих процесах. Терористична організація використовувала цей наратив як ідеологічний інструмент, щоб впливати на своїх прихильників. Мета цього наративу полягала в тому, щоб переконати своїх прихильників у тому, що участь ісламістів у виборчих процесах є не лише порушенням ісламських принципів і норм, але й неприпустимим з точки зору шаріату. ІДІЛ намагався створити враження, що справедливість і відповідність релігійним принципам можна досягти лише за допомогою їхньої жорстокої інтерпретації ісламу.

Наприклад, вони могли вказувати на те, як ісламські політики, які приймали участь у виборах, дозволяли собі «занурюватися» в систему, яка не визнавала повністю ісламські закони та не гарантувала, що її цінності відповідають ісламським принципам. Такі приклади розглядалися як відхід від «правильного» ісламу та перехід до «некоректного» та «принижуючого» способу управління мусульманською громадою [62, с. 31].

У цьому контексті ІДІЛ спрямовував свої удари на ісламістів, які приймали участь у виборах, намагаючись охарактеризувати їх як «зрадників ісламу» та

переконати своїх прихильників відмовитися від участі в політичних процесах за допомогою радикальних методів для досягнення своїх цілей.

Розпалювання міжконфесійної ворожнечі

Наступним наративом у пропаганді ІДІЛ є розпалювання міжконфесійної ворожнечі. Мета цього наративу полягала в тому, щоб висвітлити релігійні розбіжності, які існували протягом багатьох років, створити конфліктну обстановку та викликати внутрішні розбрати серед мусульманських спільнот.

ІДІЛ стверджував, що лише одна конфесія ісламу є справжньою та правильною, і що релігійні розбіжності не повинні сприяти єдності, але, навпаки, повинні слугувати джерелом конфліктів. Організація активно пропагувала ідею взаємного ворогування між сунітами та шиїтами та підштовхувала до відмови від традиційного ісламського єднання.

Своєрідним прикладом цього стратегічного наративу було публічне використання лідерами ІДІЛ релігійних текстів та інтерпретацій, спрямованих на підтримку їхньої ідеї розбиття ісламського світу на ворожі фракції. Наприклад, в одній з промов лідер ІДІЛ Абу Бакр аль-Багдаді заявив: «Хрестоносці-схизматики не припиняють знуцання над нашим народом! Їхні звірства переповнюють чашу терпіння!». В іншому зверненні він закликав: «Справжній мусульманин не може миритися з присутністю хрестоносців! Джихад проти них - наш священний обов'язок!».

У результаті цього підходу організація не лише збільшила свій вплив, але й стала ефективним інструментом маніпуляції масовою свідомістю, використовуючи релігійні розбіжності як спусковий механізм для досягнення своїх цілей [54, с. 273].

Обіцянка пригод та побратимства під час джихаду

Наступний наратив, який ІДІЛ пропагує є обіцянка пригод та побратимства під час джихаду. Метою цього наративу було створити романтичний і захоплюючий образ джихаду, який би приваблював молодь, яка шукає пригод і позитивних емоцій у своєму житті.

ІДІЛ намагався переконати людей у тому, що джихад - це шлях до слави та визнання, а не трагічний акт насильства. Терористична організація вважала, що бойовики є справжньою братерською сім'єю, яка співпрацює та підтримує один одного. Для самотніх та нещасних молодих людей це здавалося привабливою альтернативою. У своїх відеороликах ІДІЛ демонструвало сцени, де бійці їздять на потужних джипах, тримають зброю, ведуть активне життя на природі. Відео підсилювалося словами: «Приєднуйся до своїх братів-мужахідів! Ставай героєм священного джихаду! Відчуй романтику боротьби, адреналін пригод і міцну дружбу бойового товариства!». Це подавалося як своєрідна романтика джихаду, можливість відчувати себе героєм. Цей наратив намагався легітимізувати та ідеалізувати участь в джихаді як шлях до самореалізації та великої справи для мусульман.

На жаль, у реальному житті все виглядало не так героїчно. Виявилось, що життя в терористичній організації є жорстоким і небезпечним. Та пропаганда ІДІЛ все одно мала вплив і привабила чимало молодих людей обіцянками фальшивого побратимства та героїзму [75, с. 25].

Розкол між мусульманами та Заходом

В останні роки пропаганда ІДІЛ була навмисно спрямована на розширення прірви та культивування ворожнечі між мусульманським світом та Заходом. Це був один з ключових наративів, який послідовно просувався в їхніх матеріалах. Мета цього наративу полягала в тому, щоб підкреслити почуття розколу та ворожнечі між країнами ісламського світу та країнами Заходу, які тлумачать конфлікт як боротьбу за віру та культурні цінності.

Мусульманське життя на Заході – це те, про що ІДІЛ завжди говорило щодо гноблення та дискримінації. Мусульмани там мають мало свободи у сповіданні своєї релігії чи навіть у відвідуванні мечеті. Прикро, що використовувалися неправдиві наративи, історії, які пов'язують західні уряди та суспільства з несправедливістю щодо мусульман.

У своїх матеріалах ІДІЛ послідовно зображувало мусульманське життя на Заході як гноблене та дискримінаційне. Ніби мусульманам там не дозволяється повноцінно жити за правилами шариату та ісламськими традиціями, а також відвідувати мечеті. Поширювалися історії про утиски та приниження мусульман з боку західних урядів та суспільства. Наприклад, у цьому випуску журналу «Dabiq» ІДІЛ окреслило стратегію, згідно з якою терористичні атаки спровокували б посилення ворожнечі між мусульманами та «невірними» на Заході. Цей випуск підсилювався словами: «Прокинься, мусульманине! Західний світ - це ворог ісламу, з ним можлива лише війна!». Таким чином, це була частина їхнього плану змусити західних мусульман переїхати на території, контрольовані ІДІЛ [72, с. 15].

Цей наратив використовувався ІДІЛ, як інструмент зростання влади, залучення прихильників і передачі ідей боротьби проти західного впливу як релігійного обов'язку.

Релігійний обов'язок приєднатися до халіфату

Останнім наративом який я хочу виділити у пропаганді ІДІЛ є релігійний обов'язок приєднатися до халіфату. Цей наратив ґрунтувався на тому, що створення халіфату є обов'язком для всіх законних мусульман, оскільки Коран і хадиси наказують мусульманам підкорятися халіфу та йти за ним на джихад. Наратив про релігійний обов'язок зустрічався переважно в текстовій формі, радіоповідомленнях або статтях. Цей наратив використовував релігійні тексти та різні інтерпретації ісламських ідей, щоб створити уявлення про халіфат як єдину справжню форму ісламу. Він звертався до ідеї священності ісламської території та необхідності об'єднання віруючих під єдиним лідером – халіфом [56, с. 8].

Наприклад, проголошуючи халіфат у 2014 році, Абу Бакр аль-Багдаді звернувся до всіх мусульман зі словами: «Поспішіть до халіфату, адже Аллах наказав нам єднатися». У першому випуску журналу «Dabiq» також йшлося про обов'язок мусульман емігрувати до ІДІЛ або присягнути йому на вірність. Такі

релігійні гасла мали на меті легітимізувати ІДІЛ в очах віруючих та мотивувати їх обіцянками винагороди чи покарання від Аллаха.

Таким чином, у рамках аналізу ключових наративів пропаганди ІДІЛ стає очевидним, що організація застосовувала вдумливу та цілеспрямовану стратегію впливу на суспільство. Зокрема, ІДІЛ активно використовував сайти соціальних мереж і різноманітні відео та інші засоби масової інформації для популяризації своєї ідеології та залучення нових членів.

Релігія, політика та мораль є трьома основними стовпами пропаганди ІДІЛ; ці наративи намагалися створити ілюзію могутньої перемоги. Завдяки цим наративам, організація намагається легітимізувати свої злочини та залучити нових прихильників, особливо серед молоді.

Хоч ці наративи і мали певний ефект, загалом вважалися досить маніпулятивними. Зусиллями міжнародної спільноти вдалося суттєво стримати поширення пропаганди ІДІЛ.

