

тельно меняется. Особенно это касается тех жанров, которые литература *nonfiction* позаимствовала из эпоса, прежде всего из романа и повести. В центре их повествования появляется совершенно другой герой, который существенно отличается от «пламенного революционера» советской эпохи, не вписывается и в канон западного героя викторианского типа. Такой герой имеет сложную личную судьбу, он способен на героические поступки, но не лишен обычных человеческих пороков; автор наделяет его глубокими внутренними размышлениями, умением анализировать прожитое с точки зрения нового времени, в результате чего произведения явно выходят за границы жанровых канонов.

#### *Литература*

1. Келле, В. Ж. Процессы глобализации и динамика культуры / В. Ж. Келле // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – № 1. – С. 69–76.
2. Мойсеева-Гушева, Я. Глобализация и новые тенденции в литературе / Я. Мойсеева-Гушева // Славяноведение. – 2006. – № 6. – С. 62–67.
3. Нотомб, А. Форма жизни : роман / А. Нотомб; пер. с фр. Н. Хотинской. – М. : Иностранка, 2011. – 160 с.
4. Тлостанова, М. Проблема мультикультурализма и литература США конца XX в. / М. Тлостанова. – М. : ИМЛИ РАН ; Наследие, 2000. – 400 с.
5. ReesKeesvan. Field, CapitalandHabitat: A Relational Approach to «Small» Literatures // KleinheitsSpezifik. – Oldenburg : BIS – Verlag der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, 2012. – S. 15–56.
6. Turner, B. Two Faces of Sociology: Global or National, in Global Culture. / B. Turner – London, 1990.

**Евгений Олейник**

*Белорусский государственный университет*

## **ПРОПАГАНДА РАДИКАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ЗАРОЖДЕНИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ**

XXI в. характеризуется быстрым развитием науки и технологий, применяемых во всех сферах жизни общества. Темпы разработки и внедрения разнообразных ноу-хау, а также масштабы данного процесса свидетельствуют о том, что современный социум живет в эпоху непрекращающейся научно-технической революции. Она наложила свой отпечаток и на глобальное информационное пространство, которое благодаря появлению передовых систем коммуникации позволило объединить человечество в единую сеть по обмену информацией.

Одним из негативных последствий повсеместной информатизации стало использование возможностей средств массовой коммуникации для осуществления пропаганды экстремистских и террористических организаций. Под пропагандой (*лат. proago – ‘распространяю’*) общепринято понимается деятельность по распространению определенных сведений и убеждений с целью формирования желаемых взглядов.

Пропагандистский аспект был неотъемлемой составляющей деятельности уже первых радикальных организаций, например группировки сикариев, выступавшей против Римской власти в I в. нашей эры. Организация не имела достаточно ресурсов, чтобы вести открытую борьбу с римским государством, поэтому ее руководством был разработан и реализован метод борьбы, который можно описать как тактику точечной ликвидации прилюдно. Путем устранения противника в местах массового скопления людей сикарии привлекали внимание к своей деятельности, что способствовало распространению их идей.

Трансформация экстремистской и террористической пропаганды происходила параллельно с развитием СМИ. У радикальных организаций появлялись новые коммуникативные возможности для распространения своих взглядов. Так, в XIX в. в контексте деятельности группировки «Народная воля» (Российская империя) установилась концепция терроризма, близкая к современной [2]. Народовольцы активно использовали собственные СМИ (газеты и брошюры). Это позволяло достигнуть более широкого охвата аудитории, а значит, распространить взгляды организации среди как можно большего числа реципиентов.

Вплоть до конца XX в. большинство радикальных группировок для распространения собственных идей использовало ресурс традиционных медиа, таких как печатные СМИ и радио, а также разнообразную информационную продукцию. Однако уже в начале XXI в. экстремизм и терроризм взяли на вооружение самые современные средства распространения информации, включая интернет и мобильную связь. Сегодня наблюдается перманентное повышение качества пропагандистского материала радикалистов, появление новых форм и видов пропаганды. Современные экстремистские и террористические организации ставят перед собой основную цель – завоевание информационного пространства. Достижение этой цели осуществляется в рамках двух магистральных стратегий. Первая предусматривает использование собственных медийных ресурсов. В данном контексте следует говорить о существовании феномена медиатерроризма, под которым понимается высшая

стадия терроризма, целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей СМИ для создания и тиражирования чувств страха и распространения их в информационном пространстве для манипулирования общественным сознанием [3, с. 32]. Наиболее преуспели в данном направлении исламистские организации. Одной из разновидностей медиатерроризма сегодня является «медиаджихад», или использование исламистами из числа радикалов в своей борьбе возможностей информационного пространства.

