ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

ВЫПУСК 1(65), 2021

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК Министерства образования и науки РФ по политическим
наукам, в которых должны быть опубликованы основные
научные результаты на соискание ученой степени кандидата наук,
на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2021

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,
к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,
Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АСТАЦАТУРОВА
Маяя Арташесовна

д.п.н., профессор, директор Центра этнополитических исследований, профессор кафедры креативно-инновационного управления и права Пятигорского государственного университета, координатор Сети этнологического мониторинга и раннего предупреждения конфликтов в СКФО (Россия, г. Пятигорск)

БОЖАНОВ
Владимир Александрович

д.и.н., профессор, зав. кафедрой мировой и отечественной культуры Белорусского Национального технического университета (Белоруссия, г. Минск)

ВЕДРИН
Оливье

профессор, главный редактор русской версии французского журнала «Национальная оборона» (Revue Défense Nationale), спикер Европейской комиссии, редактор франко-германского журнала по вопросам внешней политики «European Union Foreign Affairs Journal» и ректор «Континентального университета в Киеве» (Франция, г. Париж)

ДОНАЙ
Лукаш

д.п.н., профессор факультета политологии и журналистики Департамента международных отношений Университета им. Адама Мицкевича в Познани (Польша, г. Познань)

ЖИЛЬЦОВ
Сергей Сергеевич

д.п.н., заведующий кафедрой политологии и политической философии Дипломатической академии МИД РФ (Россия, г. Москва)

ИРХИН
Юрий Васильевич

д.ф.н., профессор кафедры политологии и политического управления РАНХ и ГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)

КАРАДЖЕ
Татьяна Васильевна

д.ф.н., заведующая кафедрой политологии и социологии МПГУ (Россия, г. Москва)

КЕТЦЯН
Григор Ваникович

к.п.н., заместитель Главного редактора журнала, Председатель Попечительского Совета научного журнала «Вопросы политологии» (Россия, г. Москва)

КОВАЛЕНКО
Валерий Иванович

д.ф.н., зав. кафедрой российской политики МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)

КРИВОКАПИЧ
Борис

д.ю.н., профессор факультета бизнеса и права Унион – Никола Тесла университета (Сербия, Белград)

МЕДВЕДЕВ
Николай Павлович

д.п.н., профессор кафедры анализа и управления Российского университета дружбы народов, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)

МИХАЙЛОВ
Вячеслав Александрович

д.и.н., зав. кафедрой национальных и федеративных отношений РАНХ и ГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)

НАСИМОВА
Гульнара Орленбаевна

д.п.н., профессор, зав. кафедрой политологии факультета философии и политологии Казахского Национального университета им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)

НИСНЕВИЧ
Юлий Анатольевич

д.п.н., профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)

ПАХРУТДИНОВ
Шукритдин Ильясович

д.п.н., профессор, заведующий кафедрой основы духовности Института переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлони (Узбекистан, г. Ташкент)

ПЛЯЙС
Яков Андреевич

д.и.н., д.п.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)

ПРЯХИН
Владимир Федорович

д.п.н., профессор кафедры зарубежного регионоведения и внешней политики РГГУ (Россия, г. Москва)

ПУСЬКО
Виталий Станиславович

д.ф.н., профессор кафедры гуманитарных дисциплин ВА РВSN им. Петра Великого (Россия, г. Москва)

ХОПЁРСКАЯ
Лариса Львовна

д.п.н., профессор кафедры международных отношений Киргизско-Российского славянского университета, (Киргизия, г. Бишкек)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Кетцян Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

ISSN 2225–8922

**ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН
В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ**

УЧРЕЖДЕН
ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Рег. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор: 1,489.

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение 1, комната 7-1, офис 4
Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.

Компьютерная верстка
Анциферова А.С.

