

Научная статья

УДК 316.35; 297

doi: 10.17223/1998863X/65/18

РОССИЙСКИЕ САЛАФИТСКИЕ ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВА: ТЕКСТУАЛЬНЫЕ И ВИЗУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ДИСКУРСА И ТРАНСЛИРИУЕМЫЕ МЕДИАОБРАЗЫ

Алексей Андреевич Барышев¹, Виталий Викторович Кашпур²,
Сергей Иванович Чудинов^{3, 4, 5}

^{1, 2, 3} Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, Россия

⁴ Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики,
Новосибирск, Россия

⁵ Сибирский государственный университет геосистем и технологий,
Новосибирск, Россия

¹ barishevnp@mail.ru

² vitkashpur@mail.ru

³ personally@ngs.ru

Аннотация. Представлены результаты исследования текстуальных и визуальных аспектов идеологического дискурса группы салафитских онлайн-сообществ, принадлежащих к различным идеологическим направлениям. В исследовании проведен автоматический сбор постов и сопутствующих данных, осуществлена тематизация текстуального и визуального контента сообществ, определены наиболее популярные темы и основные линии визуально-семиотической презентации умеренного и радикального салафитского дискурса, воплощенные в ключевых медиаобразах. Показано, что вне зависимости от степени радикальности транслируемого в онлайн-сообществах дискурса у симпатизирующей салафитской идеологии онлайн-аудитории наибольший интерес вызывает нейтральная по эмоционально-смысловой тональности тематика религиозного и религиозно-этического характера.

Ключевые слова: исламизм, салафизм, салафитские онлайн-сообщества, медиаобразы, социальные сети, радикальный дискурс, экстремизм, визуальная презентация

Благодарности: исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31821 «Роль медиаобразов в радикализации социальных сетей в Интернете».

Для цитирования: Барышев А.А., Кашпур В.В., Чудинов С.И. Российские салафитские онлайн-сообщества: текстуальные и визуальные аспекты дискурса и транслируемые медиаобразы // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2022. № 65. С. 192–212. doi: 10.17223/1998863X/65/18

Original article

RUSSIAN SALAFI ONLINE COMMUNITIES: TEXTUAL AND VISUAL ASPECTS OF DISCOURSE AND BROADCAST MEDIA IMAGES

Aleksey A. Baryshev¹, Vitaliy V. Kashpur², Sergey I. Chudinov^{3, 4, 5}

^{1, 2, 3} National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation

⁴ Siberian State University of Telecommunications and Information Science, Novosibirsk, Russian Federation

⁵ Siberian State University of Geosystems and Technologies, Novosibirsk, Russian Federation

¹ barishevnp@mail.ru

² vitkashpur@mail.ru

³ personally@ngs.ru

Abstract. Despite the success in countering the online propaganda of terrorist organizations, such as ISIS, and a sharp decrease in the number of materials related to it in Russian social networks, Salafitization of the media space of Russian social networks remains at a high level. Many radical virtual communities that have retained their presence on social networks have managed to adapt to the strict rules of censorship and broadcast their ideological guidelines and communicative messages in a veiled form. An adequate assessment of current trends in the circulation of Salafi discourse online requires regular monitoring of social networks and the identification of new forms of representation of Salafi ideology. The article presents the results of a quantitative and qualitative analysis of the ideological discourse circulating in ten communities identified as Salafi in the VKontakte social network. The aim of the study is to thematize the textual content and media images that are produced and broadcast by the administrators of virtual communities, and to determine the reaction of the online audience to the published media materials. At the first stage of the study, a database of more than 2.5 thousand posts was created. These posts were retrieved with related statistical information using the API service of VKontakte. The posts were divided according to the relevance of the online audience (the main criterion is the number of likes) into three categories: low, medium, and high significance. A content analysis of posts of the three categories and a multimodal analysis of visual images (media images), the most popular and typical for the studied Salafi communities, were carried out. The main results of the study are as follows. It was found that, in the ratio of the segments of the various currents of Salafism (moderate, radical, and ultra-radical), a moderate form of Salafism plays a rather large role. Of the total number of subscribers of all communities, moderate Salafi groups cover 38% of the online audience. At the same time, regardless of the degree of radicalism of the broadcast discourse, the online audience sympathetic to the Salafi ideology is most interested in topics that are neutral in emotional tone and meaning. Posts with radical content do not rise above the segment of posts of low importance. The preferred type of images that accompany textual materials are neutral visual images, namely images (photographs) of nature. An analysis of the semantics of media images shows a shift in emphasis in the ideological discourse of Salafism from group mobilization to the intensification of individual religiosity.

Keywords: Islamism; Salafism; Salafi online communities; media images; social networks; radical discourse; extremism; visual representation

Acknowledgments: The study is supported by the Russian Foundation for Basic Research and the Expert Institute for Social Research, Project No. 21-011-31821.

For citation: Baryshev, A.A., Kashpur, V.V., Chudinov, S.I. (2022) Russian salafi online communities: textual and visual aspects of discourse and broadcast media images. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science.* 65. pp. 192–212. doi: 10.17223/1998863X/65/18

Введение

Проблема политического радикализма в России сохраняет свою актуальность, несмотря на серьезные усилия, предпринимаемые государственными органами в деле противодействия распространению информации экстремистского характера. Интернет-пространство и в особенности социальные сети и мессенджеры стали основным каналом коммуникации и мобилизации сторонников радикальных идеологий. В последние годы в отношении политических радикалов усилилось правовое давление со стороны государства. Активно блокируются сообщества в социальных сетях, в которых присутствуют экстремистские материалы: в 2019 г. Роскомнадзором было внесено в реестр запрещенных сайтов более 68 тыс. интернет-ресурсов (включая «зеркала» сайтов с информацией экстремистского характера) [1]; в 2020 г. противоправный контент был удален с 52 тыс. интернет-ресурсов и заблокирован доступ к 10 тыс. сайтов [2]. Данное обстоятельство мотивирует сторонников радикальных идеологий переходить к более осторожным и новым способам распространения своих идеологических установок. Одним из таких способов является активное использование медиаобразов, конструируемых различными семиотическими средствами, как лингвистическими, так и визуальными. Подобная форма презентации идеологических и политических установок, с одной стороны, осложняет идентификацию деструктивных и экстремистских материалов (и, соответственно, их своевременную блокировку), а с другой стороны, создает возможность «вирусного» распространения коммуникативных посланий целевой аудитории, поскольку медиаобразы могут более быстро транслироваться и циркулировать в социальных сетях.

Как показывает опыт многолетнего мониторинга крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте» Центра прикладного анализа больших данных, работающего на базе Национального исследовательского Томского государственного университета, с ужесточением государственной цензуры, введением практики немедленной (внесудебной) блокировки (по требованию Генеральной прокуратуры и Роскомнадзора) сообществ, пабликов и страниц, содержащих материалы, которые могут быть расценены как призывы к экстремистской деятельности или массовым беспорядкам, экстремистские и радикальные салафитские онлайн-сообщества значительно модифицировали стратегии презентации своего присутствия в Рунете [3]. В целом градус радикальности контента салафитских сообществ, функционирующих в российских социальных сетях, значительно снизился (за исключением «закрытых» коммуникационных каналов, работающих в Telegram). Те виртуальные сообщества, которые сохранили свое присутствие в социальных сетях, сумели адаптироваться к более строгим правилам, транслируя свои идеологические установки и коммуникативные послания в завуалированной форме. Соответственно, о степени радикальности и связи некоторых салафитских виртуальных групп с экстремистскими взглядами зачастую можно лишь догадываться по косвенным признакам – визуальным и лингвистическим маркерам, анализу контекста использования цитат из общепризнанных мусульманских текстов. Несмотря на успешность противодействия онлайн-пропаганде террористических организаций, таких как «Исламское государство» (экс-ИГИЛ, запрещенная на территории Российской Федерации терро-

ристическая организация), и резкое снижение количества ассоциированных с ними медиаматериалов в российских социальных сетях [4. С. 51], салафитизация медиапространства социальных сетей (в особенности крупнейшей российской сети «ВКонтакте») сохраняет свой высокий уровень. Поскольку ситуация в данной сфере динамично меняется, адекватная оценка текущих тенденций в циркуляции салафитского дискурса в онлайне требует регулярного мониторинга социальных сетей и экспликации новых средств, форм и тематического обрамления презентации салафитской идеологии.

