

PSYCHOLOGY

РОМАНТИЧЕСКИЙ ОБРАЗ МУДЖАХИДА В ПРОПАГАНДЕ ИГИЛ КАК ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП ГЕРОИЗАЦИИ БОЕВИКОВ ДЕСТРУКТИВНЫХ ГРУПП. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ДЕСТРУКТИВНОЙ ПРОПАГАНДЫ

*Саида Арифханова, Докторант кафедры психологии Национального Университета РУ
Эксперт Центра Изучения региональных угроз*

DOI: https://doi.org/10.31435/rsglobal_wos/30092019/6693

ARTICLE INFO

Received: 19 July 2019

Accepted: 12 September 2019

Published: 30 September 2019

KEYWORDS

radicalization, destructive groups, glorification, propaganda.

ABSTRACT

Violent extremism is a factor that reduces the level of security of any country. Preventing the spread of extremism is possible when you know and understand the factors and conditions of its occurrence. The development of extremist movements is impossible without the expansion and the increasing of the number of adepts of these destructive groups and therefore their consistent radicalization.

For that reason it is necessary to understand the mechanism of recruitment. Here, as we know, we are dealing with propaganda in order to attract supporters, mainly from the members of young generation.

Citation: Саида Арифханова. (2019) Romanticheskij Obraz Mudzhahida v Propagande Igil kak Osnovnoj Princip Geroizacii Boevikov Destruktivnyh Grupp. Kontent-Analiz Destruktivnoj Propagandy. *International Academy Journal Web of Scholar*. 9(39), Vol.2. doi: 10.31435/rsglobal_wos/30092019/6693

Copyright: © 2019 Саида Арифханова. This is an open-access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Поколение двадцатого века, парадоксально наиболее образованное в истории человечества, стало источником геноцида, которого не было за всю предыдущую эпоху человечества.

182 миллиона человек, по данным отчета «human security centre 2005»¹ как показывают исследования, в мире были уничтожены в результате войн, агрессии и голода, искусственно созданного людьми.

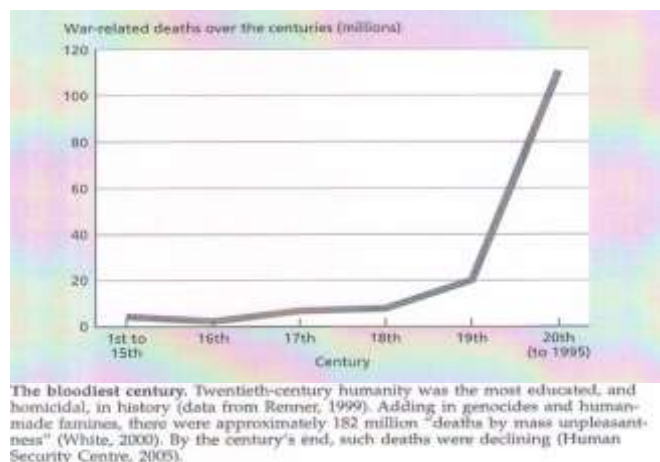


Рис.1.

¹ Human Security Report 2005: War and Peace in the 21st Century, 2005

Как известно, насильственный экстремизм один из факторов, который очень сильно снижает уровень безопасности любой страны. Предупреждение и предотвращение распространения экстремизма, предполагает понимание факторов и условий для его возникновения.

Очевидно, что развитие экстремистских движений невозможно без расширения и пополнения рядов этих движений новыми членами, а значит и их последовательной радикализации. Исходя из этого необходимо изучать механизм вербовки и вовлечения в ряды различных современных деструктивных групп.

Здесь, как известно, мы имеем дело с пропагандой, распространяемой для привлечения сторонников, преимущественно в среде современной молодежи. Всем известно, что любая пропаганда какой-либо деструктивной группы связана не с реальностью и с тем, что мы уже сегодня знаем об этой реальности, а с продвижением определенной идеологии и системы ценностей.

Пропаганда — это, прежде всего воздействие: внушение и убеждение с целью формирования определенного типа мышления. Это создания установок на определенный тип поведения через воздействие на

- Чувства
- Эмоции
- На восприятие и воображение
- На память и на внимание

В состав воздействия также входит и использование различных методик манипуляции с учетом особенностей внутренней репрезентации мира каждого отдельного человека:

- Визуального воздействия: изображение, текст, жесты
- Аудиального: звук и музыка, вербализация
- Кинестетическое: ощущения, тактильность, внутренние переживания и т.д. и т.п.