РОЗДІЛ III. ПРОТИДІЯ ІДІЛ ТА ЙОГО ІДЕОЛОГІЧНІЙ ПРОПАГАНДИ

3.1 Реакція міжнародних організацій та держав на пропаганду ІДІЛ

Протягом останнього десятиліття пропагандистська кампанія терористичної організації ІДІЛ стала серйозним викликом для міжнародної спільноти. «Без комунікації не може бути тероризму», таке зауваження, зроблене в 1980-х роках дослідниками тероризму Алексом Шмідтом та Дженні де Граафом, ще до появи ІДІЛ, залишається актуальним і в теперішній час [88]. Використовуючи сучасні інформаційні технології та соціальні мережі, терористична організація намагалася завербувати нових прихильників, залякати світ та поширити свою екстремістську ідеологію серед молоді. А розповсюдження жорстокого контенту та розпалювання ненависті ставили під загрозу сталий розвиток багатьох країн.

Ця загроза зобов'язувала рішучої та скоординованої реакції з боку міжнародних організацій та ключових країн світу задля протидії подальшому поширенню небезпечної пропаганди.

Рада Безпеки ООН у 2014 році приймає дві резолюції № 2170 [84] та № 2178 [85], а у 2015 році № 2199 [86], де визнає ІДІЛ терористичною організацією, та закликає міжнародні організації до об'єднання зусиль, змушуючи всі держави вжити жорстких заходів кримінального характеру щодо осіб, а також щодо тих, хто вербує нових членів або спонсорує їх вербування [36, с. 4].

У грудні 2015 року Рада Безпеки ООН прийняла резолюцію № 2253, у якій закликає «держав-членів об'єднатися та діяти спільно проти терористичної організації ІДІЛ, щоб протидіяти їх насильницькій пропаганді та підбурюванню до жорстокості в Інтернеті, а також запобігти вербуванню нових прихильників» [87].

У 2016 році Рада Безпеки ООН провела відкриті дебати щодо «протидії терористичним наративам ІДІЛ». Окремо вони висловили свою стурбованість щодо того, як ІДІЛ використовував перекручені та хибні наративи для залучення нових прихильників. Більшість, держав-членів, які були присутні на дебатах

висловили підтримку пропозиції Ради Безпеки ООН підкресливши, що «жодна країна не досягне успіху в боротьбі з ІДІЛ поодинці, потрібно об'єднуватися, враховуючи масштаб та характер загроз» [67, с. 149].

Європейський Союз також рішуче відреагував на руйнівну пропагандистську кампанію терористичної організації ІДІЛ.

У рамках боротьби з терористичною організацією Європейський парламент «закликає держав-членів ЄС розвинути контрдискурс проти ІДІЛ, залучаючи систему освіти та зміцнюючи позиції й помітність поміркованих мусульманських вчених, які мають достатній авторитет, щоб делегітимізувати пропаганду ІДІЛ» [88].

Щоб стати на заваді пропагандистському потоку ІДІЛ, правоохоронні органи країн-членів ЄС, Канади та США 25 квітня 2018 року розпочали спільну акцію проти пропагандистської машини терористичної організації. Координацією операцій з видалення екстремістського контенту ІДІЛ з Інтернету займалося Відділення Європейського Союзу з надання інформації в Інтернеті, яке діє в рамках Європейського антитерористичного центру при штаб-квартирі Європолу [65].

Під керівництвом бельгійської федеральної прокуратури та за підтримки Євроюсту, представники правоохоронних органів Бельгії, Болгарії, Канади, Франції, Нідерландів, Румунії, Великої Британії та США об'єднали зусилля в операції, метою якої було перешкодити здатність ІДІЛ транслювати матеріали які поширюють тероризм та насильство, на невизначений термін.

Ця операція розпочалася ще наприкінці 2015 року, коли Євроюст повідомив всі країни-члени ЄС про зростаючу діяльність інформаційного агентства Атаq та високу технічну стійкість онлайн-інфраструктури терористичних угруповань. З того часу правоохоронні органи об'єднали зусилля на постійній основі для ліквідації веб-ресурсів, що використовувалися терористичними медіа.

Перші удари по онлайн-інфраструктурі інформаційного агентства Атаq були здійснені у серпні 2016 року. Другу операцію проти мережевої активності терористів відбулася у червні 2017 року під керівництвом Цивільної гвардії Іспанії. Вилучення серверів під час цієї операції дозволило ідентифікувати осіб, причетних до радикальних рухів, у 133 країнах світу [12, с. 86].

В квітні 2018 року відбулася ще одна операція з видаленням пропагандистського контенту ІДІЛ в Інтернеті. Вона була організована за сприянням Відділенням Європейського Союзу з надання інформації в Інтернеті та Євроюсту.

В ході цієї операції правоохоронні органи Болгарії, Франції, Румунії вилучили цифрові докази пов'язані з діяльністю терористичної організації ІДІЛ в Інтернеті. А також, були захоплені сервери ІДІЛ, розміщені в Нідерландах, Канаді та США. Паралельно з цим, правоохоронні органи Великої Британії взяло на себе ініціативу в процесі перенаправлення реєстраторів доменів верхнього рівня, якими зловживало ІДІЛ для своєї пропаганди [65].

Варто зауважити, що ця операція по ліквідації, перш за все була націлена на головні засоби масової інформації терористичної організації, такі як Атаq, радіостанцію al-Bayan, сайти новин_Halumu та Nashir news. Внаслідок цих скоординованих дій здатність ІДІЛ розповсюджувати терористичний контент через власні канали комунікації була суттєво підірвана.

Виконавчий директор Європолу високо оцінив результати проведеної операції з нейтралізації пропагандистської діяльності ІДІЛ в Інтернеті. У результаті спільних зусиль терористичне угруповання значно обмежило використання онлайн-ресурсів для розповсюдження екстремістських матеріалів і радикалізації молоді на території ЄС. Ця дія зробила значний внесок у боротьбу з терористичними загрозами, які зараз є одними з найсерйозніших для держав-членів Європейського Союзу [10].

Після серії жакливиx терактів, скоєних бойовиками ІДІЛ, у Парижі в листопаді 2015 році, реакція французької влади на пропагандистську діяльність ІДІЛ була вкрай рішучою.

Уряд Франції закликав держав-членів ООН спільно працювати над створенням міжнародної правової бази для притягнення терористів до відповідальності за використання провайдерів соціальних мереж для поширення повідомлень, що підбурюють до насильства. «Ми повинні обмежувати поширення терористичних повідомлень. Ми маємо створити правову базу, яка гарантуватиме, що великі компанії, які керують інтернет-платформами, тобто соціальними мережами, діятимуть відповідально», - підкреслив державний секретар Франції з європейських справ Арлем Дезір [67, с. 156].

Генеральний секретар НАТО Єнс Столтенберг відреагував на спробу терористів використати пропаганду насильства у Франції: «Ми солідарні з урядом Франції в їх непохитній рішучості протистояти пропаганді терористичної організації ІДІЛ. Ми впевнено налаштовані протидіяти загрозі тероризму і екстремізму, та перемогти її. Декілька членів Альянсу вже працюють із Францією. Тероризм ніколи не зможе перемогти демократію та наше відкрите суспільство» [90, с. 17].

Протидія пропаганді ІДІЛ стала пріоритетним завданням для багатьох країн, у тому числі і для Великої Британії. Реагуючи на цю загрозу уряд Великої Британії вжив низку заходів для протидії пропаганді ІДІЛ та запобігання радикалізації серед своїх громадян. У відповідь на пропагандистські атаки в Інтернеті терористичною організацією ІДІЛ, Велика Британія у 2015 році створила акаунт у Twitter який мав назву @UKAgainstDaesh. Перший твіт, а саме 30-секундне відео, було опубліковано 28 серпня 2015 року о 17:28 годині. Відео переглянуло 10,4 тисячі користувачі, воно отримало 315 коментарів та 111 лайків від користувачів Twitter.

У цьому відеоролику Велика Британія зробила кілька важливих заяв. По-перше, вона рішуче відреагувала на дії ІДІЛ, засудивши акти тероризму і

висловивши офіційну позицію уряду щодо інцидентів, пов'язаних з цією терористичною організацією. По-друге, Великобританія прагне захистити своє суспільство від вербування та радикалізації терористичною організацією ІДІЛ. Останньою заявою стало те, що Велико Британія блокуватиме доступ до екстремістських веб-сайтів, які, на їхню думку вважаються загрозою національній безпеці країни. Крім того, Велика Британія співпрацює з Глобальним інтернет-форумом з протидії тероризму, приватними інтернет-асоціаціями, такими як Facebook, YouTube, Twitter і Microsoft з метою блокування пов'язаних з терористами акаунтів [50, с. 94].