Что касается степени исследовательского внимания, привлеченного к поднимаемой проблематике, следует отметить, что между отечественной и зарубежной (североамериканской и европейской) академической и экспертной литературой ощущается огромный разрыв. Контент-анализ салафитских и других радикальных идеологических течений, функционирующих в российских социальных сетях, – практически не открытая тематика для отечественной исследовательской литературы, не говоря уже о визуальных аспектах презентации радикальных форм идеологии и пропаганды. Имеющиеся в России ИТ-центры (такие как Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет (НЦПТИ) и Лига безопасного интернета), осуществляющие регулярный мониторинг Рунета на наличие противоправных материалов, нацелены на выявление материалов, связанных с экстремистской деятельностью, но не занимаются детальным контент-анализом и систематическим изучением идеологического дискурса более широкого круга различных радикальных течений, включая салафитские онлайн-сообщества. В свою очередь, множество зарубежных публикаций, посвященных исследованию визуальной презентации идеологического дискурса салафитских движений в Интернете, не затрагивает российские социальные сети и русскоязычный сегмент салафитских онлайн-сообществ, базирующихся на глобальных платформах социальных медиа (Facebook, Twitter и др.). Помимо этого, внимание большинства исследователей имеет довольно узкую направленность: оно нацелено на изучение материалов, произведенных медиаструктурами террористического движения «Исламское государство» и его региональными «подразделениями». Визуальные аспекты идеологического дискурса исследуются в рамках методологии мультимодального дискурсивного анализа [5, 6] или с помощью инструментов контент-анализа и тематизации визуальных образов [7–12], определения ведущих «визуальных фреймов» [13, 14] или «визуальных мотивов» [15]. Преимущественно текстуальные аспекты дискурса (нarrативы) «Исламского государства» рассматриваются в работах [16–20]. Некоторые публикации посвящены разработке семиотического подхода к исследованию медиаматериалов других джихадистских исламистских движений (включая визуальные образы и видеоролики) [21–23]. При этом следует особо подчеркнуть, что ни одно из перечисленных исследований не ставит задачу детального анализа контента и визуальных форм его представления на примере отдельных онлайн-сообществ салафитов, сформировавшихся в социальных сетях.

Настоящее исследование представляет результаты количественного и качественного анализа идеологического дискурса, циркулирующего в кластере выбранных онлайн-сообществ, которые транслируют салафитскую идеологию в социальной сети «ВКонтакте». Следует особо отметить, что авторы иссле-

дования не приравнивают понятия «салафизм» и «радикализм», но подразделяют салафизм и, соответственно, салафитский дискурс, транслируемый в социальных сетях, на умеренную форму, радикальные и ультрарадикальные течения (подробней об этом см. ниже). В поле нашего исследования с целью построения более объемной картины процессов развития салафитской идеологии и соотношения различных идеологических сегментов внутри онлайн-салафизма попали не только радикальные и ультрарадикальные сообщества, но также умеренные по своим идеологическим и политическим установкам виртуальные группы.

Список сообществ был составлен на основе предыдущего исследования, в котором было идентифицировано автоматизированным способом и отобрано после ручной экспертизы 39 сообществ [24. С. 135–136]. После проверки статуса сообществ к концу сентября 2021 г. в актуализированный список вошло только 10 сообществ, которые регулярно обновлялись и сохранили статус активных сообществ. Помимо этого, были отсеяны сообщества, которые бедны визуальными материалами.

Цель исследования можно сформулировать следующим образом: тематизация текстуального контента и медиаобразов, которые производятся и транслируются администраторами виртуальных сообществ, и определение реакции онлайн-аудитории на публикуемые медиаматериалы. Авторов исследования, прежде всего, интересовало, какие из тем и образов вызывают наибольший резонанс, а какие темы (в том числе ориентированные на провоцирование повышенного внимания и чувствительной реакции публики) превращаются в маргинальные.

Для достижения данной цели исследование было разбито на ряд задач и этапов: 1) определение наиболее значимых тем для целевой онлайн-аудитории виртуальных салафитских сообществ с помощью выявления самых популярных постов (и заключенных в них медиаобразов); 2) проведение контент-анализа материалов, циркулирующих в салафитских онлайн-сообществах, определение основных тематик дискурса, которые ранжируются по уровню привлекаемого внимания со стороны целевой онлайн-аудитории; 3) определение ведущих линий визуально-семиотической презентации транслируемого дискурса, ключевых медиаобразов и экспликация смысловых значений, коммуникативных посланий, которые стоят за данными образами.

Методы сбора и обработки данных

В представленном исследовании были собраны в автоматизированном режиме данные избранных десяти салафитских сообществ во ВКонтакте. Все сообщества представляют салафитскую идеологию в социальной сети, но неоднородны по своим идеологическим взглядам, поскольку ориентируются на различных салафитских идеологов, среди которых ведущее место занимают саудовские салафитские богословы. Сообщества отличаются тем, каких конкретных идеологов они воспринимают в качестве авторитетных источников исламских знаний и выражителей мнений по общественно-политическим проблемам; включают ли они в этот круг известных северокавказских салафитских пропагандистов, обвиняемых в поддержке экстремизма (Абдуллах Костекский, Абу Умар Саситлинский). Помимо этого, они отличаются степенью умеренности / радикальности проповедуемых религиозно-политических

взглядов. Наиболее крупное сообщество «Всадник», а также среднее по количеству участников сообщество «Ханифия» следуют умеренному салафизму в форме мадхализма (последователи саудовского богослова Рабиа ибн Хади аль-Мадхали, которым свойственна критика джихадизма и примиренческая позиция по отношению к действующей политической власти) [25. С. 102, 212]. Сообщество «Всадник» критикует Абдуль-Азиза ат-Тарифи, известного своей особой позицией по гражданской войне в Сирии (сочувственное отношение к вооруженным антиправительственным группировкам), а также открыто называет «хариджитскими» (сионим крайнего сектантства) террористические организации «Исламское государство» и «Хаят Тахрир аш-Шам» (обе упомянутые организации признаны террористическими и запрещены на территории Российской Федерации). Учитывая, что сообщества «Всадник» и «Ханифия» охватывают около 30% совокупной онлайн-аудитории рассматриваемых салафитских сообществ, следует заключить, что данная часть аудитории в основной своей массе тяготеет к более умеренной форме салафизма.

Предварительный контент-анализ содержания материалов, публикуемых в сообществах, позволил составить таблицу, в которой показано, к каким конкретным идеологам салафизма и идеологическим течениям примыкают данные сообщества, кого они воспринимают в качестве политического оппонента и соперника (включая внутренний круг салафитских сообществ). В таблице указаны имена конкретных идеологов, которые наиболее часто цитируются и упоминаются в каждом из сообществ, а также салафитские и несалафитские движения, организации и идеологические лидеры, по отношению к которым выказывается откровенно враждебное отношение (идентификатор *contra*). При этом в соответствующей колонке таблицы не указаны такие крупные конфессиональные сообщества, как шииты, суфии (последователи суфийских братств на Северном Кавказе), поскольку они представляют общего врага для всех рассматриваемых онлайн-сообществ. Отмечены лишь некоторые лидеры суфизма на Северном Кавказе, которые отдельно упоминаются в некоторых сообществах (Сайд Афанди Чиркейский – устаз накшбандийского и шазилийского тарикатов, самый влиятельный лидер суфийского ислама в Дагестане, уничтоженный в 2012 г. террористкой-смертницей [26]). Знаком вопроса в скобках в таблице обозначено предположительное отношение к тому или иному идейному течению или идеологу, которое определяется лишь по косвенным признакам. К примеру, часть онлайн-сообществ, для которых свойствен более радикальный и воинственный дискурс вкупе с некоторыми ссылками к компонентам дискурса или символике террористического движения «Исламское государство», оценивается в качестве предположительно симпатизирующих идеологии данной организации (идентификатор *pro*). Эта часть виртуальных сообществ была отнесена нами к категории ультрарадикального салафизма, который презентирует свои идеологические и политические взгляды в закамуфлированной форме. Остальной же сегмент сообществ, которые явно отвергают в качестве ложной идеологии мадхализма и / или транслируют в эксплицитной форме язык вражды в отношении последователей традиционного ислама (включая последователей традиционных богословских школ (ашаризм и матуридизм), суфийских братств, характерных для российского ислама), шиизма, других

конфессий и светского общества, можно оценивать как принадлежащий к течению радикального салафизма.