Особенности пропаганды видоизменяются в зависимости от текущей ситуации, например пропаганда Исламского Государства по сравнению с пропагандой Аль-Каиды помимо определенного сходства имеет и свои существенные различия.

Группировка Исламское Государство, запрещенная в Узбекистане, продвигает так называемый «романтический образ» муджахида в пропаганде на фоне общей идеи «демократизации» джихада.

Пропагандистский образ Джихада Исламского Государства — это джихад доступный для всех, в то время как Аль-Каида, например, делала доступ к джихад элитарным. Здесь мы наблюдаем совершенно другой способ рекрутирования по сравнению с рекрутированием в системе Аль-Каиды. Это не избирательное рекрутирование, а вовлечение всех, кто проявляет к этому активному движению какой-либо интерес.

Коммуникации и видео в данной пропаганде предназначаются для самой разнообразной аудитории, а в стратегии рекрутирования акцент делается на «универсальности» джихада. Эта универсальность выражается в банализация и упрощение основных идей джихадистского движения, и обеспечение большей доступности к этим идеям. Стратегии «банализации» в самом начале, например, выражались в том, что во внимание принимался тот факт, что: поехать на джихад, в Сирию и Ирак — это что-то, что вам вполне доступно и в ваших силах, в то время как поездка в Афганистан достаточно сложна.

Позднее эта стратегия поменялась и все призывы совершения «Хиджры» заменялись на призыв совершать джихад на местах без обязательного совершения паломничества в места основных сражений в Сирии и Ираке.

В 2014-2015 годах, в самом начале своей информационной кампании агентства ИГ выпускали очень много видео о том, как замечательна жизнь в Халифате. Высокопрофессиональные по своему уровню и качеству видео госпиталей, отелей, административных учреждений, заводов и фабрик должны были продемонстрировать, что у Исламского Государства есть все условия для нормальной и спокойной жизни мусульман. Использование, на начальной стадии пропаганды стратегии «нивелирования» войны - превращение ее в некую компьютерную видеоигру были призваны снизить ее значимость. В какой-то момент, также использовалась и стратегия снижения уровня насилия, широко использовалась нормализация насилия в отношении оппонентов через их активную и все стороннюю дискриминацию.

Видоизменилась и сама модель героя джихадистского движения.-современный герой пропаганды ИГ это такой же человек как вы и я, нормальный и обычный парень с соседней

улицы. В то время как Аль-Каида в своей пропаганде представляла его мучеником и жертвой и использовала принцип анонимности, герой ИГ имеет лицо обычного парня, который удостоверяет, что героем теперь может стать любой. Все это, в целом, делает сам «феномен героизма» доступным.

Герой пропаганды ИГ индивидуализируется — это больше не аноним, мы можем увидеть его лицо, прочитать его имя и узнать его биографию. Достаточно хорошо видна и работа над внешним обликом героя: для придания ему большей привлекательности. Здесь необходимо понимать, что в Коране ролевой моделью молодого мусульманина является святой Иосиф-Юсуф, который красив от природы, прекрасно образован и воспитан. Он храбро сражается, учтив со всеми в своем окружении и совершает много подвигов. Герой пропаганды ИГ теперь тоже очень красив, он вызывают эмоциональный восторг, и даже зависть. В пропагандистской литературе он предстает не демоническим монстром, а живым человеком с человеческим лицом, чувствами и эмоциями. Любая его «демонизация» в СМИ, в конечном итоге, оборачивается «героизацией» со знаком минус, что, по сути, тоже привлекательно.

Таким образом, имидж боевика, подвергшись изменению, отходит от образа «сверх героя» — это теперь простой молодой парень, «свой» или «брат», живущий по соседству. Таким образом, стратегия такой «банализации» джихада обеспечивает доступ к «совершению подвига» для всех.

А подвиг, как это продвигает пропаганда ИГ позднее можно совершить и присоединившись к джихаду и у себя в стране. К сожалению, нам уже известны случаи, когда молодые люди последователи подобным призывам.

Изменения в способе пропаганды

Изменение в способе пропаганды, когда пропаганда ведется, в основном, в Интернете тоже сыграла свою роль.

Поскольку официальные СМИ принадлежат оппонентам деструктивных групп и все, что там говорится об ИГ стало, своего рода зеркалом-отражением их действий Интернет был выбран, (помимо того, что это прекрасный инструмент для рекрутирования), также и для того, чтобы через СМИ обеспечить диалог со своими оппонентами.