К созданию собственных медиа для ведения пропаганды, в частности, прибегала террористическая организация «Аль-Каида». Усилиями членов группировки вплоть до 2010 г. издавался журнал «Inspire», в котором в том числе публиковались сведения о том, как изготовить оружие. О результативности данного СМИ говорит следующий факт: спустя 7 лет после закрытия журнала, в 2017 г., методом «саг-гаминг» (таран автомобиля), описанным в журнале, были совершены теракты на Вестминстерском мосту в Лондоне (Великобритания), у здания торгового центра в Стокгольме (Швеция). Одной из самых известных на сегодня считается другая радикальная джихадистская группировка – «Исламское государство» («ИГ»). На подчиненных территориях в Сирии и Ираке «ИГ» создало собственную медийную инфраструктуру и организовало системную работу со средствами массовой информации [1, с. 61].

В рамках второй стратегии распространение экстремистских и террористических взглядов осуществляется посредством использования национальных СМИ, не аффилированных с деятельностью радикальных организаций, с целью воздействовать на общество и власть. В данном ключе Дж. Пост называет терроризм медиафеноменом и рассматривает его как форму психологической войны, которая ведется с помощью СМИ [4]. По мнению исследователя, террористы, совершая акты насилия, видят своей главной задачей привлечь внимание СМИ, то есть стать информационным поводом. Медиа, повествующие о деятельности экстремистской или террористической организации, косвенным образом содействует распространению ее убеждений.

Таким образом, негативным последствием развития глобального информационного сообщества, а также усовершенствования информационно-коммуникативных технологий стало использование возможностей СМК для осуществления террористической и экстремистской пропаганды. В результате сегодня можно говорить о таких явлениях, как «медиа-

терроризм», «медиаджихад» и «медиафеномен». В распределении задач радикалистов наблюдается смещение в сторону пропагандистской деятельности. Современные экстремизм и терроризм видят своей основной целью завоевание информационного пространства.

#### *Літаратура*

1. Олейник, Е. Ю. Шупальца «Халифата». Оценка угроз безопасности Беларуси в контексте деятельности радикальной группировки «Исламское государство» / Е. Ю. Олейник // *Беларуская думка*. – 2016. – № 5. – С. 59–64.
2. Сундиев, И. Медиаресурсы в экстремистской и террористической деятельности: функциональный анализ / И. Сундиев, А. Смирнов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://spkurdyumov.ru/networks/mediaresursy-v-ekstremistskoj-i-terroristicheskoy-deyatelnosti/>. – Дата доступа : 01.09.2017.
3. Цыганов, В. Медиа-терроризм. Терроризм и средства массовой информации / В. Цыганов – Киев : Ника-Центр, 2004. – 124 с.
4. North, A. How Media Coverage Influences Terrorism / A. North [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://www.buzzfeed.com/annanorth/how-media-coverage-influences-terrorism?utm\\_term=.xl8PGEebY#.hceROdk\\_ZK](https://www.buzzfeed.com/annanorth/how-media-coverage-influences-terrorism?utm_term=.xl8PGEebY#.hceROdk_ZK). – Дата доступа : 01.09.2017.

**Иван Саченко**

*Белорусский государственный университет*

### **«BILD-ZEITUNG» В МЕДИЙНОЙ СФЕРЕ ГЕРМАНИИ**

Газета «Bild-Zeitung» (в дальнейшем «Bild») была создана по лицензии оккупационных властей Великобритании в гамбургском доме «Ферлаг Аксель Шпрингер» 24 июня 1952 года как тип бульварного издания и знаменосца «народного духа». С первых же номеров редакционный коллектив этого издания стал наращивать усилия в эффективном формировании идей, направленных против войны, шовинизма, расизма, диктаторских режимов, объективное интернациональное сотрудничество немцев, разделенной на оккупационные зоны Германии, за разрядку международной напряженности. Эта проблематика газеты одновременно являлась и следствием, и причиной эволюции традиционной тогдашней газетной периодики страны, избегавшей публикаций материалов на подобные темы. В результате глубоких перемен в моделировании журналистского слова и факта влияние «Bild» на социальные послышки более активного участия общественности Германии в процессе эволюции национальной прессы как организационной силы, демократизации и полного освобождения от нацистского прошлого значительно возросло.