Общая характеристика идеологических ориентаций салафитских онлайн-сообществ

Наименование сообщества	Количество подписчиков (конец сентября 2021 г.)	Кого признают своим идеологом из современных (саудовских) салафитов	Что считают лжеучениями, кого признают лжеимирами, политическими врагами	Отношение к идеологам экстремизма кавказского происхождения Абдуллаху Костекскому, Абу Умару Саситлинскому	Отношение к «Исламскому государству» (ИГ) и другим террористическим движениям
Всадник	37 698	Шейх Усман аль-Хамис, шейх (Мухаммад ибн Салих) Ибн Усеймин, шейх Салих аль-Фаузан и др.	Абдуль-Азиз ат-Тарифи; шейх Сулейман аль-Ульван; лидер «Братьев-мусульман» (и экс-президент Египта) Мухаммад Мурси; президент Турции Р.Т. Эрдоган	Contra (Абдуллах Костекский)	Contra ИГ и Хаят Тахрир аш-Шам
At-Tauhid	32 008	Абу Усман Джази (салафитский русскоязычный проповедник, выступающий против мадхалитов)		Pro	
TAUHID_التوحيد	22 639	Шейх Абдуль Карим аль-Худейр (из репоста); Хани ибн АбдиЛлях аль-Джубейр (из репоста) – отдельные упоминания			Pro ИГ (?)
Черноокая..	19 555	Шейх Али Худейр			Pro ИГ (?)
Один Брат	10 032	Шейх Сулейман аль-Ульван, шейх Насир аль-Фаход, шейх Абдуль Азиз ат-Тарифи и др.	Мадхалиты (?)		
Ханифия	8 271	Шейх Усман аль-Хамис, шейх Мухаммад ибн Салих аль-Усеймин	Сайд Афанди Чиркейский	Contra	
ALQUDS	6 710	Шейх Халид аль-Фулейдж, Абдурахман Димашкия	Мадхалиты; «Братья-мусульмане» («ихваны»); Сайд Афанди Чиркейский		
Ибн Таймия и Ибн Къайим	4 972	Цитируются исключительно средневековые богословы шейх уль-ислам Ибн Таймия и его ученик Ибн Кайим (Къайим) аль-Джаузия			
ANTISHIR K التوحيد	3 885	Абдуль-Азиз ат-Тарифи, Сулейман аль-Ульван, шейх Халид аль-Фулейдж и др.	Мадхалиты	Pro Абдуллах Костекский; Абу Умар Саситлинский (?)	
BLOG STUDENTA	1 397	Шейх Салих аль-Фаузан, шейх Салих ибн аль-Усеймин, шейх Сулейман аль-Ульван и др.			

Для создания базы данных исследования был использован доступный в социальной сети «ВКонтакте» сервис API, который позволяет выгружать статистические данные сообществ и публикации в автоматическом режиме. Были выгружены публикации (а также комментарии к ним) сообществ из списка предварительно выбранных салафитских групп за период с 1 января по 31 сентября 2021 г. В базе данных посты всех сообществ были автоматически распределены в убывающем порядке по количеству лайков. В ней получили отражение следующие параметры каждого поста: текстуальное и визуальное (мемы в виде фотографий, изображений) содержание поста; количество лайков; количество комментариев; количество просмотров.

В качестве основного критерия популярности и востребованности поста (и медиаобраза, при его наличии в посте) был взят параметр «количество лайков». В построенном по рейтингу лайков списке постов сообществ изучаемого кластера (общее количество – 2 518) обнаружилось очень небольшое количество постов, которые набрали более 1 000 лайков, – всего два поста. Самое низкое значение (0 лайков) обнаружилось также только у двух постов. С целью структурирования данных по уровню их востребованности у онлайн-аудитории салафитских сообществ посты были ранжированы на несколько условных сегментов. 775 постов были отнесены к малозначительным по своему влиянию на целевую аудиторию, поскольку они имеют количество лайков ниже 50. Посты с количеством лайков от 50 до 199 были определены в качестве категории с условно низкой значимостью. К ним было отнесено 1 396 постов. Посты с количеством лайков от 200 до 399 были отнесены к следующему сегменту – условно средней значимости (290 постов). Посты с количеством лайков от 400 до самого востребованного поста (1 054 лайка) были отнесены к сегменту контента с условно высокой значимостью для онлайн-аудитории. Таких постов обнаружилось 57.

Далее был проведен контент-анализ постов трех первых сегментов по отдельности. Визуальные материалы, сопровождающие текстуальное содержание постов (картинки, фотографии, видеоролики) были рассмотрены как часть мультимодального текста [27, 28]. При этом основное внимание было сконцентрировано на тематизации транслируемых в виртуальных сообществах медиаобразов и ведущих линий визуализации салафитского дискурса.

Особенности текстуальной части дискурса, продуцируемого и транслируемого разнородными по своим идеологическим и политическим установкам салафитскими группами во ВКонтакте, заключаются в том, что вне зависимости от степени умеренности / радикальности дискурса основной массив постов подчинен принципу цитатности: текстовое содержание сводится целиком или почти целиком к цитатам из авторитетных источников для суннитского ислама (Коран; Сунна – суннитские сборники хадисов; сочинения общепризнанных средневековых богословов) либо же изречениям, взятым из сочинений салафитских идеологов, на которые ориентируется то или иное сообщество как на «своих» ученых и наставников. Крайне редки посты, где представлен текст, полностью составленный от имени администратора(ов) сообществ. Данный принцип вытекает, с одной стороны, из самой исламской традиции, ориентирующей рядовых верующих на приобретение религиозных знаний именно от авторитетных знатоков ислама (ученых), а с другой стороны, из удобности данной формы трансляции радикального салафитского дис-

курса в завуалированном виде, гарантирующем определенную защиту от возможной блокировки сообщества. При этом излишне говорить, что цитаты и изречения из источников приводятся в соответствии с определенной логикой презентации круга избранных тем, иногда сопровождаются краткими комментариями, помещающими цитаты в нужный для авторов контекст. Также текстуальные послания в большинстве случаев сопровождаются визуальной составляющей дискурса – фотографиями и графическими изображениями (мемами, а иногда и аудиовизуальным материалами – в форме видеороликов и аудиофайлов, как правило, содержащих проповеди салафитских идеологов). В проведенном исследовании сначала был осуществлен контент-анализ сегментов постов от высокого до низкого уровня значимости для аудитории салафитских онлайн-сообществ, а далее предпринят анализ средств визуализации выявленных тем, проведена экспликация ведущих мейдабразов, визуально репрезентирующих салафитский дискурс.

Самые популярные темы салафитских сообществ. Неофит Романович

Наиболее популярные посты, количество лайков по которым значительно отрывается от общей массы всех остальных постов (три первых поста в списке – 1 054, 1 018 и 873 лайков), связаны с темами взаимоотношения Бога и человека, наставления в имане, т.е. укреплении в вере (тема милости Аллаха и неблагодарности человека; связи отсутствия любви в жизни и слабости единобожия и веры), семейных нравов и правильного отношения жены к мужу в исламе. Следует подчеркнуть, что все перечисленные темы не имеют полемического характера, не репрезентируют специфическую салафитскую позицию в интерпретации ислама и не содержат негативной эмоционально-смысловой тональности.

Что касается других постов из десятка наиболее популярных, которые заострены полемически по своему коммуникационному посланию или носят негативную тональность, то прежде всего следует обратить внимание на чувствительность онлайн-аудитории к теме судьбы европейских художников, публикавших провокационные карикатуры на пророка Мухаммада. Заголовок поста о гибели в ДТП шведского художника-карикатуриста Ларса Вилкса, который оказался в центре карикатурного скандала в 2007 г., стал одним из наиболее значимых постов для подписчиков сообщества «Один Брат» (735 лайков). При этом в посте явно выражено крайне негативное отношение к личности художника и моральное удовлетворение в связи с его трагической кончиной (пост озаглавлен «Благая весть!», а в его заключительной части приводятся слова: «Да вкусят радость сердца верующих от этой новости!»).