Это был достаточно удачный ход, поскольку официальные новостные каналы, показывая отрывки из видео пропаганды ИГ, стимулировали интерес и привлекает внимание целевых аудиторий, которые затем искали полные версии этих видео в сети Интернет, а социальные сети стали идеальным инструментом для общения со всеми заинтересованными аудиториями.

Соревновательный момент с официальными СМИ еще более усиливал азарт и создавал эмоциональные моменты, подстегивающие успех пропаганды терроризма, так как терроризм, как известно медиазависим. Мы могли наблюдать, как СМИ обеспечивали фасилитацию и формирование аттракции и привлекательности деструктивной группы.

На этой волне было выпущено огромное количество статей, выпущено книг, проведено исследований - тема терроризма, в итоге продвигается сама собой и хорошо продается.

Новая интерпретация джихада.

Также, достаточно хорошо продвигается и упрощенное понимание вероучения, которое проповедуют лидеры деструктивных групп. Вместо нестабильной и неопределенной «мирской жизни» с неопределенным будущим молодому человеку теперь предлагается определенность «вечной жизни» после смерти в раю, через идею преодоление «страха смерти в джихаде» с последующим воскресением в «судный день». Стратегия умалчивания реальной ситуации в Сирии и Ираке значительно упрощает вербовку людей, поддающихся на пропаганду.

Семантический анализ сообщений.

Анализ текстов проповедей Абу Бакра Аль Багдади и других лидеров деструктивных групп показывает, что в пропаганде используются следующие механизмы воздействия на целевые аудитории (Таблица 1).

Таблица 1.

Использование арабизмов и терминологии из священных книг	Манипуляция на чувстве вины	Ссылка на признанные авторитеты, дающие ответы на спорные вопросы	Манипуляция на чувстве стыда	Дискредитация и дегуманизация оппонентов	Использование чувства страха и эксплуатация чувства сострадания	Напоминание о традициях - выработка установок на определенный тип поведения	Ссылка на авторитетные источники (переложение ответственности за совершаемые действия на других)	Манипуляция в виде заботы о вашей безопасности	Использование угроз и обещание вознаграждения или наказания в случае послушания	Адресация к идентичности в виде угрозы о том, что, если вы не участвуете в джихаде, то вас заменят другим народом	Джихад преподносится как необходимое испытание на пути Аллаха или как долг каждого мусульманина	Огромное количество повторов и использование различных аргументов для нормализации насилия	Приводятся много примеров из прошлого для поднятия духа боевиков
--	-----------------------------	---	------------------------------	--	---	---	--	--	---	---	---	--	--

Большое внимание в проповедях Абу Бакра Аль Багдади уделяет восхвалению и героизации, так называемых, моджахидов и шахидов:

«Я не завершу пока не восхвалю кровожадных львов вероубеждения - войско Халифата. О, как вы прекрасны!

Как же вы прекрасны! Каждый из вас равен тысяче!

Как же вы прекрасны!

Так выходит же, мусульмане на свою войну, во всех местах»¹.

Визуальный ряд, употребление метафор и эпитетов, архаических нарративов

Романтический образ моджахеда-человека, проникнутого высокими эмоциями и умонастроением, и идеализацией войны, продвигается употреблением огромного количества эпитетов и метафор.

Романтизм идей и чувств, эмоционально возвышающих человека противопоставлен рационализму, который берет свое начало в идеях эпохи модернизации. Иррационализм, как разочарование в идеях рациональной эпохи, кризис этих идей этого периода, конфликт человека с миром, психология бунтующей личности.

Романтический образ героев самой пропаганды также определяет и, так называемую «эстетику джихада».

Этих героев объединяет чувство собственной исключительности, где «Я» осознается, как высшая ценность с определенной долей эгоцентризма, что также делает образ моджахеда интересным и привлекательным для молодежи. Пропаганда, продвигающая человека, который сосредоточившись на себе, вступает в конфликт с действительностью основная тема сообщений, транслируемых медиаагентами ИГ и другими деструктивными группами. Это глубокий разрыв между идеалами и действительностью и несовместимость «героя» с обыденным миром, что вдохновляет и создает модель для подражания, как когда-то такой моделью становились герои, например Байрона «Чальд Гарольд», Лермонтова «Герой нашего времени» и другие.

В современную эпоху такими вдохновляющими личностями были все борцы за свободу и национальное освобождение, среди которых особое место занимали Че Гевара, Ахмад Шах Масуд и многие другие герои за свободу и справедливость. Эти образы очень часто использовались в пропаганде и вдохновляли не одно поколение так называемых героев.