Подписано в печать 25.01.2021
Формат 60×84/8. Объем 24,3.
Печать офсетная.
Тираж – 1000 экз.
(1-й завод – 500 экз.)
Заказ № 0000

Отпечатано
в типографии PrintUP
117105, г. Москва,
Нагорный проезд, 12, корп. 1
Тел.: +7 (495) 925-00-06

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих

(Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ

Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе COPE (Committee on Publication Ethics) <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal "Political Science Issues" is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the "Publishing House "Science Today". Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: "History and philosophy of politics," "Political institutions, processes and technologies," "Political regionalism and ethno-politics," "Political culture and ideologies," "Political problems of international relations and globalization."

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the COPE (Committee on Publication Ethics) document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ, ФИЛОСОФИЯ И ИСТОРИЯ ПОЛИТИКИ

Ирхин Ю.В. Переосмысление идей

Кейнса и Рузвельта о государственном управлении
в условиях пандемического кризиса и опыта России..... 10

Федорищев К.М. Элементы августианизма

в политической теории Майкла Оукшотта..... 19

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Ермаков Ю.А. Зарождение и умножение коррупции

в общественно- политических иерархиях: роль природных начал..... 25

Алехнович С.О., Воронцов С.А., Понеделков А.В. Актуальные проблемы
противодействия коррупции в современной России:

информируем и обсуждаем 44

Великая Н.М., Моисеева А.Н. Оценки эффективности деятельности

органов местной власти: методология и методика 54

Гоптарева И.Б. Лоббизм в публичной политике..... 65

Прончев Г.Б., Шишарина Е.В., Прончева Н.Г. Киберугрозы

для современной России в контексте пандемии
коронавирусной инфекции 74

Сурма И.В. Информационная экспансия Запада

в странах Центральной Азии 84

Тушков А.А., Фоменко Д.А. Поиск баланса интересов

глобальных стран среди двух конкурирующих «евразийских проектов» 96

Вафин А.М. Негатив в политике: 10 технологий «черного» PR

в России и зарубежных странах..... 107

Отроков О.Ю. Современные тенденции, проблемы

и перспективы развития интернет-каналов информирования
молодежи с политической повесткой..... 115

Овчинников П.С., Нечай Е.Е. Ключевые барьеры на пути

трансформации социально-политической системы России 124

Еременко Ю.А., Жаворонкова З.А. Эмоциональные триггеры внимания

и запоминаемости визуального политического контента 130

Ершов Н.А., Омерович А.Р., Попов С.И. Протестный

потенциал как инструмент предвыборной кампании
(часть I: выборы в Московскую городскую Думу 2019 года)..... 140

Фалалеев М.А., Ситдикова Н.А., Нечай Е.Е. Видеостриминг как канал политической коммуникации: опыт современной России.....	147
Устюжанинов И.Д. Роль партии «Единая Россия» в региональной политике в 2002-2007 годах (на примере Кировской области).....	154
Ахмедов Ж.И. Легитимность власти как современный фактор угрозоустойчивости общества.....	162
Воскресенский Ф.А. Исследование судебной власти как элемента политической системы в странах континентальной и англо-саксонской (на примере США) систем права.....	169
Комаров Н.А. Историография межгосударственных отношений Российской Федерации и Республики Молдова в 2009-2018 гг.....	180

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОНФЛИКТОЛОГИЯ

Штанько М.А., Тажева З.Б. Управление этническим конфликтом	188
---	-----

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И МИРОВАЯ ПОЛИТИКА

Михайленко А.Н., Умеров Д.А. Модель гармонизации стратегии и тактики российской внешней политики	193
Кулешова Н.С., Санжиева А.Д. Кибербезопасность как условие цифровизации Японии	206
Жерлицына Н.А. Виртуальный халифат: медиа технологии «ИГИЛ»	216
Бикбулатов Э.А. Образ «Фабрики Троллей» в противостоянии политических партий США.....	227
Курилкин А.В. Китайский кибердракон: к вопросу о возможностях КНР по проведению информационных и киберопераций	234
Полтавцева О.Н. Анти-иммиграционная риторика в Италии и США: сравнительный анализ контента новых медиа Д. Трампа и М. Сальвини	240
У Яньбинь. Развитие и особенности военной дипломатии КНР после реформы и открытости	247
Будник А.И., Григорьева Т.В., Кан А.А. Позиции России и Японии вокруг Курильской территориальной проблемы	253