Среди наиболее значимых для салафитской и симпатизирующей ей онлайн-аудитории следует выделить пост о личности молодого российского актера Сергея Романовича, известного по участию в нескольких популярных сериалах. Данный пост значительно уступает по количеству лайков самым популярным постам (612), но все же входит в десять самых резонансных. Данный пост важен тем, что оказывает моральную поддержку неофиту и проповедыванию им в ряде публичных выступлений салафитской доктрины по вопросу об интерпретации атрибутов Аллаха. Пост содержит фотографию российского артиста-неофита в традиционных арабских одеждах и с искусств-

ственno отращенной бородой, сопровождаемую подробным текстовым комментарием, в котором внимание заострено на предмете богословского спора между салафитами и их оппонентами, именующимися «хабашитами» (имеются в виду последователи суфийского богослова и противника салафитского толка ислама из Эфиопии Абдуллаха ибн Мухаммада аль-Харари аль-Хабаши, который проповедовал метафорическое толкование атрибутов Аллаха, близкое традиционной школе ашаритов). Приводится несколько хадисов о «пальцах Аллаха» (в них говорится, в частности, о том, что Аллах будет «держать небеса на пальце» в день всеобщего воскресения (в метаисторический период) или о том, что сердца людей «находятся между двумя пальцами» Бога и он направляет эти сердца по своему соизволению). В комментарии к хадисам объясняется, что все подобные выражения следует понимать не в смысле метафор, а буквально, хотя при этом и оговаривается, что данный атрибут Бога нельзя уподоблять атрибутам творений. Заканчивается пост вызовом в адрес оппонентов и критиков как самого Романовича, так и отстаиваемой им доктрины, в котором утверждается, что салафитская позиция соответствует точке зрения имама Ахмада ибн аль-Ханбала (создателя одной из религиозно-правовых школ (мазхаб) суннизма), и тот, кто обвиняет «в неверии и ваххабизме» Романовича, по сути, обвиняет в том же имама Ахмада.

Контент-анализ постов условно высокой значимости для целевой онлайн-аудитории

Среди постов высокой значимости не менее 56% посвящены тематике с положительной эмоционально-смысловой тональностью: наставление в имане, тема безграничной милости Аллаха (несколько постов говорят именно об этом качестве Творца, не затрагивая другие атрибуты), важность поста и молитвы, истинная вера и праведность, праведное отношение к другим людям и родителям, призыв к защите чести мусульманских ученых и распространению исходящих от них «добра» и др. Один пост посвящен теме воскресения человека перед Судом.

Подавляющую часть остальных постов можно охарактеризовать как имеющую негативную тональность, но при этом выражающую лишь слабую степень радикальности идержанную критику в отношении нравов и устоев современного мусульманского общества (несалафитов). Только два поста связаны с внешним врагом. Первый из них посвящен осуждению и предостережению израильтян «наказанием» от Аллаха словами из самого Корана, которые приводятся из частично сожженной книги в результате «нападения» «на мечеть Аль-Акса» (этот пост следует понимать в контексте обострения политической ситуации в Палестине с мая 2021 г.). Второй значимый пост с большим количеством лайков содержит информацию о случайной гибели одного из создателей карикатур на пророка Мухаммада с комментарием, свидетельствующим о восприятии этого события как кары со стороны высших сил. Критика социального окружения салафитов в текстовой части преимущественно облачена, как и в остальных постах, в форму цитирования специально подобранных хадисов, цитирований средневековых суннитских богословов и современных салафитских саудовских шейхов. В данном сегменте постов можно обнаружить следующие темы: оставление молитвы как признак открытого неверия, запрет на музыку и пение; тема проявления неверия

(куфра) в виде шутки; критика нравов мусульманского общества, его духовой деградации; осуждение нововведений (бода) в виде использования мусульманами четок, амулетов, рецидивов языческих верований (поклонение священным камням и пр.); осуждение калама, который также именуется «философией» (традиция рационалистического богословия, связанного с ашаритской школой в суннизме [29]). Среди сообществ по количеству вос требованных постов доминируют сообщества «Всадник» и «Один Брат».

Контент-анализ постов условно средней значимости для целевой онлайн-аудитории

В данном сегменте обнаруживается более 60% постов с положительной то нальностью. При этом почти четверть данного сегмента связана с презентацией нормативного образца мусульманской личности, конкретизированной в виде нескольких образов – образцовых личностей раннемусульманской общины, сподвижников пророка Мухаммада (приводятся выбранные хадисы); нормативного идеала воина, частично пересекающегося с первым образом; идеала мусульманской женщины (включая примеры «жен саляфов»); искренне верующих людей из современного общества (к примеру, пост с видеосюжетом о сирийском подростке-беженце, живущим подаянием и постоянно молящимся). Также в данную рубрику попадает описание общих качеств нормативной личности мусульманина, не привязанных к конкретным примерам их воплощения. Из остальной наиболее значимой тематики данного сегмента следует выделить наставления в имане, правильное религиозное отношение к Богу, приобретение и укрепление праведных качеств (одна из ведущих тематик); правила соблюдения поста и молитвы (акцент в постах поставлен на правильности внутреннего отношения к культовым действиям), духовное значение священного месяца рамадана; мусульманские семейные нравы, этика взаимоотношений мужчины и женщины и др.

В данном сегменте только 17% постов можно идентифицировать как несущие негативную эмоционально-смысловую тональность. Среди подобных тем наиболее часто встречаются падение нравов и духовная деградация мусульман (включая посты с серией цитируемых хадисов с пророчествами о будущем упадке нравов мусульман), порицание музыки и песен, тема куфра (неверия) и ширка (нарушения чистоты единобожия).

Вопрос о молитве и ее оставлении в имплицитном контексте обсуждения темы такфира вызывает явный отклик у салафитской онлайн-аудитории. Однако в трансляции позиции по этому вопросу обнаруживается явное противоречие: две разные позиции получают практически одинаковое признание и встречаются в постах одного и того же сообщества («Всадник»). Одна позиция умеренная и не приводит к признанию того, кто не совершает молитву (намаз), к его выведению из ислама, тогда как вторая позиция прямо утверждает, что «оставивший молитву – кафир». Это свидетельствует не только о неоднородности онлайн-аудитории по религиозным убеждениям, но также о возможном желании администратора(ов) сообщества охватить максимальное количество подписчиков, реагируя на запросы аудитории с различными убеждениями.

В массе постов условно средней значимости практически невозможно найти точное указание на врагов салафитского сообщества. Образ врага раз-

мыт и определен в самых общих чертах: в постах содержатся призывы сторо ниться грешников и общества в целом (подразумевается социальное окружение, которое в той или иной степени погружено в мирские заботы и придает забвению религиозные нормы), критикуются нововведения, искажения в религии (бода) и «нововведенцы» (что представляет собой максимально широкую категорию, обозначающую внутреннего противника салафитов). Последователи суфийского ислама лишь осторожно критикуются в нескольких постах, но напрямую не соотносятся с искажением чистоты веры (ширком) и выходом из ислама. К примеру, в одном из редких постов можно встретить цитируемый хадис о недопустимости мольбы к кому-либо, кроме Аллаха, и в комментарии к нему упоминаются мушрики (многобожники). Это означает косвенное приравнивание последователей суфизма к кафирам, однако пост лишь выстраивает подобную логическую цепочку, оставляя читателю самому прийти к итоговому выводу (конкретно последователи суфизма в посте не упоминаются). Более четко представлен образ внешнего врага: в трех постах «Запад», иудеи и христиане явно обозначаются в качестве врагов ислама (в одном из постов христиане напрямую именуются кафирами).