Географічне розташування Туреччини, яка межує із зонами конфлікту у Сирії та Іраку, ставить її на передній план боротьби з пропагандою терористичної організації ІДІЛ. Хоча реакція Туреччини ускладнюється низкою суперечливих факторів, турецька влада зробила низку конкретних кроків для боротьби з поширенням терористичного пропагандистського контенту. Турецька влада почала активно моніторити, блокувати веб-сайти та акаунти соціальних мереж, які були пов'язані з діяльністю ІДІЛ. У багатьох випадках уряд Туреччини навіть повністю обмежував доступ до вебсайтів та соціальних мереж, щоб запобігти поширенню графічних зображень, які пропагують ІДІЛ. Важливим прикладом є закриття урядом сайтів соціальних мереж після того, як ІДІЛ опублікував відео, на якому двох турецьких солдатів спалили живцем [67, с. 162].

Саудівська Аравія, як центр світового ісламу та провідна арабська держава, відчула на собі потужний вплив пропагандистської кампанії ІДІЛ. Ідеологія радикального джихадизму створювала загрозу безпеці та стабільності регіону, оскільки вона прямо суперечила офіційній ваххабітській філософії королівства. У відповідь на це, Саудівська Аравія у травні 2017 року відкрила Глобальний центр протидії екстремістській ідеології з штаб-квартирою в Ер-Ріяді. Це був центр боротьби з тероризмом, який в основному зосереджувався на запобіганні поширенню пропаганди терористичної організації ІДІЛ. Досягненням цього

центру було те, що він розробив інноваційні методи, які можуть обробляти, відстежувати та аналізувати виступи екстремістів з високою точністю [91].

Отже, пропаганда ІДІЛ стала серйозним викликом для міжнародної спільноти протягом останнього десятиліття. Міжнародні організації, такі як ООН, Європейський Союз, НАТО, а також країни з усього світу, включаючи США, країн Європи, Близького Сходу активно реагують на пропаганду ІДІЛ. Їхні зусилля зосереджені на розробці спільних стратегій, обміні інформацією та впровадженні законодавчих заходів з протидії терористичній пропаганді та екстремізму.

3.2 Контрпропагандистські ініціативи державних та недержавних акторів у боротьбі з пропагандою ІДІЛ

Пропагандистська діяльність терористичної організації ІДІЛ викликала безпрецедентну реакцію з боку державних і недержавних акторів по всьому світу. Усвідомлюючи загрозу, яку становить поширення екстремістської ідеології та ворожого контенту, ці суб'єкти започаткували низку ініціатив, спрямованих на протидію пропаганді ІДІЛ.

Контрпропагандистські заходи спрямовані на нейтралізацію шкідливого впливу пропаганди ІДІЛ та сприяння миру та стабільності на територіях, що постраждали від діяльності терористичної організації. Такі дії демонструють, що міжнародне співтовариство глибоко віддане справі протидії тероризму і підтримання безпеки у світі.

Державні актори відіграють важливу роль у глобальній боротьбі з пропагандою терористичної організації ІДІЛ.

Центр стратегічних антитерористичних комунікацій (CSCC) при Державному департаменті США є одним із лідерів у глобальній боротьбі з поширенням екстремістської пропаганди ІДІЛ. Під час перебування на посаді держсекретаря США Гілларі Клінтон заявила, що місія CSCC є критично важливою для зменшення привабливості тероризму, зазначивши, що центр

зосереджується на «зриві терористичної пропаганди та на переконанні потенційних новобранців приєднатися до лав екстремістів» [74, с. 118].

Основне завдання CSCC полягало в тому, щоб систематизувати єдиний наратив США, намагаючись протистояти дедалі більшому об'єму та впливу насильницьких екстремістських ідеологій ІДІЛ, особливо в Інтернеті. Центр мав низку ключових пріоритетів, серед яких моніторинг та оцінка екстремістського дискурсу в Інтернеті, розпізнавання тенденцій в екстремістських наративах та збір відповідної інформації від інших агенцій у США. У структурі CSCC, було виділено три основні напрямки роботи: збір та аналіз інформації; планування та виконання роботи, зосередженої на нецифровій комунікації; команда, відповідальна за цифрову комунікацію [83, с. 16]. Цифровий відділ CSCC активно протидіяв пропаганді ІДІЛ в Інтернеті. Його співробітники здійснювали моніторинг різних онлайн-форумів і соціальних мереж, таких як Twitter, де поширена підтримка ІДІЛ. Вони брали активну участь у дискусіях і поширювали контраргументи хештегами, пов'язаними з ІДІЛ. Наприклад, у квітні 2014 року цифровий відділ відреагував на хештег #accomplishmentsofISIS (досягнення ІДІЛ), опублікувавши серію жартівливих повідомлень про так звані «досягнення» терористичної організації та посилання на відео з YouTube, які описували звірства ІДІЛ у Сирії [74, с. 119].

Однією з ключових ініціатив CSCC стала контрпропагандистська кампанія, запуск відео «Ласкаво просимо до країни ІДІЛ», яке було спочатку опубліковано англійською мовою (23 липня 2014 року), а згодом арабською (25 липня 2014 року). Це відео мала на меті викрити справжнє обличчя ІДІЛ і послабити його пропагандистські наративи. Кадри для цього ролика були взяті з пропагандистських відеороликів ІДІЛ, іракських новин, а також містять зображення та сцени з документального серіалу Vice Media про ІДІЛ. На деяких кадрах видно, як бойовики ІДІЛ скидають тіла загиблих в каньйон. Ці епізоди були опубліковані сирійською опозиційною групою активістів Masarat, яку ІДІЛ ніколи не мав наміру оприлюднювати [42].

За словами Скотта Хайгама «відео стало вірусним – його переглянули 844 тисячі разів на YouTube, і воно викликало значне роздратування в цільовій аудиторії». Через численні скарги від прихильників ІДІЛ, відео «Ласкаво просимо до країни ІДІЛ» довелося публікувати повторно [79, с. 83].

Іншою важливою ініціативою у боротьбі з пропагандою ІДІЛ став інформаційний проєкт «Саваб». Саваб-центр був заснований за підтримки США та Об'єднаних Арабських Еміратів 8 квітня 2015 року. «Цей центр матиме важливу місію для зміцнення стабільності та безпеки в регіоні, спрямовуючи свої зусилля на протидію процесам радикалізації в онлайн-просторі. Його діяльність буде спрямована на відновлення контролю над онлайн-середовищем, де присутні екстремістські елементи», - заявили Річард Стенгель, заступник Державного секретаря США з питань публічної дипломатії та зв'язків з громадськістю, і Анвар Гаргаш, міністр у справах Федеральної національної ради Об'єднаних Арабських Еміратів. Під час інтерв'ю телеканалу Alhurra, Стенгель сказав, що центр ставить за мету застосовувати інформаційні інструменти для попередження залучення людей до лав терористичної організації ІДІЛ [40]. Саваб-центр щодня публікує повідомлення арабською, англійською та французькою мовами у Facebook, Twitter, Instagram та YouTube. Та відображає міцне партнерство між двома країнами у боротьбі з насильницьким екстремізмом [100].

Уряд Іраку також доклав значних зусиль для протидії пропаганді ІДІЛ через Департамент засобів масової інформації та морального керівництва при Міністерстві оборони. До завдань Департаменту входить моніторинг і блокування веб-сайтів прихильників ІДІЛ у соціальних мережах, виявлення та нейтралізація дезінформаційних вкидів в онлайн-середовище, спростування неправдивої інформації та контрпропаганда. Окрім цього, Департамент проводить розвідувальні операції шляхом моніторингу соціальних мереж, і тісно співпрацює з міжнародними організаціями, залученими до інформаційного та іншого протиборства з тероризмом [2, с. 117].

На міжнародному рівні НАТО має власну політику стратегічних комунікацій і реалізовує низку «центрів передового досвіду», спрямованих на розбудову спроможності держав-членів ефективно протидіяти пропаганді ІДІЛ.

