**О деятельности по профилактике распространения террористической идеологии в информационно-коммуникационной сети Интернет и СМИ.**

Городским пресс-центром проводится систематическая работа по актуализации информации, препятствующей распространению идеологии терроризма на официальном сайте городского округа. Содержание раздела «Антитеррор» пополняется различными методическими материалами и информацией о проводимой в этом направлении работой. Информационное сопровождение и дальнейшее тиражирование в сми получают все мероприятия, проводимые городской антитеррористической комиссией.

Однако проводимая в этой сфере работа не может быть признана достаточной по нескольким причинам. В первую очередь существенно снизилось количество проводимых профилактических мероприятий и виной тому введенные из-за пандемии ограничения. Образовательные и социальные учреждения долгое время были закрыты, а после карантина под запрет попало проведение массовых мероприятий, что также послужило препятствием для полноценной реализации плана АТК.

Кроме того, следует признать, что информационная работа по противодействию терроризму проводимая на сайте города не дает ожидаемого результата. Она просто не доходит до целевой аудитории. Довольно наивно полагать, что школьник или студент будет проводить свободное время на официальном сайте муниципалитета и читать статьи антитеррористического содержания. Зато можно быть уверенным в том, что молодежь проводит большую часть дня в соцсетях, где активно разворачивают свою деятельность террористические структуры.

Сегодня официальные сми оказались в неравных условиях борьбы с идеологией терроризма. В то время как госпаблики ограничены рамками закона, нравственности и морально-этического кодекса журналиста, сторонники террористических организаций не останавливаются ни перед чем. Вдохновители террора широко используют все преимущества соцсетей, основные из которых высокая скорость передачи информации, широкая аудитория и неограниченность используемого контента.

Для полноты понимания приведу некоторые факты. Террористические организации, такие как ИГИЛ, Аль-Каида уже на шаг впереди любых сми хотя бы потому что уже стали своеобразным брендом. Кровавым, жутким, жестоким, но узнаваемым и интересным.

Для большинства обывателей, не исповедующих ислам, знакомство с ИГИЛ заканчивается жуткими казнями. На самом деле, в медиакампании «Исламского государства» они занимают всего лишь 2% контента, которое оно распространяет. Мусульмане, клюнувшие на наживку ИГИЛ, погружаются совсем в иной мир, где «халифат» — не мечта, а реальность. И не важно, что на самом деле происходит в «халифате», откуда возвращаются единицы, главное, как он выглядит виртуально.

А над этим организация проработала очень активно. Буквально за месяцы они создали целое государство с мощной пропагандистской машиной. Только в Твиттере у «Исламского государства» зафиксировано до 5000 аккаунтов. Их закрывают, но вместо них появляются новые. Медиакрыло ИГИЛ «Аль-Хайят» не только занимается соцсетями, имеет профессиональную телестудию, телеканалы и радиостанции, но даже выпускает компьютерные игры, приложения и гламурный журнал «Дабик», который продавался на Amazon и является полноценным иллюстрированным изданием, в котором рассказывают даже о том, как правильно хранить оружие. Американская CNN вынуждена была признать, что качество документальных фильмов ИГИЛ не уступает голливудским.

Мощная пропагандистская машина находит подход ко всем во внешнем мире. В течение месяца в виде фото- и теологических эссе, видеороликов, аудиозаписей, журналов, новостных сообщений, памфлетов и постеров ИГИЛ распространяет более тысячи новостных сообщений. Около 40 — в день. Информация подается на 6 языках: русском, турецком, арабском, курдском, французском и английском. Более половины сообщений касаются гражданской жизни, которые рисуют сказочный Халифат. Вряд ли какое-либо из существующих сейчас медиасистем способна выдержать подобную конкуренцию.

Укрепить позиции госсми в информационной войне особенно актуально на фоне последних событий, произошедших в Афганистане. Все знают о госперевороте и захвате власти Талибами и не нужно быть экспертом, чтобы понимать, что подобное событие скажется на нас. Мы присутствуем при рождении новой джихадистской моды. Талибан становится модным джихадистским брендом и быть талибом станет модно, к большому сожалению, эта мода дойдет и на нас. Надо понимать, что талибы — мастера информационных кампаний. Они выиграли информационную войну у афганского правительства и во многом благодаря этому оказались сегодня у власти.

Все это однозначно говорит о необходимости усиления информационной работы против терроризма. И снова в голове большинства сайт, раздел антитеррор, статьи о том, что терроризм зло и все такое прочее. И вновь я подчёркиваю - это все не доходит до целевой аудитории, интересы которой редко выходят за рамки тик тока и инстаграмма. Нужна комплексная, масштабная работа в формате доступном и интересном для молодёжи, на их языке и на их территории. И тут городской пресс-центр в одиночку не справится, даже если вывернется на изнанку. Предстоит огромная работа.

 В первую очередь совместная с органами власти, правоохранительными органами, духовенством, школой, родителями и другими.

Во-вторых, необходимо отойти от стандартных протокольных мероприятий, проводимых в основном для галочки, на которых дети откровенно скучают и не выносят ничего нового для себя. Интересно, доступно, убедительно только так можно завлечь внимание молодёжи и переманить ее на светлую сторону

Конечно, все это в перспективе и пока ни у кого нет четкой дорожной карты и понимания, как действовать дальше, но основные рекомендации в этом направлении все-таки есть.

Во-первых, сейчас в школах начнутся мероприятия, посвященные трагическим событиям в Беслане и при их проведении и освещении необходимо учитывать следующее. Категорически неприемлемо идти на поводу у пропагандистов и идеологов террора, используя в информации об их последователях термины, которые они сами намеренно пытаются закрепить в общественном сознании. А это значит, что следует избегать употребления термина «исламский» или «мусульманский» по отношению к группировкам, связанным с террором. Напротив, необходимо подчеркнуть, что это не исламские и не мусульманские группировки, а преступные, ложные, коммерческие. Террористов также нельзя называть джихадистами или моджахедами, вместо этого следует говорить «террорист», «смертник», «боевик». Не следует также называть террористов шахидами. Необходимо объяснить и провести четкую разницу между шахидами и самоубийцами.

Кроме того, следует активнее привлекать работе с молодежью не только тех, кто пользуется уважением среди взрослых, но и не пренебрегать интересами молодежи. Активнее сотрудничать с теми, чьим мнением и позицией они считаются, кому подражают, кто пользуется популярностью в их среде. Это могут быть спортсмены, известные блогеры, представители культуры и другие яркие личности, способные произвести впечатление на аудиторию и донести до нее идеологию антитеррора.

И в заключение я хочу сказать, что городской пресс-центр всегда готов к сотрудничеству и мы готовы осветить, показать и рассказать о мероприятиях, проводимых вами, но мы не получаем от вас приглашений к участию. Речь не идет о каждом классном часе или открытом уроке, а о масштабных, общешкольных мероприятиях, интересных встречах, конкурсах и флешмобах.

**Руководитель МБУ РГ «Кизилюртовские вести» П.М.Сулимова**