В подборке постов с условно средней значимостью для целевой аудитории встречается только три поста о джихаде (наиболее значимом для дискурса салафитов-джихадистов и милитаризированных движений исламизма), однако смысловой контекст, в котором данное понятие фигурирует, демонстрирует умеренность транслируемой идеологической позиции: в двух из трех случаев упоминание джихада ставит это предписание в позицию, значительно снижающую его религиозное значение по сравнению с праведным поведением в повседневной жизни. В посте сообщества «Всадник» провозглашается норма, согласно которой «повинование мужу приравнивается к Джихаду на пути Аллаха» (325 лайков). А в посте сообщества At-Tauhid, отличающегося радикальным салафитским дискурсом, востребованным аудиторией стал пост о праведном образе поведения, который согласно цитируемому хадису является «тем, что лучше джихада на пути Аллаха» (338 лайков). Единственный пост, где джихад упоминается в контексте вооруженного противостояния с внешним врагом (сообщество «Всадник») показывает, что именно случай оккупированной Палестины наиболее способен гальванизировать политические настроения салафитских онлайн-сообществ. В этом посте, приуроченном к обострению военно-политической обстановке в Секторе Газа, комбинируется цитата салафитского шейха Салиха аль-Люхайдана о «потере» мусульманами Аль-Аксы из-за того, что они «погубили свою религию», с хадисом, в котором излагается пророчество Мухаммада о том, что мусульмане будут унижены в силу нарушения ряда предписаний ислама, включая запрет на ростовщичество и «оставление» джихада на пути Аллаха.

Контент-анализ постов условно низкого уровня значимости для целевой онлайн-аудитории

Общая оценка контента сегмента салафитских онлайн-сообществ с условно низкой востребованностью свидетельствует о том, что подавляющая часть постов имеет положительную или нейтральную эмоционально-смысловую тональность. Однако в медиаматериалах, содержащих негативную тональность (около 4%) значительно повышен градус радикальности.

В них более интенсивно обсуждаются вопросы куфра и такфира, тагута (тиранической власти, под которой могут подразумеваться светские политические режимы), проявляется открытая вражда к шиитам (которые в большинстве случаев именуются пейоративным термином «рафидиты»), рядовым последователям и лидерам кавказского суфизма (встречаются посты, где последователи суфизма уже напрямую приравниваются к кафиром), пропагандируется враждебное отношение к довольно широкой и слабо определенной категории «нововведенцев», порицается уподобление мусульман обычаям последователей других религий – иудеев и христиан.

Анализ сегмента постов с низким уровнем значения для онлайн-аудитории приводит к заключению, что несмотря на то, что предлагаемый контент одних и тех же относительно крупных салафитских сообществ неоднороден и включает в себя различны слои (от умеренного контента до радикального, содержащего элементы языка вражды), основные запросы онлайн-аудитории коррелируют с более умеренным контентом. Обнаруживается ситуация, когда более радикальные послания, опубликованные на стене одного и того же сообщества, чьи умеренные посты в массовом порядке имеют высокий и средний уровень востребованности, попадают на нижние строчки перечня постов низкого уровня значимости. К примеру, пост в сообществе «Один Брат», который «нововведение мурджиизма» (в широком смысле к ним относят противников позиции, согласно которой религиозной обязанностью мусульман является обязанность выносить такфир (отлучать от ислама) единоверцам, которые не соответствуют строгим критериям соблюдения религиозного закона) оценивает как более порочное и несущее «наиболее крайнюю степень опасности», чем «нововведение хариджизма», набрал только 54 лайка, едва войдя в список постов низкой значимости. Правда, в сообществе At-Tauhid обнаруживается аналогичный по содержанию «антимурджиитский» пост с большим количеством лайков (108), но данный показатель не выводит пост на рамки того же сегмента низкой значимости. А если учитывать значительное различие в охвате онлайн-аудитории у двух сообществ (10 тыс. подписчиков против 32 тыс. подписчиков), то относительное преимущество в популярности второго поста может быть нивелировано.

Проведенный контент-анализ постов салафитских виртуальных сообществ позволил нам тематизировать наиболее чувствительные вопросы для подписчиков и онлайн-аудитории сообществ. Однако при этом мы рассматривали преимущественно текстуальное содержание постов.

Визуальные аспекты салафитского дискурса и транслируемые медиаобразы

Текстуальная часть постов салафитских сетевых онлайн-сообществ во ВКонтакте сопровождается визуально-семиотической презентацией транслируемого дискурса, которая неравномерно представлена в различных сообществах. Имеются сообщества, в которых она довольно бедна, и акцент в коммуникации с аудиторией поставлен именно на текстуально-лингвистическую форму выражения идеологических позиций и коммуникативных посланий. К такого рода сообществам относится «Ибн Таймия и Ибн Къайим», в котором визуальные материалы и медиаобразы крайне скучны, а основная часть постов сопровождается одним и тем же «универсальным» мемом, сим-

влически связывающим изучение представленных материалов с процессом приобретения религиозных знаний (перо, чернильница и перьевая ручка, расположенные симметрично справа и слева от центральной надписи на арабском «шейх уль-ислам ибн Теймийя и имам ибн Кайим аль-Джаузия»). Остальные сообщества содержат визуальные материалы и медиаобразы различного содержания, которые можно подразделить на две доминирующие тематические линии: 1) презентация радикально-салафитского дискурса в завуалированной визуально-семиотической форме, в виде нейтральных по отношению к политической и социальной тематике визуальных образов; 2) более открытая трансляция салафитской доктрины и бескомпромиссных негативных оценок в отношении врага (течений ислама, которые признаются «заблудшими»; религиозных и политических лидеров, официального руководства исламских общин, которые воспринимаются как идеальные и социально-политические противники) в форме широкого спектра медиаобразов, имеющих отношение к социально-религиозной и отчасти политической тематики. К сообществам второго типа можно отнести ANTISHIRK | التوحيد, «Ханифию», BLOG | STUDENTA.

Ярким примером сообщества, в котором безусловно доминирует вторая тематическая линия, выступает ANTISHIRK | التوحيد. Образ социально-политического врага здесь довольно четко представлен визуально-семиотическими средствами и привязан к двум широким сообществам: шиитскому исламу (в постах сообщества шииты именуются «шиитскими мушриками»); северокавказскому суфийскому и официальному исламу, к которому примыкают противники радикальных салафитов. Отношение к первому сообществу выражается в форме карикатурно искаженных или комических образов рядовых представителей шиизма или же аутентичных документально-фотографических образов, помещаемых в уничижительно-саркастический лингвистический контекст (высмеиваются шиитские ритуалы самоистязаний, омовения ног и пр.). Среди последователей северокавказского суфизма основной мишенью выступают лидеры официальных организаций, имамы и проповедники, критикующие салафизм. Враждебное отношение визуально передается через перечеркивание красными линиями аутентичных фотографий в сочетании с лингвистическим слоем послания, где, как правило, критикуется суфизм за «нововведения» в религии и «многобожие». В одном из постов содержится видеосюжет, в котором адепт суфийского братства повествует о своем чудесном спасении благодаря незримой помощи от шейха Кунта-Хаджи (Кишиева) (наиболее почитаемый в современной Чеченской Республике шейх кадирийского тариката), который сопровождается кораническими цитатами, предостерегающими против «взвывания к кому-либо помимо Аллаха». Другая часть визуальных материалов в значительной степени также связанная с критикой суфизма, содержит фотографии и видеопроповеди известных салафитских шейхов. Подобная визуализация враждебного отношения к идеальным и социально-политическим противникам встречается также в сообществах «Всадник» и «Ханифия», которые имеют тесные сетевые связи друг с другом и едины в своей критике дагестанского суфизма (включая известную личность Саида Афанди Чиркейского) и отличаются особым вниманием к политическому режиму Турции в лице «секуляриста» Р.Т. Эрдогана (содержат несколько постов против современной секулярности

ной Турции и обличения нравов участников военного похода египетского хедива Мухаммеда Али-паши (под эгидой Османов) против Первого Саудовского государства в начале XIX в.).

Следует также отметить, что в сообществе «Один Брат» в постах с социально-политическим контекстом акцент сделан не на образах противников, а на лицах своих идеологов: саудовских шейхов, часть из которых пребывает в тюремном заключении в своей же стране (серия постов с выражением моральной поддержки шейху Сулейману аль-Ульвану и шейху Насиру аль-Фахду). Этот сегмент медиаобразов можно обозначить как *репрезентирующий «свое сообщество»*.

Если же рассматривать сообщества первой из выделенных выше категорий (акцент на нейтральные визуальные образы), здесь можно привести обобщающую характеристику основного массива опубликованных материалов с выделением ключевых дискурсивных линий, которые структурируют семантическое поле постов и расставляют важные смысловые акценты в транслируемом мировосприятии.