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Богданова Е.А., Тимершова А.С. Социально-политический кризис в Чили: от протестов к плебисциту.....	264
Бурова А.С. К вопросу об испано-американских отношениях в XX в.	271

РАЗМЫШЛЕНИЯ НАД ПРОЧИТАННЫМ

Слизовский Д.Е. Умножение коррупции: поиски оснований продолжаются
(рецензия на статью Ю.А. Ермакова «Зарождение и умножение коррупции
в общественно-политических иерархиях: роль природных начал»)..... 278

НАШИ АВТОРЫ286

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ 295

ВИРТУАЛЬНЫЙ ХАЛИФАТ: МЕДИА ТЕХНОЛОГИИ «ИГИЛ»¹

Учитывая то внимание, которое современные террористические организации уделяет своей деятельности в средствах массовой информации, представляется необходимым изучить стратегию и методы, позволившие радикалам преуспеть в использовании современных СМИ в своих целях. Методологическую основу данного исследования составили такие общенаучные методы, как анализ и синтез. Среди использованных политологических подходов следует особенно отметить набирающий популярность в науке сетевой подход. В рамках коммуникативного подхода изучались особенности новых средств массовой информации в целом. В работе получил свое отражение и институциональный подход: новые медиа рассматриваются в том числе и в качестве современного социального института. Кроме того, в работе был применен сравнительный анализ, позволивший сопоставить различные точки зрения и подходы к оценке медиа организации «ИГИЛ». Понимание того, каким образом «ИГИЛ» пытается позиционировать себя на международной арене, важно в плане борьбы с терроризмом. В статье проводится сравнительный анализ двух медиа продуктов радикальной группировки – журнала «Дабик» и бюллетеня «ан-Наба». Особую роль в популяризации «ИГИЛ» сыграл именно журнал «Дабик». Анализ его содержания и применяемых при его производстве медиа технологий является ключом к пониманию успехов вербовки «ИГИЛ». Различные приемы и технологии воздействия на читателей использовались «Дабиком» для дальнейшей глобализации развязанного «ИГИЛ» конфликта, демонстрируя, якобы, жизнеспособную альтернативу жизни на Западе, внушая большие надежды сторонникам в разных странах мира и стимулируя их иммиграцию под знамена утопического халифата. Анализ технологий осуждения государственности в английских и арабских публикациях «ИГИЛ» позволяет автору заключить, что группа использовала методы сегменти-

¹ Статья написана в рамках гранта РНФ 19-18-00155 «Исламистский экстремизм в контексте международной безопасности: угрозы России и возможности противодействия».

рования с различными визуальными аргументами для нацеливания на разные группы аудитории.

Ключевые слова: международный терроризм, «ИГИЛ», новые СМИ, пропаганда, информационная безопасность.

Основные стратегии гибридной и опосредованной войны были известны на протяжении всей истории, но в последние годы новые медийные технологии меняют природу современных конфликтов быстрыми темпами. Интернет СМИ функционируют как новая стратегическая концепция, формирующая индивидуальное участие в сообществах и политических институтах [4]. Такие незаконные группировки, как «ИГИЛ», могут использовать технологии, чтобы эффективно укреплять базу поддержки, пропагандировать свою идеологию, собирать финансы и вербовать сторонников.

Медиа стратегии «ИГИЛ» представляют собой чрезвычайно актуальный объект исследования, поскольку медиа империя «ИГИЛ» существенно повлияла на другие радикальные группировки, которые в настоящее время подражают и учатся тому, как «ИГИЛ» использует свой сильный пропагандистский механизм для привлечения сторонников, вербовки, формирования идентичности и территориальной экспансии [3. С. 54].