Центр передового досвіду в галузі стратегічних комунікацій НАТО, розташований у Ризі, Латвія, був заснований у 2014 році, щоб працювати над наданням актуального та детального аналізу методик, які використовують зловмисники в інформаційному середовищі. У межах своєї діяльності Центр проводить низку досліджень для кращого розуміння наративів терористів, включно з вивченням доктрини інформаційної війни ІДІЛ та аналізом присутності іноземних бойовиків, пов'язаних із цією групою, на YouTube [80]. Другим відповідним Центром передового досвіду НАТО є Центр захисту від тероризму, розташований в Анкарі, Туреччина. Місія центру полягає в наданні особам, які приймають рішення, практичних рішень щодо проблем тероризму та боротьби з ним. Двічі на рік Центр публікує «Defence Against Terrorism Review», науковий журнал присвячений різним аспектам боротьби з тероризмом. Серед основних тем – протидія радикалізації та вербуванню, пропаганда ІДІЛ в Інтернеті та боротьба з тероризмом [83, с. 18].

У 2018 року Міністерство внутрішніх справ США у партнерстві з ASI Data Science розробило програму штучного інтелекту, яка може виявляти пропаганду ІДІЛ. Інструмент спрямований на боротьбу з екстремістським контентом на невеликих платформах, таких як Vimeo, Telegraph і pCloud, на яких спостерігається значне зростання пропаганди терористичної організації.

Технологія була навчена, аналізуючи понад 1000 відеороликів ІДІЛ, автоматично виявляючи 94% пропаганди з показником успішності 99,99% . За даними Міністерства внутрішніх справ США, якщо платформа обробить 1 мільйон випадково вибраних відео, то лише 50 з них потребували б додаткової перевірки людиною. «Мета цих відео – підбурювати суспільство до насильства, використовувати людей у власних цілях та поширювати страх у суспільстві», - сказала міністерка внутрішніх справ Великої Британії, Ембера Радд. «Ми

розуміємо, що ця автоматизована технологія ускладнить роботу терористів і не дасть людям спокуси дивитися ці відео», - додала вона [60].

Крім того, недержавні актори також долучалися до боротьби з пропагандою ІДІЛ і впровадили низку ініціатив, спрямованих на запобігання її поширенню в Інтернеті. Однією з важливих ініціатив є боротьба соціальних мереж з пропагандистським контентом. Після публікації відео страти американського журналіста Джеймса Фолі у серпні 2014 року в Twitter розпочалася масштабна компанія проти пропаганди ІДІЛ. В середині Twitter були створенні спеціальні підрозділи для пошуку та блокування екстремістського контенту [16, с. 112].

У вересні 2014 року Twitter з хакерською групою Anonymous розпочали спільну операцію проти терористичної групи ІДІЛ. Виступаючи на YouTube, представник Anonymous повідомив, що це буде найбільша операція угруповання, і попередив: «Очікуйте багато кібератак. Війну оголошено. Готуйтеся» [41]. Відтоді активісти Anonymous взяли на себе відповідальність за кібератаки, спрямовані на закриття близько 800 пов'язаних з ІДІЛ акаунтів у Twitter. Профілі користувачів, які, як вважають, пов'язані з ІДІЛ, Anonymous передає для Twitter, а він в свою чергу вживають заходи для призупинення дії відповідних акаунтів. Anonymous стверджує, що ідентифікував і повідомив про понад 39 000 підозрілих профілів ІДІЛ у Twitter, внаслідок чого було призупинено понад 25 000 таких облікових записів [74, с. 116].

Facebook також цілеспрямовано займався блокуванням облікових записів, які поширюють екстремістський контент. Ця соціальна мережа запустила новий інструмент машинного навчання для оцінки того, чи підтримують пости терористичну організацію ІДІЛ. Інструмент генерує оцінку, яка вказує на ймовірність того, що допис порушує антитерористичну політику, і дописи з вищими оцінками передавалися на розгляд рецензентам. У випадках, коли дописи отримували найвищі бали, вони автоматично видалялися. У «рідкісних

випадках», коли співробітники виявляли можливість неминучої шкоди, Facebook негайно повідомляв правоохоронні органи [68].

Ще одна велика корпорація з Кремнієвої долини – Google, зокрема її сервіс YouTube, займався боротьбою з розповсюдженням відеороликів угруповання ІДІЛ на даному хостингу. Цей процес був автоматизований – з кожного відео знімався цифровий відбиток, що не дозволяв терористам та їх прихильникам завантажувати файл повторно. Оскільки, терористи активно використовували YouTube, як контрзахід компанія звернулася до мусульман і зібрала їх разом з YouTube-блогерами, щоб обмінятися ідеями про те, як протидіяти насильницькому екстремізму. Головною темою семінару було заохочення мусульман знайти власний голос, бути собою і використовувати YouTube для створення альтернативного контенту, який відволікає увагу від ІДІЛ і залучає глядачів до інших культур, окрім екстремізму. Ключова мета такого заходу була в тому, щоб показати членам мусульманської громади, як вони можуть стати ефективною органічною протипагою ІДІЛ на масовому рівні [95, с. 88].

Найбільш інтенсивна боротьба з поширенням контенту терористичної організації ІДІЛ розгорнулася в месенджері Telegram, де адміністрація почала активну боротьбу з ісламістськими чатами та каналами, і щоб підкреслити це створила спеціальний акаунт ISISWatch, який публікував щоденні звіти про кількість заблокованих [16, с. 112].

У липні 2017 року компанії Facebook, Microsoft, Twitter і YouTube створили «Глобальний інтернет-форум з боротьби з тероризмом» мета якого полягала у поділі технічних рішень для видалення терористичного контенту, замовленні досліджень для інформування щодо їхніх зусиль протидії виступам та більшій співпраці з експертами з боротьби з тероризмом [43, с. 11].

Отже, у боротьбі з пропагандою ІДІЛ державні та недержавні актори здійснили низку контрпропагандистських ініціатив. Ці ініціативи спрямовані на розвінчання та нейтралізацію агресивної пропаганди ІДІЛ і запобігання приєднанню нових прихильників до терористичної організації. Державні

установи, міжнародні організації, кампанії соціальних мереж докладали зусиль для поширення альтернативного контенту, який кидає виклик і розвінчує ідеологію ІДІЛ. Вони намагаються зменшити привабливість екстремістської пропаганди, повернути увагу громадськості до тероризму та екстремізму і допомогти прихильникам ІДІЛ зрозуміти справжню ціль терористичної організації.

ВИСНОВКИ

У цій роботі досліджувалося питання пропаганди терористичної організації ІДІЛ в період наступу в Іраці та Сирії 2014-2018 рр. Під час написання роботи та вивчення відповідних джерел та літератури було розглянуто процес формування терористичної організації та її витoki. Основна увага в роботі приділяється характеристиці методів та інструментів, які використовувала ІДІЛ для поширення своїх пропаганди, зокрема: використанню Інтернету, відео- та аудіоматеріалів, а також релігійному аспекту пропаганди. Крім того, у роботі виділено ключові наративи пропаганди ІДІЛ.

Також у дослідженні проаналізовано реакцію міжнародних організацій та держав на пропаганду терористичної організації та висвітлено контрпропагандистські ініціативи, спрямовані на протидію поширенню цієї пропаганди.

Так, терористична організація, яка утворилася з радикального угруповання Аль-Каїди в Іраку, у 2006 році оголосила про створення «Ісламської держави Іраку». У червні 2014 року, після захоплення значних територій в Іраку та Сирії, ІДІЛ проголосили про створення халіфату, а Абу Бакра аль-Багдаді - халіфом. Протягом періоду з 2014 по 2018 роки ця терористична організація проводила широкомасштабну та ретельно сплановану пропагандистську кампанію, використовуючи сучасні засоби комунікації та соціальні мережі для поширення своєї радикальної ідеології. Їхня пропаганда ґрунтувалася на демонстрації жорстокості та залякуванні, вихваляючи насильницькі дії та закликаючи до встановлення інтерпретації «ісламського халіфату» на захоплених територіях.