К основным смысловым линиям дискурса в рассматриваемых онлайн-сообществах следует отнести явно просматриваемые интенции по визуально-семиотическому выражению чувства экзистенциального одиночества и стимулированию интенсификации личной религиозности (ориентация на прямую духовную коммуникацию с Богом-Творцом вне каких-либо посредующих инстанций, будь то другая личность либо группа единоверцев).

Визуальными средствами создается образ одиночества, изолированности от социального окружения последователя салафизма. Лингвистически это состояние передается через термин «чуждый», который встречается в ряде хадисов, повествующих о «чуждости ислама». К примеру, в сообществе «Черноокая» в посте с нейтральным по смысловому значению визуальным фоном (на белом фоне – черные чернильница и перо) размещены слова «Чистый ислам вновь стал чуждым и странным в глазах людей, так пусть же каждый попытается спасти свою шею от огня». При этом значение социума затушевывается, не обосновывается и не репрезентируется ни лингвистическими, ни визуальными средствами идеал «спасшейся общины» – узкой тесно сплоченной группы последователей «истинного ислама», характерный для прозелитического и мобилизационного дискурса организованных салафитских движений. В визуальных медиаобразах, ассоциированных с темой «чуждости», нет противостояния группы истинноверующих «заблудшему» и «кафирскому» социальному окружению, поскольку это противостояние преимущественно изображается в качестве индивидуальной борьбы. С данной визуально-дискурсивной линией сопряжена включенная в нее тема тяжелой судьбы, наполненности жизни истинноверующего тяготами и испытаниями (показателен в этом смысле лозунг сообщества «Черноокая» – «этот путь не осыпан цветами»).

Вторая смысловая линия дискурса, проявляемого визуально-семиотическими средствами, очень тесно ассоциирована с первой – это образы природных явлений, пейзажей, природных ландшафтов, призванные выразить величие, бесконечное могущество, вседесущность Бога-Творца и вызвать чувство онтологического умаления человека перед Божественной волей, страх и бо́боязненность перед всесокрушающим Божиим гневом. Наиболее часто

употребляемыми образами в этом контексте выступают опасные и катастрофичные природные явления – молнии на фоне мрачного неба, тайфуны, гигантские клубы дыма в результате пожара или взрыва и пр.

В выборе конкретных медиаобразов прослеживается желание придать репрезентируемому дискурсу максимально приемлемое для цензурируемой инфосфере социальной сети визуальную форму, отсюда большая часть изображений – это образы (фотографии) природы. Если рассматривать план выражения, то в транслируемых фотографических образах природы очень часто используется прием сходящихся линий. В данном случае он не нацелен на привлечение внимания к какому-либо конкретному объекту, а наполняет пространство и как бы устремляет перспективу в бесконечность. Значительная часть изображений вызывает ощущение бескрайности, безбрежности созданной Творцом природы и Вселенной, что свидетельствует о величии Бога и Его всемогуществе. В большинстве случаев фотографии-пейзажи не включают в себя фигуры или изображения людей: представлено либо изображение первозданной природы без следов присутствия человека, либо присутствие человека лишь намечено в природном пространстве и поглощено природным окружением – это одинокие сельские (или дачные) дома, включая дома с дизайном, максимально вписывающим их в природное окружение (дом, покрытый декорацией в виде живых растений и пр.), гужевая дорога, светильники и фонари. Редко встречающиеся на фотографиях посты объекты цивилизации (как правило, подчиненные в композиции природному ландшафту) символически указывают на экзистенциальное одиночество человека, олицетворяют личную веру через образ одинокого источника света (отдельные лампочки, фонари, светильники, светящие в темное время суток или погруженные в полумрак). Даже в тех постах, где представлены места коллективного поклонения (мечети), в композиции крайне редко присутствуют коллективно молящиеся мусульмане, а сами культовые здания выглядят пустынно либо видны молящиеся в одиночестве фигуры. Что касается лингвистической семиотической составляющей, то данный тип визуального образа обычно ассоциируется с темами наставлений по укреплению веры, порицанием различных грехов и пагубных в духовном смысле побуждений.

Если образ человека вводится в природный пейзаж или же природно-цивилизационную среду, то он неизменно представлен одинокой фигурой. Наиболее показательными в данном случае выступают посты сообщества At-Tauhid, которое транслирует радикальную версию салафизма (противостоит мадхалитскому салафизму и, судя по видеоматериалам сообщества, ориентируется на идеологов экстремизма северокавказского происхождения, таких как Абдуллах Костекский и Абу Умар Саситлинский). Среди визуальных образов наиболее часто используется образ одинокого человека, либо представленного на фоне природного пейзажа, либо в виде одиноко молящейся фигуры, неизменно представленной со спины. В медиаобразах явно заметно (хоть и непоследовательное) воплощение принципа избегания человеческих изображений с лицом (в ряде постов, посвященных узам дружбы, этот принцип явно нарушается).

Следует отметить, что и другие онлайн-сообщества, которые по некоторым косвенным признакам могут быть отнесены к более радикальным по разделяемым идеологическим и политическим установкам (включая предпо-

ложительно сочувствующих исламистским террористическим организациям («Исламское государство»), слабо выделяются из общей массы остальных виртуальных салафитских сообществ.

Одним из знаков, идентифицирующих сторонников наиболее радикальной (ультрарадикальной) формы салафизма, стала «печать Пророка» (круг, в котором в виде трех строк располагаются арабские слова «Аллах», «расуль», «Мухаммад», что указывает на символ веры ислама, в котором утверждается, что Мухаммад является посланником единого Бога-Творца), которая копирует и приватизирует общемусульманский символ (реальную историческую печать пророка Мухаммада) и помещает его в контекст экстремистской идеологии. Как известно, террористическое движение «Исламское государство» сделало его частью своего официального флага, в центре которого размещен вышеописанный символ «печать Пророка». По очевидным причинам те сообщества, которые симпатизируют идеологии «Исламского государства», избегают прямого заимствования символики и атрибутики данной организации, но вместо этого могут транслировать его символы, представленные в модифицированном виде, или заимствовать отдельные графические элементы и помещать их в новую композицию. Так, в сообществе TAUHID_на аватаре представлена сложная композиция, сочетающая природный ландшафт с геометрическими объектами, где в центре размещен символ «печать Пророка». Предположительно, данный символ выступает визуальным маркером, свидетельствующим о симпатизировании идеологии «Исламского государства» со стороны данного сообщества. Однако контент-анализ постов сообщества за рассматриваемый период показал, что для него характерно повышение градуса радикальности транслируемого дискурса только лишь в отдельных постах (где провозглашается более агрессивный императив в отношении «нововведенцев» или такфир именуется «одной из великих Основ Религии»). При этом визуально-семиотическая форма презентации и транслируемые медиаобразы носят максимально завуалированный характер: данное сообщество относится разряду тех, в которых доминируют нейтральные образы природы и бытовые «зарисовки» (образы объектов повседневности).

Заключение

Результаты исследования лингвотекстуальных и визуально-семиотических составляющих контента кластера избранных салафитских онлайн-сообществ в социальной сети «ВКонтакте» демонстрируют несколько характерных особенностей транслируемого дискурса и его восприятия со стороны целевой онлайн-аудитории.

Прежде всего следует отметить, что в соотношении сегментов различных течений салафизма – умеренного, радикального и ультрарадикального – довольно большую роль играет умеренная форма салафизма. Из совокупного количества подписчиков всех сообществ умеренные салафитские группы охватывают 38% онлайн-аудитории. Далее нужно сказать, что вне зависимости от степени радикальности транслируемого дискурса у симпатизирующей салафитской идеологии онлайн-аудитории наибольший интерес вызывает нейтральная по эмоционально-смысловой тональности тематика, которая имеет отношение к религиозным и религиозно-нравственным вопросам, таким как наставления по укреплению веры, этика семейной жизни и отношений между

мужчиной и женщиной и пр. Посты, которые содержат более радикальные элементы салафитского дискурса или инспирируют враждебное отношение к конкретным этносоциальным и конфессиональным сообществам, политическим оппонентам, которые оцениваются в качестве врагов (шииты, последователи суфийских братств и пр.), набирают количество лайков, не превышающее установленный порог постов условно низкого значения для онлайн-аудитории.