Одиозная террористическая организация современности «ИГИЛ» возникла как одна из множества исламистских радикальных групп, но быстро превратилась в угрозу для окружающих стран и мировых держав. «ИГИЛ» провозгласила халифат на захваченных территориях Ирака летом 2014 г., соответственно лидер радикальной организации Абу Бакр аль-Багдади получил статус халифа. На пике могущества «ИГИЛ» контролировала 30% территории Ирака и более трети Сирии. Но благодаря усилиям международного сообщества в 2017-2019 гг. существованию самопровозглашенного «государства» был положен конец. Однако чем больше населения и территории теряла «ИГИЛ» от своего халифата, тем больше она пыталась привлечь новых сторонников в других странах, создавая сети влияния по всему миру. Информационный мир «ИГИЛ» стал расширением и усилителем уменьшившегося в настоящее время физического халифата. Еще при его существовании, в 2016 г., «ИГИЛ» выпустила доктрину информационной войны, в ней много говорится о цели и путях реализации того, что «ИГИЛ» считает «медийным джихадом» [2. С. 143]. Строительство виртуального халифата является, пожалуй, самым важным уроком, извлеченным из опыта глобальной медиаиндустрии «ИГИЛ», а также может оказаться самой сложной задачей для борцов с террористическими организациями и их идеологией.

Общая цель «ИГИЛ» состоит в том, чтобы манипулировать настроениями общественности и объединять военно-политическую мощь с возможностями новых средств массовой информации, которые являются частью ее

стратегии ведения войны [5. С. 23]. Как и всякая другая пропаганда, агитация «ИГИЛ» нацелена на создание альтернативного взгляда на мир, политику, религию и других людей. Несмотря на крайнюю и жестокую салафитско-джихадистскую идеологию и практикуемое насилие, «ИГИЛ» прикладывает немало усилий, чтобы попытаться изобразить себя чем-то большим, чем просто жестокая террористическая группа. Использование понятий «братства», «принадлежности», «значимости», «равенства» в качестве ключевых мотивирующих концепций имеет жизненно важное значение для получения группировкой поддержки и привлечения сторонников. Медиа контент «ИГИЛ» призван пропагандировать «исламский халифат» как привлекательную религиозную и политическую альтернативу Западу. Для идеологов «ИГИЛ» крайне важно, чтобы аудитория получала информацию о группировке непосредственно от нее самой, а не в трактовке других СМИ.

О целенаправленном характере использования СМИ группировкой свидетельствует практикуемое ей «видео веритэ» (*video vérité*) – якобы случайно снятые любителями видеоролики. На самом деле они представляют собой постановочные драматические спектакли с тщательно подобранными местами размещения камер, эффективной театральной постановкой сюжетов и вниманием к освещению, звуку и другой эстетике, важной для создания нужного заказчику результата. Изготовленное подобным образом видео «ИГИЛ» представило миру, когда разрушило памятники старины в Пальмире. Оно потребовало специальных объективов и стратегического расположения камер, а также специального выбора времени суток, чтобы сделать изображение максимально выразительным [9. С. 31].

Медиа империя «ИГИЛ» существует и совершенствуется уже более 10 лет. Один из ее основных органов СМИ, институт медиа производства «аль-Фуркан» был создан в 2006 г. В его задачу входило производство предварительно одобренных пропагандистских материалов. Как указывалось, в учредительных документах, такие материалы должны были быть «творческими, инновационными и привлекательными для потребителей» [11. С. 129]. Медиа-центр «аль-Хаят» в течение многих лет являлся центральным органом, выпускающим и распространяющим пропагандистские видеоролики и другую продукцию на арабском и некоторых других языках. Например, один из флагманов «аль-Хаята», онлайн-журнал «Румия», опубликовал в июне 2017 г. свой десятый номер на десяти разных языках [6. С. 18]. Медиа центр «Аль-Фурат» занимался распространением материалов среди сторонников, не являющихся арабами. Специальный медиа орган «аль-Аджнад» являлся основным продюсером производства нашид – религиозных песен – а капелла, которые часто используются в качестве фона во многих видеороликах организации. Радиостанция «ИГИЛ» «Аль-Баян» вещала как на территории халифата, так и в интернете. Там же выходила еженедельная онлайн-газета «аль-Наба». В 2014 г. «ИГИЛ» создала