В характерах этих героев всегда присутствует конфликт раздвоения, особенно, в необычной обстановке, и желание странствий, в страны Востока, например, как у героя поэмы Байрона

¹ Абу бакр аль-Багдади, аль-Хусейни, аль-Курайши, «Выступайте в поход, легко ли вам будет или обременительно» Исток, 2 выпуск, Шавваль, 1435

«Паломничество Чайльд Гарольда». В литературе романтизма всегда присутствовала и национально-психологическая специфика- расхождение между мечтой и действительностью, что близко и героям пропаганды ИГ. Они искали свои идеалы в мире грез, в потустороннем мире (поискрая), в историческом прошлом, которое идеализируется, в экзотических странах, в преобразовании общества революционным путем. Сильные и яркие, эмоционально насыщенные визуальные образы и метафорические тексты подпитывают и стимулируют интерес ко всему сильному, яркому, возвышенному и пафосному. Романтический герой пропаганды ИГ позиционируется, как необычный человек – яркая личность с сильным характером (исключительный характер в исключительных обстоятельствах). Он не удовлетворен окружающим миром, отвергает существующие законы, вступает с ними в конфликт. Очень часто он одинок и стремится к абсолютной свободе. Эта страстная и пассионарная личность, мечтающая об интенсивной и наполненной эмоциями жизни на краю опасности. Пассионарность выраженная высокой страстностью любви к Богу, Братской любовью, Любовью к близким, она может проявляться и как низкая страстность, такая как зависть, жадность, честолюбие.

Романтизм, как протестное движение в данном случае — это не прогрессивное, оно реакционное и крайне консервативное движение. Герой джихада в пропаганде позиционируются еще и как лирический герой, неудовлетворенный существующим миром, стремящийся уйти в мир иной, прославляющий восторг борьбы за свободу. Им свойственна идеализация исторического прошлого и поиск идеала:

- религиозного
- национального

В своем медиа пространстве они размещают стихи, тексты для нашивов, восхваляя героев прошлого и отдавая дань мученикам. Романтические герои пропаганды ИГ, которым многие молодые люди стремились подражать, видят свое счастье в борьбе за переустройство мира и будят мысль богатством и разнообразием образов.

Основные паттерны поведения этого романтического героя, в русской версии, например, хорошо определяет фраза Александры Блока: «Романтизм — это проживание жизни с удесятенной силой!»

В современной западной культуре, этому мировосприятию, например, очень близок принцип культуры рок-н-ролла: “Live fast-die young!” («Живи быстро и умри молодым»).

В этом мировосприятии сквозит страсть и желание жить интенсивной жизнью с множеством вызовов, на грани жизни и смерти. Это представление жизни не такой как она есть на самом деле, а такой, какой ему ее хочется видеть.

Особенности романтического образа в пропаганде ИГ очень хорошо отражает и фраза Халид ибн Валида воина ислама VII века - соратника Пророка Мухамеда, которая напечатана в эпиграфе к книге журналиста и лауреата Пулитцеровской премии Джоби Уоррика «Черные флаги»:

«...Вы видите перед собой людей, которые любят смерть больше чем вы любите жизнь...»¹

Исследователь, философ и социолог Оливье Руа в своей книге «Джихад и смерть» пишет, что «...Смерть лежит в сердце самого проекта...»²

Этот тип мировоззрения, продвигаемый пропагандой – центральная идея героизации личности, которая вступает в битву с враждебной средой, воспекает страдания и гибель героя в борьбе, празднует смерть и стремится к ней, как к желанной участи, канонизируя героя.

Все эти факторы вместе взятые составляет исключительность романтического героя и делают его привлекательным для подражания сотни современных молодых людей. Внутренняя раздвоенность, одиночество в реальном мире, поиски идеала и мечты, жизнь в сфере эмоций и чувств с опорой на культ прошлого, идеализация и архаизация этого прошлого по сравнению с непредсказуемым настоящим усиливают воздействие этой пропаганды. Стихия борьбы за свободу, за Аллаха, за пропуск в рай, экзотика дальних странствий, сам стиль нарратива с обращением к народному творчеству и эстетике библейских сказаний усиливает воздействие.

Использование в данном случае арабизмов и цитирование священных источников, исламских авторитетов, обилие метафор и эпитетов, символов и лирических образоврая и ада, народных эпосов и баллад делает эту пропаганду намного эффективней всех методов контрпропаганды. И это необходимо признать для того, чтобы грамотно выстраивать стратегии противодействия «вслепую».