Під час наступу в Іраці та Сирії у 2014-2018 роках терористична організація ІДІЛ активно використовувала можливості Інтернету та соціальні мережі для масштабного поширення своїх пропагандистських матеріалів. Однією з ключових особливостей пропаганди ІДІЛ було активне використання популярних соціальних мереж, таких як Telegram, Twitter та інших. Терористи

професійно вели численні акаунти, через які транслиували великі обсяги візуального та відеоконтенту як серед прихильників, так і серед противників організації. Відкритість і децентралізований характер онлайн-середовища дозволили ІДІЛ обійти більше правил та обмежень, створювати і поширювати необмежену кількість контенту для залучення нових прихильників. Окрім соціальних мереж, ІДІЛ випускав власні пропагандистські журнали, що також відіграли важливу роль у поширенні їхньої ідеології. Найвідомішим з них був англomовний журнал «Dabiq», професійно зроблений та якісно ілюстрований. «Dabiq» представляв ІДІЛ як легітимний халіфат і прагнув залучити мусульман усього світу до ідеї створення ісламської держави.

Наступною особливістю пропагандистської кампанії ІДІЛ було активне використання відео- та аудіоматеріалів. Ці матеріали відігравали важливу роль, справляючи потужне психологічний та емоційний вплив на аудиторію. Відеоролики зроблені ІДІЛ вирізнялися високою якістю та професійним виробництвом, драматичними сюжетами та використанням спецефектів. Зокрема, шокуючі сцени насильства та жорстокості, зображені на безпрецедентному для терористичного групування рівні, були розраховані на залякування супротивників. Водночас демонстрація військових успіхів та ідеологічні проповіді мали на меті викликати гордість і зміцнити рішучість потенційних рекрутів. Доповнювали відеоконтент аудіозаписами з виступами лідерів ІДІЛ, які також широко розповсюджувалися для максимального психологічного впливу.

Ще однією з визначних особливостей пропагандистської кампанії ІДІЛ було використання релігійного дискурсу та експлуатація ісламської символіки, щоб представити діяльність ІДІЛ як священну місію. Терористи апелювали до релігійних почуттів віруючих, цитуючи священні книги, закликаючи до відновлення «халіфату» та звільнення ісламських земель. Також ідеологи ІДІЛ вибірково тлумачили ісламські приписи, виправдовуючи свої жорстокі дії як боротьбу за чистоту віри. Паралельно використовувалися різноманітні

маніпулятивні психологічні прийоми - гра на емоціях, створення образу ворога, обіцянки кращого життя в «халіфаті».

Щоб залучати нових прихильників терористична організація ІДІЛ використовує широкий спектр наративів у своїй пропаганді. Першим із них є «повідомлення переможця», в якому організація демонструє свою військову міць і створює образ непереможності для залучення нових прихильників. Другий наратив, який представляє халіфат як ісламську утопію і захоплює увагу прихильників своєю ідеєю ідеального суспільства. Наратив «дискредитація конкурентів» створює образ інших ісламських груп як ворогів і підкреслює легітимність ІДІЛ. Іншим ключовим елементом пропаганди є «посягти розбрат серед ворогів», що слугує для підриву опозиції та зміцнення власних позицій організації. «Незаконність ісламістів, які беруть участь у виборах», «розпалювання міжконфесійної ворожнечі», «обіцянка пригод та побратимства під час джихаду», «розкол між мусульманами та Заходом» і «релігійний обов'язок приєднатися до халіфату» - це інші ключові наративи, які допомагають ІДІЛ утримувати і розширювати свою базу підтримки.

Пропаганда ІДІЛ стала серйозною загрозою, з якою світова спільнота доклала чималих зусиль для боротьби. Міжнародні організації, уряди країн та громадські ініціативи об'єдналися для створення контрнарративів, блокування екстремістського контенту в Інтернеті, співпраці з технологічними гігантами, щоб обмежити поширення терористичної пропаганди. Однак, досягти бажаного результату виявилось непросто через постійну адаптацію ІДІЛ до нових методів впливу, а також необхідність балансувати між протидією екстремізму та захистом свободи слова. Тому пошук ефективних та збалансованих підходів у протидії пропаганді терористичних угруповань, на кшталт ІДІЛ, залишається актуальним викликом для світу.

Досвід протистояння інформаційній кампанії ІДІЛ показав, що боротьба з деструктивними пропагандистськими ініціативами терористичних та екстремістських груп вимагає комплексної стратегії, яка включає широкий

спектр осіб. Контроль кіберпростору, покращення законодавчої бази, розробка технологій для виявлення шкідливого контенту та систематична освітня робота з підвищення медіаграмотності суспільства є критично важливими. А одним із невід'ємних компонентів є поширення альтернативних позитивних наративів, здатних протистояти руйнівній ідеології екстремізму. Лише спільні зусилля держав, міжнародних спільнот та громадськості гарантують захист інформаційного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Абу Мусаб аз-Заркаві. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B1%D1%83_%D0%9C%D1%83%D1%81%D0%B0%D0%B1_%D0%B0%D0%B7-%D0%97%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D1%96 (дата звернення: 08.10.2023).
2. Альбо Таслих Мохаммед Имад Кадим. Пропагандистская деятельность ИГИЛ и методы борьбы с ней. *Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева*. № 2, Т. 2. 2022. С. 110-121.
3. Аналіз структурно-функціональний. *Велика українська енциклопедія*. URL: https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7_%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE-%D1%84%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9 (дата звернення: 25.02.2024).
4. Герасіна Л., Погрібна В. Антитерористична боротьба. Харків: Право, 2015. 452 с.
5. Грабченко А. Федорович В., Гаращенко Я. Методи наукових досліджень: Навчальний посібник. Харків: НТУ «ХП», 2009. 142 с.
6. Григорьев М., Игнатьев В., Магеров В. Противодействие террористической пропаганде. Москва: Фонд исследования проблем демократии, 2017. 88 с.
7. Грубінко А. Історія держави і права зарубіжних країн: навчальний посібник. *Тернопіль: Навчальна книга – Богдан*, 2014. 656 с.
8. Демешкант Н. Методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни «Методологія наукових досліджень» студентами ОКР «Магістр» спец. «Управління інноваційною діяльністю». Київ:

- Національний університет біоресурсів та природокористування, 2014. 180 с.
9. Друг Арій. Ісламська загроза та ідеологія ІДІЛ. *Січовик*. 2016. С. 11-12.
 10. ЄС, США та Канада провели спільну кібероперацію проти медіа ІДІЛ. *Європейська правда*. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2018/04/27/7081106/> (дата звернення: 08.02.2024).
 11. Ігоніна Ю. Особливості боротьби з тероризмом. Дніпро: Дніпро-ВАЛ, 2014. 82 с.
 12. Кібербезпека в інформаційному суспільстві: Інформаційно-аналітичний дайджест / за ред. : Довгань О., Литвинова Л., Дорогих С. Науково-дослідний інститут інформатики і права НАПрН України. Київ, 2019. №11. 104 с.
 13. Контент-аналіз. *Київський міжнародний інститут соціології*. URL: https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=content_analysis (дата звернення: 16.03.2024).
 14. Кореньков О. «Ісламська держава»: наймасштабніша битва сучасності. Markobook. 2022. 312 с.
 15. Кореньков О. О. Політична стратегія й структура організації «Ісламська держава Іраку та Леванту». *Науковий журнал «Політикус»*. 2017. Вип. 1. С. 186-190.
 16. Крупнов А. «Исламское государство» пропаганда группировки и механизмы её распространения. *Аналитический доклад*. Москва: Центр изучения новых коммуникаций, 2017. 123 с.
 17. Кустовська О. Методологія системного підходу та наукових досліджень. *Курс лекцій*. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 124 с.
 18. Методика наукових досліджень: Навчально-методичний посібник / автор-упорядник Федорчук В.В. Кам'янець-Подільський: Видавець ПП Зволейко Д.Г., 2022. 132 с.