информационное агентство «Амак», которое было во многом ориентировано на западные формы и методы подачи информации. Кроме этих крупных агентств действовал ряд небольших органов и фондов, например, таких как информационное агентство «Дава аль-Хакк» и «Аль-Баттар», которые занимались переводом и другой вспомогательной работой [1. С. 7]. Помимо центральных медиа организаций был создан ряд региональных бюро. Из-за продолжающихся территориальных потерь фактическое количество региональных бюро СМИ «ИГИЛ» определить трудно. В 2015-2016 гг. их количество достигало 20-25, в основном они были расположены в Ираке и Сирии, но также действовали в таких странах, как Ливия, Йемен и Афганистан [13. С. 115].

В период своего расцвета между летом 2014 и летом 2016 гг. «ИГИЛ» выпускала несколько изданий, ориентированных на неарабскую аудиторию: англоязычный журнал «Дабик», франкоязычный журнал «Дар аль-Ислам», журнал «Константинийе» на турецком языке и русскоязычный «Исток». Но территориальные потери сказались и на размахе медиа деятельности группировки: «ИГИЛ» объединила эти журналы в одно ежемесячное издание «Румия», которое выходило на десяти разных языках, включая английский, французский, немецкий, турецкий, уйгурский, урду и пушту [12]. Несмотря на то, что все неарабские публикации радикалов были приостановлены с сентября 2017 г. из-за территориальных потерь, продолжился выпуск еженедельного онлайн-информационного бюллетеня на арабском языке «ан-Наба». Ориентируясь на свою англоязычную аудиторию, «ИГИЛ» продолжает выпускать видеоролики, призывающие к новым атакам в западных странах в поддержку халифата. Кроме того, радикалы оставили доступным онлайн-архив многоязычных публикаций и видео, в которых задокументировано его «халифатское» наследие. Данная продукция предназначена для поощрения ностальгических воспоминаний среди сторонников, для побуждения их к поддержке группировки и даже организации актов одиночного террора.

Понимание того, каким образом «ИГИЛ» пытается позиционировать себя на международной арене, особенно для своей англоязычной аудитории, важно в плане борьбы с терроризмом. Одной из излюбленных медиа технологий «ИГИЛ» является сегментация аудитории, она основывается на языке или близости аудитории к боевым действиям группы. Самыми яркими примерами использования сегментации являются журнал «Дабик» и бюллетень «ан-Наба».

Особую роль в популяризации «ИГИЛ» сыграл именно журнал «Дабик». Анализ его содержания и применяемых при его производстве медиа технологий является ключом к пониманию успехов вербовки «ИГИЛ», привлекая по меньшей мере 40 тыс. иностранных боевиков из 74 стран мира [10. С. 3]. Публикация журнала на английском языке позволяла «ИГИЛ»

выйти на потенциальных новобранцев, живущих в странах Запада. Благодаря популярности «Дабика» у интернет аудитории радикальная организация смогла охватить глобальную аудиторию и сформировать у своих читателей интерес и сочувствие к идеям «ИГИЛ».

Несуществующий ныне «Дабик» был журналом в формате PDF, первый номер которого был опубликован 5 июля 2014 г., то есть через месяц после захвата г. Мосула силами «ИГИЛ». Формат PDF и метод цифрового распространения позволяли бесконечную репликацию, в то же время делая изменения непомерно трудными. Эта последняя характеристика имела решающее значение для обеспечения целостности посылы «Дабика», гарантируя, что, в отличие от веб-сайта или платформы социальных сетей, журнал будет защищен от внешних попыток подмены или внесения изменений.

