



# Курсова работа

---

## АНАЛИЗ НА ПРОПАГАНДАТА НА ДАЕШ

Изготвил:

Проверил:

2018

## УВОД

„Даеш е демонстрирала висока степен на познаване на работата със съвременни комуникационни технологии, използване на Интернет и социални медии с несравнима маркетингова способност“<sup>1</sup>. Докато Даеш / ISIS със сигурност не е първата екстремистка група, която използва масовите комуникационни технологии (ефективно), то тя е тази, което се отличава по отношение на качество на комуникацията, включително видео продукция и документални публикации на различни езици и диалекти, както и тяхната сложна употреба и разбиране на социалните медии, предлагащи широк диапазон на разпространение сред международна аудитория<sup>2</sup>. Проучване от 2015 г. на Института "Брукингс", показва още, че приблизително 45 000 социални медийни акаунта, по груби преценки, са контролирани от поддръжници на Даеш в края на 2014 г.<sup>3</sup>, от които почти една пета са на английски език. Успехът на комуникационната стратегия на Даеш се подчертава и от успеха на наемане на голям брой поддръжници, не само в Ирак и Сирия, но и сред различни европейски, американски и азиатски страни. Въпреки това волята и целта за осигуряване на мултимедийна комуникационна стратегия не е ново явление и съществува на различни нива във всички джихадистки групи, а също и по-конкретно в иракския контекст на джихада и териториалното въстание, за което свидетелстват списанията Al-Fursan или Sada al-Rafidayn.

Затова настоящата разработка има за цел да изследва характеристиките на пропагандната стратегия на Даеш / ISIS.

## 1. Рамка на пропагандата

---

<sup>1</sup> Maniculli, A. (2015), Daesh: The Challenge to Regional and International Security, NATO Paper

<sup>2</sup> Farwell, J. P. (2010). Jihadi Video in the “War of Ideas.” Survival, 52(6), 127–150.

<sup>3</sup> Berger, J.M and Morgan, Jonathan (2015), The ISIS Twitter Census, The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, Analysis Paper, No.20, Brookings Institute

Ислямистките терористични групи могат да се разглеждат като групи, които използват страх спрямо дадено население с оглед установяване на някои ислямски правила.

Отдавна тероризмът е разбиран главно от гледна точка на политическо насилие, при което постепенно се въвежда и включва значението на комуникацията и пропагандата като насилието и пропагандата са неразривно свързани.

"Насилието има за цел промяна на поведението чрез принуда. Пропагандата се стреми към същото чрез убеждаване. Тероризмът е комбинация от демонстративно обществено насилие като инструмент за психологическа война, "рекламиране" на способността на въоръжените недържавни групи да навредят и да унищожават"<sup>4</sup>.

Пропагандата е специфична форма на манипулативна информация, която често съдържа и истини, и фалшификации с цел да се повлияе на нагласите и да се въздейства на поведението на целевата публика така, че тя да се ангажира с определени действия. От преди всичко западна перспектива пропагандата има обикновено негативен смисъл, който е противоположност на "публичната дипломация" или на "стратегическата комуникация", използвана от демократичните режими за установяване на информационно базирано влияние, насочено към въздействие върху нагласите и поведението на целевата аудитория. Въпреки това не е ясно до каква степен идиомите на "стратегическа комуникация" или "публичната дипломация" се различават от тези на пропагандата. По този начин дефиницията от Jowett и O'Donnell (2012) на пропагандата като умишлен, системен опит за оформяне на възприятия, манипулиране на познания и директно поведение за постигане на по-нататъшен отговор, което постига желаното намерение на пропагандиста"<sup>5</sup> е донякъде подобно на целите на всяка стратегическа комуникация.

---

<sup>4</sup> Schmid, Alex P. (2015), Challenging the Narrative of the 'Islamic State', Research Paper, The Hague: International Center for Counterterrorism

<sup>5</sup> Wilkinson, P. (1997). The media and terrorism: A reassessment. *Terrorism and Political Violence*, 9(2), 51–64.