19. Методи наукового дослідження. *Харківський національний автомобільно-дорожній університет*. URL: https://fmab.khadi.kharkov.ua/fileadmin/F-FUB/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%82%D0%B0_%D0%B0%D0%B4%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F/3_OND_L2.pdf (дата звернення: 14.03.2024).
20. Методика та організація наукових досліджень. *Lib net*. URL: http://lib-net.com/content/11008_Principi_ta_metodi_naykovogo_piznannya.html (дата звернення: 11.03.2024).
21. Несправа М. Терористична організація «Ісламська держава» релігієзнавчий аспект. *Філософські науки: Гілея*. 2017. Вип. 127. С. 269-272.
22. Патрикаракос Д. Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють конфлікти у ХХІ столітті/ пер. з англ.: І. Рудько. Київ: Yakaboo Publishing, 2019. 352 с.
23. Петрук Н. Ісламська держава як новий прояв радикального тероризму: *матеріали міжнар. студ. наук. конф., м. Тернопіль, 3-4 квітня 2017 р.* Тернопіль: Вектор, 2017. С. 119-122.
24. Румянцева А. Методологічні засади дослідження піаністичної культури. *Культура України: зб. наук. пр.* 2012. Вип. 38. С. 209-217.
25. Сацута А. І. Тероризм як соціально-політичне явище. *Протидія в сучасних умовах: монографія*. Київ: Либідь, 2015. 367 с.
26. Свідерська О. Формування віртуального натовпу шляхом маніпуляції свідомості населення. *Гілея: науковий вісник*. 2019. Вип. 149. С. 62–66.
27. Сирінська О. ІДІЛ як гібридна мережна організація: історія, ідеологія й інформаційна стратегія. *Сходознавство*. 2015. № 70. С. 114- 133.
28. Сінгер П., Брукінг Е. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж/ пер. з англ.: Я. Лебеденка. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2019. 320 с.

29. Стышенский М. Джихадистская пропаганда в интернете и социальных медиа. *Политическая лингвистика* № 5. 2016. С. 158-164.
30. Сучасні механізми пропаганди Ісламської держави. *Лівий берег*. URL: https://lb.ua/society/2017/10/24/380015_suchasni_mehanizmi_propagandi.html (дата звернення: 17.10.2023).
31. Тихоненко І., Христоророва Ю. Ідеологія та організаційна структура «Ісламської держави» як фактори у веденні боротьби з тероризмом. *Наукові праці. Серія «Політологія»*. 2018. Вип. 302. С. 78-82.
32. Тхоровська С. Метод дискурс-аналізу: поняття та застосування (на прикладі ідеологічного дискурсу). *Молодий вчений*. 2022. № 2. С. 104-107.
33. Фергюсон Н. Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку/ пер. з англ.: К. Діса. Київ: «Наш формат», 2018. 552 с.
34. Хто така Ісламська держава?: блог про ІДІЛ/Фарід говорить//*Youtube*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=dWLv3O9gf94&ab_channel=%D0%A4%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%B4%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%8C (дата звернення: 10.10.2023).
35. Чмиленко Ф., Жук Л. Посібник до вивчення дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень». Дніпро: РВВ ДНУ, 2014. 48 с.
36. Что такое ИГИЛ? Памятка. Москва: Издательский дом «Алтын мирос», 2017. 95 с.
37. Як виглядає невизнана «свобода»: ІДІЛ – фанатизм, іслам та теократія. *Новини в час пік*. URL: <https://vchaspik.ua/ua/stati/482353kak-vyglyadyt-nepryznannaya-svoboda-ygyl-fanatyzm-yislam-y-teokratyya#istoria> (дата звернення: 09.10.2023).
38. Abdel Bari Atwan, *Islamic State: The Digital Caliphate*. Berkeley: University of California Press. 2015. 256 с.

39. Al-Jabouri, Najim A., Sterling J. The Iraqi and AQI Roles in the Sunni Awakening. *National Defense University*. № 1. January 2010. 18 p.
40. Alkhereiji M. Abu Dhabi centre to counter ISIS propaganda. *The Arab Weekly*. July 24, 2015. URL: <https://thearabweekly.com/abu-dhabi-centre-counter-isis-propaganda> (date of access: 05.04.2024).
41. Anonymous Hackers Declare War on IS. *Voice of America English*. November 16, 2015. URL: <https://www.voanews.com/a/anonymous-hackers-declare-war-isis/3060227.html> (date of access: 11.04.2024).
42. Banco E. US Mocks ISIS With Propaganda Video To Fight Militants In «Welcome To ISIS Land». *International business times*. April 9, 2014. URL: <https://www.ibtimes.com/us-mocks-isis-propaganda-video-fight-militants-welcome-isis-land-graphic-video-1678630> (date of access: 23.04.2024).
43. Blaise M., Hurley M. Digital Counterterrorism: Fighting Jihadists Online. *Bipartisan Policy Center*. 2018. 35 p.
44. Bradshaw S., Howard P. Global inventory of organized social media manipulation. The Computational Propaganda Project at the Oxford Internet Institute University of Oxford. *University of Oxford*. 2019. 23 p.
45. Castalls M. Information Technology, Globalization and Social Development. *Unations Reseach Institute for Social Development Discussion Paper*. № 114. September 1999. P. 1–15.
46. Chulov M. Nowhere left to run: how the US finally caught up with Isis leader Baghdadi. *The Guardian*. October 27, 2019. URL: <https://www.theguardian.com/world/2019/oct/27/nowhere-left-to-run-how-the-us-finally-caught-up-with-isis-leader-baghdadi> (date of access: 21.11.2023).
47. Colin P., Haroro J. Defeating the ISIS Nostalgia Narrative. *Foreign Policy Research Institute*. April 18, 2018. URL: <https://www.fpri.org/article/2018/04/defeating-the-isis-nostalgia-narrative/> (date of access: 17.02.2024).

48. Corbin T. The Most Misinterpreted Verses. *Islamich*. October 31, 2014. URL: <https://islamwich.com/2014/10/31/the-most-misinterpreted-verses/> (date of access: 22.01.2024).
49. Daleen Al Ibrahim. The ISIS' Discourse from the Rise to the Collapse: Analysis of ISIS' Discourse through Films «Flames of War I & II». *Media Watch*. № 10(2). 2019. P. 278-293.
50. Dewi Nawar Sri Juita. The United Kingdom's response to the 2014-2018 Islamic State Terrorist Group attacks. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*. Vol. 34, № 1. 2021. P. 93-107.
51. DeYoung, Karen, and Pincus W. Al-Qaeda in Iraq May Not Be Threat Here. *Washington Post*. March 18, 2007. URL: <https://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2007/03/17/AR2007...> (date of access: 30.11.2023).
52. Esposito J. Islam and Political Violence. *Religions* 6. № 3. 2015. P. 1067–1081.
53. EU IRU. Online Jihadist Propaganda. *European Union Agency for Law Enforcement Cooperation*. 2022. 50 p.
54. Fahmy S. The age of terrorism media: The visual narratives of the Islamic State Group's Dabiq magazine. *International Communication Gazette*. Vol. 23. 2020. P. 260-288.
55. Felter J., Fishman B. Al-Qa'ida's Foreign Fighters in Iraq: A First Look at the Sinjar Records. *Combating Terrorism Center at West Point*. January 02, 2007. 31 p.
56. Gartenstein-Ross D. Jihad 2.0: social media in the next evolution of terrorist recruitment. *Full Committee Hearing, Homeland Security and Governmental Affairs*. 2015. 11 p.
57. Gartenstein-Ross D., Barr, N., Moreng, B. The Islamic State's Global Propaganda Strategy. *The Hague: International Centre for Counterterrorism*. № 1. 2016. 7 p.

58. Ghamari M. Pro-DAESH jihadist propaganda. A study of social media and video games. *Security and Defence Quarterly*. Vol. 14. 2017. P. 69-90.
59. Greene K. ISIS: Trends in Terrorist Media and Propaganda. *International Studies Capstone Research Papers*. № 3. 2015. 58 c.
60. Greenfield P. Home Office unveils AI program to tackle Isis online propaganda. *The Guardian*. February 13, 2018. URL: <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/feb/13/home-office-unveils-ai-program-to-tackle-isis-online-propaganda> (date of access: 09.04.2024).
61. Grubinko A. International Interests of Great Britain in the Conditions of Modern Crisis of the European Security System. *Historia i Polityka*. Torun: *Nicolas Copernicus University*. № 14. 2015. P. 67-83.
62. Grzyb T., Fahmy S., Shaheen J. DAESH information campaign and its influence / eng. leng. ed. Reynolds A. *All rights reserved by the NATO StratCom COE Riga*. 2015. 51 p.
63. How ISIS Works. *The New York Times*. September 16, 2014. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2014/09/16/world/middleeast/how-isis-works.html> (date of access: 02.12.2023).
64. Islamic state. *Mapping Militants Project*. URL: <https://mappingmilitants.org/profiles/islamic-state-sinai-province> (date of access: 27.11.2023).
65. Islamic State propaganda machine hit by law enforcement in coordinated takedown action. *Europol*. April 27, 2018. URL: <https://www.europol.europa.eu/media-press/newsroom/news/islamic-state-propaganda-machine-hit-law-enforcement-in-coordinated-takedown-action> (date of access: 21.03.2024).
66. James P. Zarqawi's Amman bombings: Jordan's 9/11. *The Heritage Foundation*. November 18, 2005. URL: <https://www.heritage.org/middle-east/report/zarqawis-amman-bombings-jordans-911> (date of access: 29.11.2023).