Изображения и тексты «Дабика», ссылаясь на исторические прецеденты, подтверждали претензии группировки на легитимность халифата и ее борьбы за его создание. Идеологи группировки и редакция журнала стремились оправдать в религиозных терминах провозглашение халифата как основанного на истинной салафитском толковании шариата. Легитимизация опиралась также на исламскую мифологию и рассматривала миссию «ИГИЛ» в апокалиптических терминах. Группировка назвала свой журнал «Дабик» в честь небольшого городка, расположенного близ сирийского Алеппо, недалеко от границы с Турцией. Исламское пророчество, якобы, гласило, что мусульмане победят «Рим» (переосмысленный радикалами как коллективный Запад) в районе г. Дабика, прежде чем двинуться на завоевание Константинополя (современный Стамбул) [8. С. 36]. Пророчество было подробно процитировано в первом номере журнала. Оно признавалось лишь узким кругом салафитов и не получило широкого распространения среди мусульман. Тем не менее, это пророчество было использовано идеологами «ИГИЛ» для воодушевления сторонников и как обоснование лозунга «ИГИЛ» – «сохраниться и расшириться».

«Дабик» объяснял сущность халифата, его место в истории, представлял военные и инфраструктурные успехи «ИГИЛ» и намечал планы халифата на будущее. Журнал служил современным цифровым вестником самопровозглашенного «революционного государства», «органом идеологии и борьбы», информационным бюллетенем, руководством к борьбе и исполнению религиозного долга. «Дабик» намного превосходил по содержанию и качеству подобные органы других террористических организаций. Так, журнал «Инспайр», который издает «аль-Каида», служил, в основном, конкретной цели: руководством к действию для западных террористов-одиночек [12].

Цель «Дабика» можно определить, как тройную: призвать мусульман прийти на помощь молодому халифату; рассказать историю успеха «ИГИЛ»; объяснить и обосновать природу халифата, его намерения, легитимность и право на политическую и религиозную власть над всеми мусульманами.

В качестве политического маркетингового инструмента целью «Дабика» было создание последовательных образов и сообщений, призванных привлечь целевую аудиторию.

Картина халифата и его военных начинаний дополнялась пропагандистскими репортажами. Отношения между «ИГИЛ» и местными политическими лидерами на захваченных группировкой территориях Ирака и Сирии изображались в ярких красках, чтобы нагляднее передать картину органично возникшего и интегрированного в регионе халифата. Так, одна из статей в журнале описывает встречу представителей отдела по связям с общественностью «ИГИЛ» и местных имамов: «глава отдела по делам племен начал встречу со слов приветствия, уважения и благодарности за приглашение. Затем он заговорил о том, что миссия «ИГИЛ» не является ни локальной, ни региональной, а скорее глобальной. Кроме того, он призвал к осуществлению шариата, установлению религии, поощрению добродетели и предотвращению порока» [7. С. 13].

Важное место в «Дабике» занимало оправдание насильственной деятельности «ИГИЛ». Например, визуальные образы и письменный язык «Дабика» полностью дегуманизировал противников «ИГИЛ» в регионе — шиитов, изображая их в уничижительном облике, зато союзники «ИГИЛ» сунниты подавались как блаженные мученики во имя веры.

В каждом номере «Дабика» была рубрика «Со слов врага», в которой приводились прямые цитаты западных политиков, известных людей, военных стратегов и журналистов, содержащие оценки успехов «ИГИЛ» и констатацию неспособности стран Запада противостоять группировке. Иными словами, редакция «Дабика» брала отрывки из западных авторитетных источников и вставляла эти цитаты непосредственно в свой пропагандистский журнал. Эти цитаты говорили об относительной силе и упорстве террористической группировки, привлекая внимание к ее военным успехам и стратегическим планам. Важно отметить, что «ИГИЛ» редко реагировала на эти цитаты напрямую, вместо этого позволяя цитатам говорить самим за себя. Для «ИГИЛ» важен тот факт, что вражеские новости и средства массовой информации говорят о «реальном вызове», который представляет собой «де-факто государство». Одно это служило достаточным основанием для того, чтобы аудитория поверила в послание «ИГИЛ».