Транслируемые в виртуальных салафитских сообществах медиаобразы, сопровождающие лингвотекстуальную часть постов, можно подразделить на два типа: содержащие социально-политическую семантику и нейтральные образы (как правило, природные явления и пейзажи), которые призваны частично визуализировать транслируемый салафитский дискурс в максимально нейтральной визуально-семиотической форме. При этом подавляющая часть сообществ, включая отличающиеся радикальными позициями в транслируемых богословских и идеологических оценках явлений религиозной и социальной жизни мусульман, светского социума и последователей других конфессий, активно использует данный прием, который помогает им сохранять относительно длительное существование в медиапространстве социальной сети и избегать блокировки со стороны государственных надзорных органов. При этом анализ семантики медиаобразов, которые продуцируются и транслируются в салафитских онлайн-сообществах в социальной сети «ВКонтакте», свидетельствует о смещении акцентов в идеологическом дискурсе салафизма от групповой мобилизации к интенсификации индивидуальной религиозности, призыву к индивидуальному подвижничеству на трудном пути «чистого ислама», «отчуждению» от окружающей социальной среды. Регулярный мониторинг развития социально-виртуальной среды салафитских онлайн-сообществ в российских социальных сетях и качественный анализ, включающий герменевтику транслируемых визуальных образов и текстуально-визуальных материалов, могут оцениваться в качестве перспективного направления исследований современного, активно цифровизирующегося религиозно-политического радикализма и экстремизма.

Список источников

1. Роскомнадзор. Публичный доклад Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. 2019. URL: https://rkn.gov.ru/docs/docP_2866.pdf
2. D-Russia. Генпрокуратура: в 2020 году было заблокировано 10 тыс сайтов с призывами к экстремизму. 18.03.2021. URL: <https://d-russia.ru/genprokuratura-v-2020-godu-bylo-zablokirovano-10-tys-sajtov-s-prizyvami-k-jekstremizmu.html>
3. Myagkov M., Shchekotin E.V., Chudinov S.I., Goiko V.L. A comparative analysis of right-wing radical and Islamist communities' strategies for survival in social networks (evidence from the Russian social network VKontakte) // Media, War & Conflict. 2020. № 13 (4). doi.org/10.1177/1750635219846028
4. Волощук А.В. Противоправный контент в русскоязычном сегменте сети Интернет: динамика изменений за период с 2015 по 2020 гг. // ОБЗОР.НЦПТИ. 2020. № 4 (23). С. 42–53.
5. O'Halloran K.L., Tan S., Wignell P., Lange R. Multimodal recontextualisations of images in violent extremist discourse // Advancing multimodal and critical discourse studies : Interdisciplinary research inspired by Theo Van Leeuwen's social semiotics / eds. S. Zhao, E. Djondov, A. Björkvall, M. Boeriis. New York : Routledge, 2017. P. 181–202.
6. Wignell P., Tan S., O'Halloran K.L., Lange R. A mixed methods empirical examination of changes in emphasis and style in the extremist magazines Dabiq and Rumiyah // Perspectives on terrorism. 2017. Vol. 11 (2). P. 2–20. URL: <https://espace.curtin.edu.au/handle/20.500.11937/53919>

7. Winter Ch. Documenting the virtual ‘caliphate’. Quilliam, 2015. 50 p.
8. Winter Ch. The virtual ‘caliphate’: Understanding Islamic state’s propaganda strategy. Quilliam, 2015. 51 p.
9. Zelin A.Y. Picture or it didn’t happen: A snapshot of Islamic state’s official media output // Perspectives on terrorism. 2015. Vol. 9 (4). P. 85–97.
10. Cohen K., Kaati L. Digital jihad. Propaganda from the Islamic state. FOI report no. FOI-R-4645--SE, 2018. 2018. P. 53–66. URL: <https://www.foi.se/rest-api/report/FOI-R-4645--SE>
11. Winkler C., El Damanhoury K., Dicker A., Lemieux A.F. Images of death and dying in ISIS media: A comparison of English and Arabic print publications // Media, war & conflict. 2019. Vol. 12 (3). P. 248–262. doi.org/10.1177/1750635217746200
12. Tarín Sanz A., Rivas Otero J.M., Pérez A.O. Populism and hegemony in Islamic state: The building of the caliphal state in the propagandistic Dabiq magazine // Communication & Society. 2018. Vol. 31 (2). P. 155–175. doi.org/10.15581/003.31.2.155-174
13. NATO strategic communications centre of excellence. Daesh information campaign and its influence: Results of the study. January 2016. URL: https://www.difesa.it/SMD_CASD/IM/IASD/65sessioneordinaria/Documents/DaeshInformationCampaignanditsInfluence.pdf
14. El Damanhoury K. Understanding ISIS’s provincial propaganda: A visual framing analysis of Wilayat Sinai’s imagery in 2016 // Journal of Middle East media. 2017. Vol. 13. P. 1–40.
15. Matusitz J., Olufowote J. Visual motifs in Islamist terrorism: Applying conceptual metaphor theory // Journal of Applied Security Research. 2016. Vol. 11 (1). P. 18–32. doi.org/10.1080/19361610.2016.1104276
16. Fisher A. Swarmcast: How jihadist networks maintain a persistent online presence // Perspectives on Terrorism. 2015. Vol. 9 (3). P. 3–20.
17. Liang Ch. Cyber jihad: Understanding and countering Islamic state propaganda. Geneva centre for security policy (GCSP) policy paper 2015/2. 2015. URL: <http://www.gcsp.ch/News-Knowledge/Publications/Cyber-Jihad-Understanding-and-Countering-Islamic-State-Propaganda>
18. Schmid A.P. Challenging the narrative of the ‘Islamic state’. ICCT Research Paper. June 2015. URL: <http://icct.nl/publication/challenging-the-narrative-of-the-islamic-state/>
19. Ingram H.J. An analysis of Islamic state’s Dabiq magazine // Australian Journal of Political Science. 2016. Vol. 51 (3). P. 458–477. doi.org/10.1080/10361146.2016.1174188
20. Barton G. Understanding key themes in the ISIS narrative: An examination of Dabiq magazine // Contesting the Theological Foundations of Islamism and Violent Extremism / eds. F. Mansouri, Z. Keskin. Palgrave Macmillan, 2019. P. 139–162.
21. O’Shaughnessy N.J., Baines P.R. Selling terror: The symbolization and positioning of jihad // Marketing Theory. 2009. Vol. 9 (2). P. 227–241.
22. Leone M. Propaganda mala fide: Towards a comparative semiotics of violent religious persuasion // Semiotica. 2015. Vol. 207. P. 631–656. doi.org/10.1515/sem-2015-0057
23. Leone M. The semiotics of violent jihadist propaganda: The message and the channel // F3 Magazine. 2015. Vol. 11. P. 29–33. <http://f3magazine.unicri.it/?cat=263>
24. Каипур В.В., Барышев А.А., Чудинов С.И. Репрезентация радикальных сообществ в российских социальных медиа: специфика контента и индекс активности // Вестник Томского государственного университета. 2021. № 467. С. 133–143. doi.org/10.17223/15617793/467/17
25. Lacroix S. Awakening Islam. The politics of religious dissent in contemporary Saudi Arabia / trans. G. Holoch. Harvard University Press, 2011. 373 p.
26. Саид Афанди Чиркейский (Ацаев Саид) // Кавказский Узел. 2015. URL: <https://www.kavkaz-uzel.eu/articles/211845/>
27. Multimodal discourse analysis. Systemic-functional perspectives / K.L. O'Halloran (ed.). Continuum, 2004. 252 p.
28. Gunther K., van Leeuwen T. Multimodal discourse. Bloomsbury Academic, 2001. 152 p.
29. Сагадеев А.В. Калам (обзор) // Классический ислам: традиционные науки и философия. ИНИОН, 1988. С. 47–84.