67. Janice Y. Regulation of Social Media Platforms to Curb ISIS Incitement and Recruitment: The Need for an International Framework and Its Free Speech Implications. *Journal of Global Justice and Public Policy*. Vol. 4. № 141. 2018. P. 141- 169.
68. Jee C. How Facebook uses machine learning to fight ISIS and Al-Qaeda propaganda. *MIT Technology Review*. November 12, 2018. URL: <https://www.technologyreview.com/2018/11/12/139126/how-facebook-uses-machine-learning-to-fight-isis-and-al-qaeda-propaganda/> (date of access: 14.04.2024).
69. Kirdar M. Al Qaeda in Iraq. Publication. Center for Strategic and International Studies. *AQAM Futures Project: Case Study Series*. June 2011. 15 p.
70. Kirazoluğu O. The Use of Internet by DAESH. *DATR*. № 13. 2020. P. 141-170.
71. Lakomy M. Internet w działalności tzw. Państwa Islamskiego: nowa jakość cyberdżihadyzmu?. *Studia politologiczne*. Vol 38. 2015. P. 156-184.
72. Leppink D. Recruitment Propaganda of the Islamic State. Recruiting Narratives in the Islamic State's Propaganda. *BA-Thesis TCS*. 2017. 28 p.
73. Lewis J. Al-Qaeda in Iraq Resurgent: The Breaking the Walls Campaign. Part I. *Institute for the Study of War*. September 2013. 43 p.
74. Lieberman A. Terrorism, the Internet, and Propaganda: A Deadly Combination. *Journal of national security law & policy*. Vol. 9, № 1. 2017. P. 95-124.
75. Long P., Johnson B., MacDonald S., Rogerson Bader S., Wall T. Media Studies: Texts, Production, Context. *Routledge*. 2022. 36 p.
76. Mah-Rukh A. ISIS and propaganda: how ISIS exploits women. *Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford*. 2015. 25 c.
77. McAdam D. The framing function of movement tactics: strategic dramaturgy in the American civil rights movement Cambridge. *Cambridge University Press*. 2016. P. 38–55.
78. Meuse A. As ISIS Gets Squeezed In Syria And Iraq, It's Using Music As a Weapon. *National Public Radio*. June 29, 2017 URL:

- <https://www.npr.org/sections/parallels/2017/06/29/533803886/as-isis-gets-squeezed-in-syria-and-iraq-its-using-music-as-a-weapon> (date of access: 03.01.2024).
79. Mitew T., Shehabat A. Black-boxing the Black Flag: Anonymous Sharing Platforms and ISIS Content Distribution. *Perspectives on Terrorism*. Vol. 12, № 1. 2018. P. 81-99.
80. NATO Centres of Excellence – NATO Strategic Communications Centre of Excellence. *NATO's Strategic Warfare Development Command*. July 24, 2023. URL: <https://www.act.nato.int/article/nato-stratcom-coe/> (date of access: 07.04.2024).
81. Nordland R., Rubin A. Iraq Insurgents Reaping Wealth as They Advance. *New York Times*. June 20, 2014. URL: <https://www.nytimes.com/2014/06/21/world/middleeast/isis-iraq-insurgents-reaping-wealth-as-they-advance.html> (date of access: 04.12.2023).
82. Pellerin C. Communicating Terror: an Analysis of ISIS Communication Strategy. *Sciences Po*. 2016. 17 c.
83. Reed A., Ingram J-H., Whittaker J. Countering Terrorist Narratives. *Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs*. 2017. 54 p.
84. Resolution 2170. *United Nations Security Council*. August 15, 2014. URL: <https://www.un.org/securitycouncil/s/res/2170-%282014%29> (date of access: 15.03.2024).
85. Resolution 2178. *United Nations Security Council*. September 24, 2014. URL: <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n14/547/98/pdf/n1454798.pdf?token=67oGdTuCCZCkKoGMOZ&fe=true> (date of access: 15.03.2024).
86. Resolution 2199. *United Nations Security Council*. February 12, 2015. URL: <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n15/040/28/pdf/n1504028.pdf?token=BkQHScssRk2DQxJgK2&fe=true> (date of access: 15.03.2024).

87. Resolution 2253. *United Nations Security Council*. December 17, 2015. URL: <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n15/437/45/pdf/n1543745.pdf?token=E51BNhQpZh5XCvTl1S&fe=true> (date of access: 15.03.2024).
88. Robin M. European Policies in the fight to counter propaganda. *Fondation Robert Schuman*. April 17, 2023. URL: <https://www.robert-schuman.eu/en/european-issues/665-european-policies-in-the-fight-to-counter-propaganda> (date of access: 19.03.2024).
89. Rosenblatt N., Winter C. Islamic State Propaganda and Attacks: How Are They Connected? *Perspectives on terrorism*. Vol. 13, № 5. 2019. P. 39-60.
90. Ruiz Pérez M. The Securitization of Islamic State Foreign Fighters during 2014-2018 and its implications for the counter-terrorist strategy of the European Union. *Universitat Autònoma de Barcelona*. 2023. 43 p.
91. Saudi Arabia and counterterrorism. *The embassy of the kingdom of Saudi Arabia*. March 2019. URL: <https://www.saudiembassy.net/sites/default/files/SAUDI%20ARABIA%20AND%20COUNTERTERRORISM.pdf> (date of access: 25.03.2024).
92. Seldin J. US Officials Uncover True Identity of New Islamic State Leader. *Voice of America*. January 29, 2020. URL: https://www.voanews.com/a/middle-east_us-officials-uncover-true-identity-new-islamic-state-leader/6183404.html (date of access: 23.11.2023).
93. Semple K., Schmitt E. ISIS Keeps Up Pressure Near Baghdad as Iraqi Troops Hesitate. *The New York Times*. October 17, 2014. URL: <https://www.nytimes.com/2014/10/18/world/middleeast/isis-keeps-up-pressure-near-baghdad-as-iraqi-troops-stumble.html> (date of access: 25.11.2023).
94. Staff T. IS uploads full length English propaganda video. *The times of Israel*. September 19, 2014. URL: <https://www.timesofisrael.com/is-uploads-full-length-propaganda-video-online/> (date of access: 14.01.2024).