Важной миссией «Дабика» было позиционирование халифата «ИГИЛ» в качестве стабильного и легитимного государства. Со времени самопровозглашения халифата летом 2014 г. «ИГИЛ» настойчиво пропагандировала свои успехи по управлению завоеванными территориями. О том значении, которое группировка придавала этой теме, говорит объем посвященной ей медийной продукции: более четверти онлайн медиа продуктов «ИГИЛ» освещали вопросы управления, экономической деятельности, правоохранительных органов, образования и здравоохранения [12]. Почти четверть ма-

териалов «Дабика» рисовала утопическую картину государства, используя текстовые сообщения и изображения работающих школ, мастерских, больниц, клиник, детских домов и шариатских судов. «Идеальное» государство «ИГИЛ» по версии пропагандистского журнала характеризовалось справедливостью, процветанием и религиозностью. Авторы «Дабика» подчеркивали, что правоохранительные органы являются наиболее важным компонентом их государства, делая акцент на способности группировки обеспечивать видимость правопорядка в разрушительной войне. Около трети материалов, посвященных государственности, освящали правоохранительную деятельность, аресты, публичные казни и наказания за гражданские преступления [6. С. 16]. Правопорядок «ИГИЛ» основывался на реализации ее толкования законов шариата: побоев за супружескую измену, забивания камнями за гомосексуализм, отрезания рук за грабеж, казни за бандитизм, сжигание сигарет, алкоголя и наркотиков.

Визуальные и текстовые материалы «Дабика» выдвигали на первый план социальные услуги как вторую из наиболее важных сфер деятельности государства радикалов. Почти четверть материалов, посвященных государственности, показывают службы, работающие на контролируемых «ИГИЛ» территориях, такие как здравоохранение, образование, закят (пожертвование) для бедных и нуждающихся, а также строительство инфраструктуры, например, прокладку электрических кабелей, установку уличных фонарей и асфальтирование дорог. Около половины медийных образов социальных служб относятся к сфере здравоохранения. Они демонстрируют медицинских работников, помогающих гражданским лицам после авиаударов в Ракке, работу домов престарелых и больниц как в Сирии, так и в Ираке [7. С. 19].

Экономическая динамика и устойчивость государственности подчеркивались «Дабиком» путем демонстрации изображения нового золотого динара «ИГИЛ». Он должен был символизировать возврат валюты раннего исламского халифата, экономическую независимость и автономию. Все вместе взятые изображения социальных услуг, правоохранительной и экономической деятельности должны были донести до читателей образ «ИГИЛ» как успешно функционирующего правительства и процветающего государства, способного предоставлять услуги, стимулировать экономику и управлять своим собственным общественно-информационным аппаратом.

Еще одним аргументом, подчеркивающим государственный статус, постоянное расширение и укрепление государственности «ИГИЛ», стало широкое использование для оформления «Дабика» карт и фотографий природных ландшафтов. Визуальные образы природных ландшафтов отображали красоту и безмятежность земель и территорий, контролируемых «ИГИЛ». Так, разворот первого номера журнала был украшен фото с изображением сельскохозяйственных угодий с десятками овец, которых охраняют собаки [7. С. 21]. Это фото было помещено рядом со статьей, в которой объясня-

лась концепция имамата (лидерства). «Дабик» практиковал публикацию карт региона без четких государственных границ, чтобы подчеркнуть свое неповиновение мировому порядку и экспансионистские планы. Территории Ирака и Сирии, захваченные группировкой, не были отделены от соседних Аравийского полуострова, Леванта и Египта. Но планы «ИГИЛ» по расширению и поглощению территорий шли еще дальше. Об этом свидетельствовали публикации карт территории халифата, включающей в себя Ливию, Алжир, Пакистан, Афганистан, Сомали и Нигерию.