¹ Джоби Уоррика «Черные флаги. Ближний Восток на рубеже тысячелетий», Издательство АСТ, 2018

² Olivier Roy “Le djihad et la mort”, Edition du Seuil, 2016

Сегодня большое количество, антропологов и психологов понимают, что эта пропаганда достигла своего эффекта, как это не прискорбно сознавать.

Принцип двоимирия: рай и ад, поляризация «мы» и «они», несоответствие и разлад идеального и реального, мечты и стремления молодежи в условиях жизни, обусловленной большим количеством ограничений, противостояние «романтического героя» и «реального мира», к сожалению, оказался более привлекательным, чем продвигаемая официальной контрпропагандой стратегия противодействия.

Контекст. Как оказалось, контекст постмодернизма, в котором выбор идеи героизации для продвижения и пропаганды деструктивных течений в наше время, оказался наиболее приемлемым.

Кризис модернизации и завершение самого проекта постиндустриального, постсовременного, посткапиталистического, а позже и информационного общества привел к тому, что ведущую роль в «постиндустриальном обществе» приобрели сферы науки, образованием и информации.

Сегодня, очевидно, что производство, распределение и потребление информации и возможности развития общества определяет коммуникационная система и появление Интернета.

Информация определяет также сферу труда и экономики, становится стратегическим ресурсом функционирования государственных и политических структур, доминирующим фактором статусной принадлежности. Существенные изменения и в системе социальной дифференциации общества также происходят под влиянием и с учетом информации.

Классовая структура заменяется статусной иерархией, которая формируется уже не на основе профессии, а на основе уровня образования, уровня культуры и ценностных ориентаций.

Культурная идентичность становится основой системы социальной иерархии и группообразования.

Сама ось социального конфликта в обществе пролегает теперь не по линии обладания или не обладания собственностью, а по линии обладания – не обладания образованием и контролем за информационными потоками

Согласно теоретикам, сам по себе постмодернизм содержит в определении своей концепции кризисное мироощущение так называемого «распада мира». Для него характерно чувство тревоги: *«...в то же время постмодернизм видит в этом распаде шанс для появления нового, Нестабильность, неопределенность и многозначность развивающихся в обществе процессов рассматривается не как проявление патологии системы, а как признак и условие ее жизнеспособности. Разнообразие элементов в системе делает ее устойчивой к многовариантному будущему... Всеобщие, основывавшиеся на "универсальном" разуме, структуры модерна разлагаются, усиливается интеграция объединений более низкого уровня: доминирующей моделью идентичности становятся "размножающиеся" локальные идентичности. Общество фрагментируется, начинает походить на мозаику, образованную малыми группами.»*¹.

Кризис модерна, как универсального проекта это отказ от «евроцентризма» ведущий к разрушению традиционной культурной вертикали «центр – периферия», когда вне универсальных стандартов нет высокой универсальной культуры, когда в обществе пересматриваются представления о природе социальной реальности и переопределяются проблемы, доступные и значимые для научных исследований, утверждаются новые допустимые методы и набор стандартных решений.

Завершение проекта модернизации, когда отказ от всего рационального означает в, некотором смысле, ретрадиционализацию и архаизация некоторых обществ.

Исследователи современной философии, такие как Слава Жижек, Жак Дерида, Мишель Фуко, Юрген Хабермас, Жиль Делёз, Джорджо Агамбен, Жан-Франсуа Лиотар и другие говорят о «конце метанарративов»²: больших идеологических проектов:

- Теория Лютера
- Капитализм
- Марксизм
- Коммунизм и социализм
- Модернизация

¹ Судас Л. Образ общества в постмодернистской социологии, 2006, <http://www.chem.msu.su/rus/teaching/sociology/postmodern.html>

² Жан-Франсуа Лиотар: Состояние Постмодерна, 1998, <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3097>

- Либерализм
- Демократия
- Мультикультурализм

Прослеживается кризис всех идеологий и отказ от проектов изменения реальности, отказ от рационализма, отсутствие трансцендентального смысла и потеря больших систем:

- Истинно-ложно
- Добро-зло

Миру тем не менее, предлагаются:

- Теории Популизма
- Теория «Управляемого Хаоса» Стивена Манна (Завоевание, подчинение, аннексия, контроль за важными ресурсными центрами)
- Мультилатерализм (ЕС)

Мир рисуется как среда, в котором больше нет ни прошлого, ни будущего, в котором исчезли традиции и идеалы, «субъектно-объектные» отношения. Все без исключения идеологии, по мнению современных философов, становятся тоталитарными, догматическими и репрессивными...