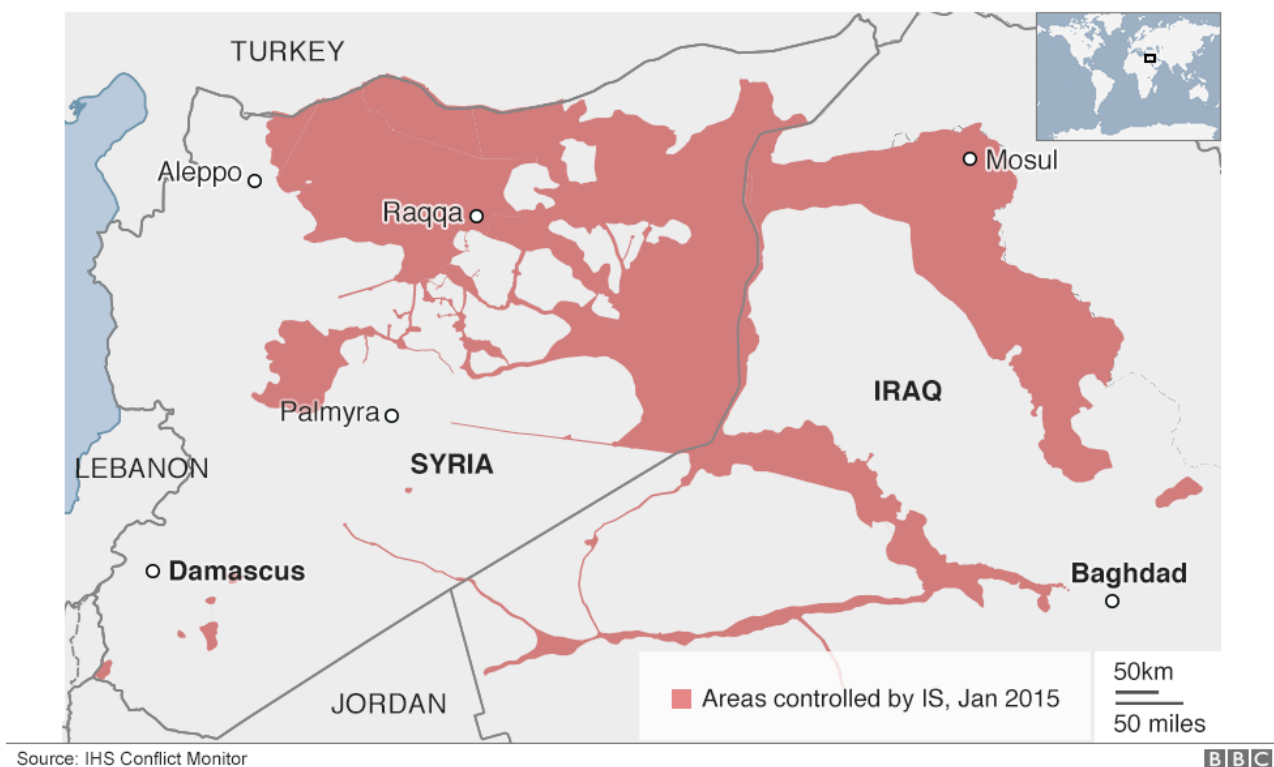
95. Stevens D. ISIS Propaganda and United States Countermeasures. *MSU Graduate Theses*. 2015. 121 p.
96. Styszynski M. ISIS Communication strategy. *Przełd Strategiczny*. № 9. 2016. P. 171-180.
97. Tarras-Wahlberg L. Promises of paradise? A Study on Official ISIS-Propaganda Targeting Women. *Stockholm: Swedish Defence University*. 2016. 53 p.
98. Terrorists on Telegram. *Counter extremism project*. February 2024. URL: <https://www.counterextremism.com/terrorists-on-telegram> (date of access: 14.12.2023).
99. The Holy Quran. trans. Talal Itani. November 28, 2018. URL: <https://m.clearquran.com/downloads/quran-in-modern-english.pdf> (date of access: 29.01.2024).
100. The United States and UAE partner against ISIS propaganda. *U.S. Embassy in Georgia*. June 7, 2021. URL: <https://ge.usembassy.gov/the-united-states-and-uae-partner-against-isis-propaganda/> (date of access: 02.04.2024).
101. Weimann G. New Terrorism and New Media. *Washington, DC: Commons Lab of the Woodrow Wilson International Center for Scholars*. 2014. 18 p.
102. Wejkszner A. Państwo Islamskie: narodziny nowego kalifatu. 2016. 255 p.
103. What ISIS really wants. *The Atlantic*. March 2015. URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2015/03/what-isis-really-wants/384980/> (date of access: 19.11.2023).
104. Williams B. The Islamic State Threat to the World Cup. *CTC Sentinel*. Vol. 11, № 5. 2018. 37 p.
105. Winter C. Islamic State Propaganda, Key Elements of the Group's Messaging. *Refworld*. June 12, 2015. URL:

<https://webarchive.archive.unhcr.org/20230530023638/https://www.refworld.org/docid/558bc1d94.html> (date of access: 07.02.2024).

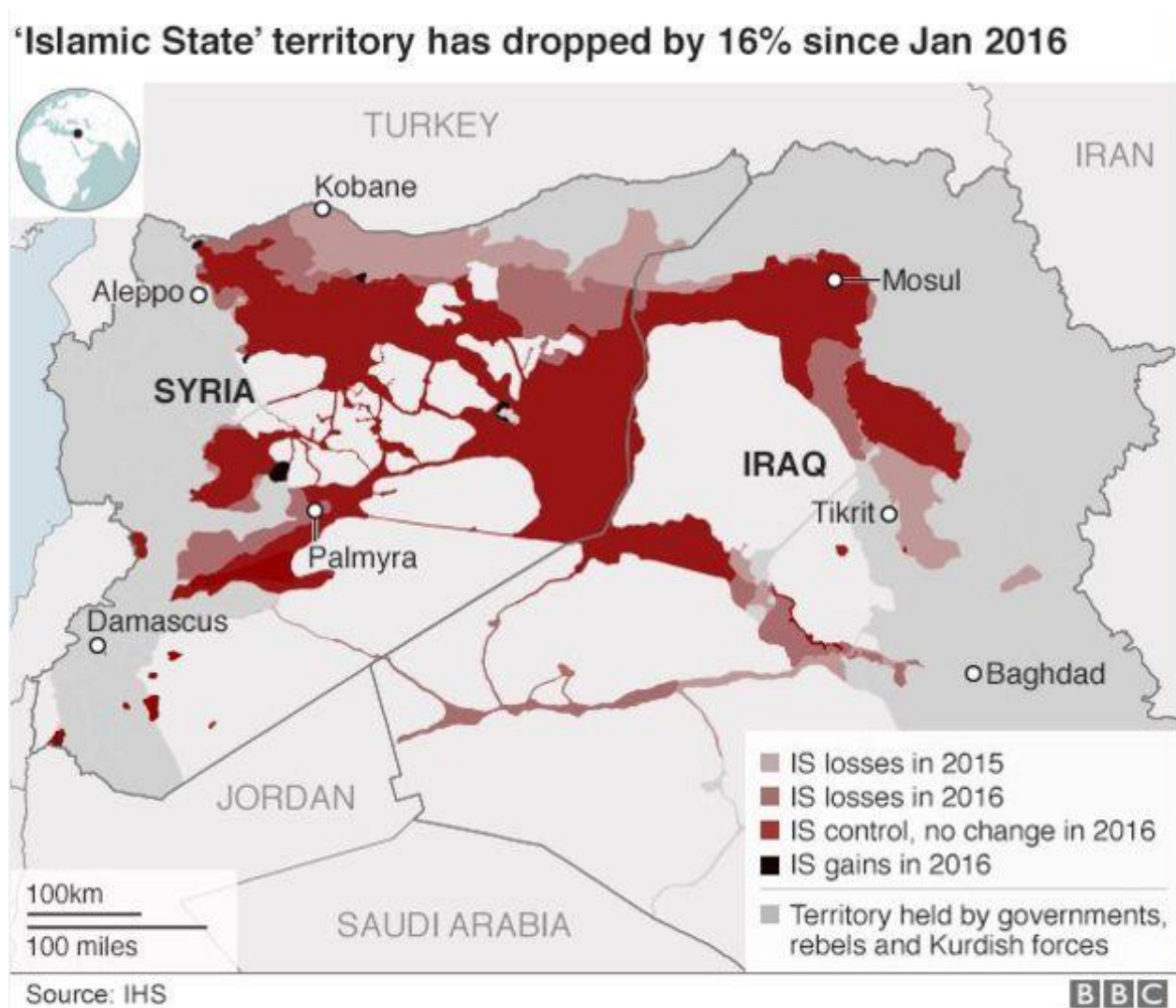
106. Wojtasik K. Życie codzienne na terenie tzw. Państwa Islamskiego na podstawie oficjalnych mediów. «*Media i Społeczeństwo*». № 6. 2016. P. 86-97.
107. Zielinska A. Rynek medialny ISIS. *Refleksje*. *Pismo naukowe studentów i doktorantów WNPiD UAM*. № 9. 2019. P. 169-183.

ДОДАТКИ

Додаток А



Території контрольовані ІДІЛ, січень 2015 року. Джерело: ІДІЛ втратило з 2015 року чверть захоплених територій. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2098220-idil-vtratio-z-2015-roku-cvert-zahoplenih-teritorij.html> (дата звернення: 28.10.2023).



Території контролювані ІДІЛ, січень 2016 року. Джерело: ІДІЛ втратило з 2015 року чверть захоплених територій. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2098220-idil-vtratilo-z-2015-roku-cvert-zahoplenih-teritorij.html> (дата звернення: 28.10.2023).



Найпопулярніші онлайн-журнали ІДІЛ. Джерело: Grzyb T., Fahmy S., Shaheen J. DAESH information campaign and its influence / eng. leng. ed. Reynolds A. *All rights reserved by the NATO StratCom COE Riga. 2015. 51 p.*