References

1. Roskomnadzor. (2019) *Publichnyy doklad Federal'noy sluzhby po nadzoru v sfere svyazi, informatsionnykh tekhnologiy i massovykh kommunikatsiy* [Public report of the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technologies and Mass Communications]. [Online] Available from: https://rkn.gov.ru/docs/docP_2866.pdf
2. D-Russia. (2021) *Genprokuratura: v 2020 godu bylo zablokirovano 10 tys saytov s prizvami k ekstremizmu* [Prosecutor General's Office: in 2020, 10,000 websites with calls for extremism were

- blocked]. 18th March. [Online] Available from: <https://d-russia.ru/genprokuratura-v-2020-godu-bylo-zablokirovano-10-tys-sajtov-s-prizyvami-k-jekstremizmu.html>
3. Myagkov, M., Shchekotin, E.V., Chudinov, S.I. & Goiko, V.L. (2020) A comparative analysis of right-wing radical and Islamist communities' strategies for survival in social networks (evidence from the Russian social network VKontakte). *Media, War & Conflict.* 13(4). DOI: 10.1177/1750635219846028
 4. Voloshchuk, A.V. (2020) Protivopravnnyj kontent v russkojazychnom segmente seti Internet: dinamika izmenenij za period s 2015 po 2020 gg. [Illegal content in the Russian-speaking segment of the Internet: dynamics of changes over the period from 2015 to 2020]. *OBZOR.NTsPTI.* 4(23). pp. 42–53.
 5. O'Halloran, K.L., Tan, S., Wignell, P. & Lange, R. (2017) Multimodal recontextualisations of images in violent extremist discourse. In: Zhao, S., Djonov, E., Björkwall, A. & Boeriis, M. (eds) *Advancing multimodal and critical discourse studies: Interdisciplinary research inspired by Theo Van Leeuwen's social semiotics.* New York: Routledge. pp. 181–202.
 6. Wignell, P., Tan, S., O'Halloran, K.L. & Lange, R. (2017) A mixed methods empirical examination of changes in emphasis and style in the extremist magazines Dabiq and Rumiyah. *Perspectives on terrorism.* 11(2). pp. 2–20. [Online] Available from: <https://espace.curtin.edu.au/handle/20.500.11937/53919>
 7. Winter, Ch. (2015a) *Documenting the virtual 'caliphate'*. Quilliam.
 8. Winter, Ch. (2015b) *The virtual 'caliphate': Understanding Islamic state's propaganda strategy*. Quilliam.
 9. Zelin, A.Y. (2015) Picture or it didn't happen: A snapshot of Islamic state's official media output. *Perspectives on Terrorism.* 9(4). pp. 85–97.
 10. Cohen, K. & Kaati, L. (2018) *Digital jihad. Propaganda from the Islamic state. FOI report no. FOI-R-4645--SE, 2018.* pp. 53–66. [Online] Available from: <https://www.foi.se/rest-api/report/FOI-R-4645--SE>
 11. Winkler, C., El Damanhoury, K., Dicker, A. & Lemieux, A.F. (2019) Images of death and dying in ISIS media: A comparison of English and Arabic print publications. *Media, War & Conflict.* 12(3). pp. 248–262. DOI: 10.1177/1750635217746200
 12. Tarín Sanz, A., Rivas Otero, J.M. & Pérez, A.O. (2018) Populism and hegemony in Islamic state: The building of the caliphal state in the propagandistic Dabiq magazine. *Communication & Society.* 31(2). pp. 155–175. DOI: 10.15581/003.31.2.155-174
 13. NATO. (2016) *NATO strategic communications centre of excellence. Daesh information campaign and its influence: Results of the study.* January 2016. [Online] Available from: https://www.difesa.it/SMD/_CASD/IM/IASD/65sessioneordinaria/Documents/DaeshInformationCampaignanditsInfluence.pdf
 14. El Damanhoury, K. (2017) Understanding ISIS's provincial propaganda: A visual framing analysis of Wilayat Sinai's imagery in 2016. *Journal of Middle East Media.* 13. pp. 1–40.
 15. Matusitz, J. & Olufowote, J. (2016) Visual motifs in Islamist terrorism: Applying conceptual metaphor theory. *Journal of Applied Security Research.* 11(1). pp. 18–32. DOI: 10.1080/19361610.2016.1104276
 16. Fisher, A. (2015) Swarmcast: How jihadist networks maintain a persistent online presence. *Perspectives on Terrorism.* 9(3). pp. 3–20.
 17. Liang, Ch. (2015) Cyber jihad: Understanding and countering Islamic state propaganda. *Geneva centre for security policy (GCSP) policy paper 2015/2.* [Online] Available from: <http://www.gcsp.ch/News-Knowledge/Publications/Cyber-Jihad-Understanding-and-Countering-Islamic-State-Propaganda>
 18. Schmid, A.P. (2015) Challenging the narrative of the 'Islamic state'. *ICCT Research Paper.* June 2015. [Online] Available from: <http://icct.nl/publication/challenging-the-narrative-of-the-islamic-state/>
 19. Ingram, H.J. (2016) An analysis of Islamic state's Dabiq magazine. *Australian Journal of Political Science.* 51(3). pp. 458–477. DOI: 10.1080/10361146.2016.1174188
 20. Barton, G. (2019) Understanding key themes in the ISIS narrative: An examination of Dabiq magazine. In: Mansouri, F. & Keskin, Z. (eds) *Contesting the Theological Foundations of Islamism and Violent Extremism.* Palgrave Macmillan. pp. 139–162.
 21. O'Shaughnessy, N.J. & Baines, P.R. (2009) Selling terror: The symbolization and positioning of jihad. *Marketing Theory.* 9(2). pp. 227–241. DOI: 10.1177/1470593109103069
 22. Leone, M. (2015) Propaganda mala fide: Towards a comparative semiotics of violent religious persuasion. *Semiotica.* 207. pp. 631–656. DOI: 10.1515/sem-2015-0057
 23. Leone, M. (2015) The semiotics of violent jihadist propaganda: The message and the channel. *F3 magazine.* 11. pp. 29–33.

24. Kashpur, V.V., Baryshev, A.A. & Chudinov, S.I. (2021) Representation of radical communities in russian social media: content specifics and activity index. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal.* 467. pp. 133–143. (In Russian). DOI: 10.17223/15617793/467/17
25. Lacroix, S. (2011) *Awakening Islam. The politics of religious dissent in contemporary Saudi Arabia.* Harvard University Press.
26. Kavkazskiy Uzel. (2015) *Said Afandi Chirkeyskiy (Atsaev Said).* [Online] Available from: <https://www.kavkaz-uzel.eu/articles/211845/>
27. O'Halloran, K.L. (ed.) (2004) *Multimodal discourse analysis. Systemic-functional perspectives.* Continuum.
28. Gunther, K. & van Leeuwen, T. (2001) *Multimodal discourse.* Bloomsbury Academic.
29. Sagadeev, A.V. (1988) Kalam (obzor) [Kalam (review)]. In: Sagadeev, A.V. (ed.) *Klassicheskiy islam: traditsionnye nauki i filosofiya* [Classical Islam: Traditional Sciences and Philosophy]. Moscow: INION. pp. 47–84.

Сведения об авторах:

Барышев А.А. – кандидат экономических наук, доцент кафедры социологии Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: barishevnp@mail.ru

Кашпур В.В. – кандидат социологических наук, заведующий кафедрой социологии Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: vitkashpur@mail.ru

Чудинов С.И. – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и истории Сибирского государственного университета телекоммуникаций и информатики (Новосибирск, Россия); научный сотрудник Центра прикладного анализа больших данных Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия); доцент кафедры информационной безопасности Сибирского государственного университета геосистем и технологий (Новосибирск, Россия). E-mail: personally@ngs.ru

**Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.**

Information about the authors:

Baryshev A.A. – National research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).
E-mail: barishevnp@mail.ru

Kashpur V.V. – National research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).
E-mail: vitkashpur@mail.ru

Chudinov S.I. – Siberian State University of Telecommunications and Information Science (Novosibirsk, Russian Federation); National research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation); Siberian State University of Geosystems and Technologies (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: personally@ngs.ru

**Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.**

*Статья поступила в редакцию 12.01.2022;
одобрена после рецензирования 17.02.2022; принятая к публикации 03.03.2022*

*The article was submitted 12.01.2022;
approved after reviewing 17.02.2022; accepted for publication 03.03.2022*