Исчезновение идеологий, религий, больших объясняющих схем, самой философии, которая бы объяснить мир как это обозначают философы постструктурализма, приводят к тому, что «весь мир становится «виртуальной матрицей», в которой не мы управляем информацией, а информация управляет нами.

Социологи говорят о том, что обществу навязывается миф о борьбе цивилизаций.

В этих условиях поляризации общества на «Мы» и «Они» пафос и характер жестов пропаганды ИГ, героизация на фоне манипулирования и навязывания роли жертвы, открытый диалог с обществом через социальные сети, когда их заголовки предлагают «Закон Создателя вместо закона созданий!» кажутся вполне привлекательными для молодежи, чья жизнь в современном обществе часто лишена смысла и определенности и возможности для самореализации.

Исходя из многочисленных заявлений и текстов, очень часто изложенных в поэтической форме и архаической стилистики, продвигаемые в наши дни, чуть ли не в форме «репа и других форм молодежной субкультуры, молодежь заявляет, что «Джихад – это круто!», «джихад это для настоящих мужчин». Восхваляя образы мучеников в журналах и видео демонстрируются их портреты, имена и биографии в виде лиц с улыбкой доблести на лице. Их именуют «рыцарями, следующими кодексу чести» моджахеда. Молодые женщины, часто убегая из дома без ведома своих родителей, так называемые «невесты Джихада» готовы идти за ними и сами становятся «валькириями» деструктивных движений. Халифат, в своей пропаганде предлагает женщинам приключение и принадлежность к сообществу «сестер», романтику и духовное возвышение, важную роль в строительстве «идеальной утопии». Современный мир не в состоянии, к сожалению, предложить ей, что-то подобное. Пропаганда продвигает образ преданной «боевой-подруги» муджахиды-«рыцаря с «кодексом чести». Таким образом, поведенческие тенденции с использованием вербовки при помощи красивых заманчивых обещаний, как например, обещание стать женой воина с посылом к «женской энергии джихада» с точки зрения пиара, оказался достаточно эффективным инструментом.

А образы новообращенных «сестер», например, женщин, выросших на западных принципах свободы и демократии, но сделавших свой выбор в пользу джихада, широко эксплуатируемые пропагандой, к сожалению, оказались удачными ролевыми моделями и для наших наивных соотечественниц.

Различные пояснения по разным спорным вопросам, публикуемые в журналах, выпускаемых медиа группами боевиков, например, когда сексуальное насилие нормализуется не только как контекст войны, но и как основополагающая часть того государства, которое они строят, подкрепляется избирательно цитируемыми текстами средневековых исламских проповедников. Системность насилия в отношении женщины, таким образом, полностью оправдывается.

Достаточно сильно эксплуатируется тема братства и товарищества, публикуется много статей и материалов, поясняющих основные нормы поведения в братстве.

Очень много внимания уделяется теме мученичества и воспевание смерти, поздравлениям родственников и близких «умерших героев» с публикации их портретов, названием имен и подробными историями их жизни и борьбы на «пути в рай».

Особое место в пропаганде занимает и поэтическое творчество самих боевиков, которые публикуют большое количество стихов для поддержания боевого духа своих товарищей, интервью и истории успеха.

Таким образом, исследовании деструктивного контента и более внимательное изучение факторов, которые лежат в его основе, а также форм визуальной и текстовой подачи самой пропаганды, как мне кажется, позволит пересмотреть основные стратегии, связанные с профилактикой, предупреждением и противодействием насильственному экстремизму и радикализму, ведущему к терроризму.

ЛИТЕРАТУРА

1. Human Security Report 2005: War and Peace in the 21st Century, 2005
2. Абу бакр аль-Багдади, аль-Хусейни, аль-Курайши, «Выступайте в поход, легко ли вам будет или обременительно» Исток, 2 выпуск, Шавваль, 1435
3. Судас Л. Образ общества в постмодернистской социологии, 2006
4. <http://www.chem.msu.su/rus/teaching/sociology/postmodern.html>
5. ЖАН-ФРАНСУА ЛИЮТАР: СОСТОЯНИЕ ПОСТМОДЕРНА, 1998, <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3097>
6. Джоби Уоррика «Черные флаги. Ближний Восток на рубеже тысячелетий», Издательство АСТ, 2018
7. Olivier Roy "Le djihad et la mort", Edition du Seuil, 2016