В онлайн-ом информационном бюллетене на арабском языке «ан-Набе» «ИГИЛ» также широко представляла тему государственности. Однако типы изображений халифата в «Дабике» и «ан-Набе» различаются. В издании, нацеленном на арабоязычную аудиторию, деятельность действующего правительства халифата представлена намного уже и скромнее, чем в англоязычной версии. Изображения деятельности правоохранительных органов сводятся к казням шпионов и местных «врагов», отсутствуют фото наказаний за гражданские преступления. Кроме того, в «ан-Набе» отсутствует столь широкий спектр освещения деятельности социальных служб халифата, таких как больницы, школы, дома престарелых. В арабоязычном бюллетене освещаются некоторые социальные услуги, такие, как выплата закята бедным и нуждающимся, курсы шариата, публичные проповеднические мероприятия и киоски СМИ, где гражданские лица могут читать, смотреть и слушать медиа продукты «ИГИЛ». Согласно информации, размещенной в № 21 «Аль-Набы», «ИГИЛ» эксплуатировало более шестидесяти киосков СМИ в провинции Найнава, тридцать девять в провинции Дияла и двадцать пять в провинции Ракка по состоянию на март 2016 г. [9. С. 41].

Состояние халифата «ИГИЛ», изображенное в «ан-Набе», не выглядит ни экономически процветающим, ни устойчивым. В то же время редакторы бюллетеня отводят много места рекламе продукции информационно-пропагандистского аппарата «ИГИЛ»: плакатов, листовок, книг, радиопрограмм «Аль-Баяна» и баннеров. В «ан-Набе», как и в «Дабике», регулярно печатаются карты халифата. Как и в «Дабике», на картах в «ан-Набе», как правило, пропускаются границы между странами, на земли которых претендует так называемый халифат. Карты в «ан-Набе» имеют более военный вид, что подразумевает необходимость отстаивания своей территории, а «ИГИЛ», соответственно, как мощную военизированную группировку, способную контролировать землю и сражаться одновременно на нескольких фронтах. Однако, в отличие от снимков «Дабика», «ан-Наба» не романтизирует физическую территорию, на которую претендует «ИГИЛ», редакторы бюллетеня избегают снимков нетронутых природных ландшафтов. Образ «ИГИЛ» в «ан-Набе» – это воинствующая группировка, которая активно продвигает свой аппарат общественной информации, постоянно борется за контроль над физической территорией. Менее ясно, может ли группиров-

ка предоставлять социальные услуги и сохранять контроль над населением захваченных территорий. В этом смысле визуализация государственности «ИГИЛ» в «ан-Набе» не соответствует стандартам, установленным в изображениях «Дабика».

Анализ технологий освещения государственности в английских и арабских публикациях «ИГИЛ» обнаруживает, что группа использовала методы сегментирования с различными визуальными аргументами для нацеливания на разные группы аудитории. Это говорит о высоком профессионализме специалистов по медиа технологиям, привлеченных радикалами: они понимают важность аргументированного контекста в кампании стратегической коммуникации. Ориентируясь на местную арабскую аудиторию, которая находится ближе к местопребыванию «ИГИЛ», группировка применяла менее утопический, более реалистичный подход. С другой стороны, ориентируясь на глобальную англоязычную аудиторию, которая находится далеко от территорий, на которые претендует «ИГИЛ», образы «Дабика» романтизировали жизнь под управлением радикалов и изображали всеобъемлющий, полностью функционирующий халифат, который заменяет национальные государства, а также реализует законы шариата, успешно участвует в глобальных конфликтах и поощряет индивидуальную деятельность, призывая мусульман добровольно к нему присоединиться.

«Дабик» предвосхитил способность группы управлять территориями и контролировать население, преувеличил широту и спокойствие контролируемых им земель. В англоязычном издании с избытком демонстрировались возможности «ИГИЛ» в правоохранительной и социальной сфере, а также его стремление к дальнейшему расширению на страны, некогда управляемые средневековыми мусульманскими империями Омейядов и Аббасидов. Изображения клятв верности племен халифу «ИГИЛ» и экономического процветания дополняли визуальные аргументы группы в пользу устойчивого исламского государства.

Таким образом, все эти приемы и технологии воздействия на читателей использовались «Дабиком» для дальнейшей глобализации развязанного «ИГИЛ» конфликта, демонстрируя, якобы, жизнеспособную альтернативу жизни на Западе, внушая большие надежды сторонникам в разных странах мира и стимулируя их иммиграцию под знамена утопического халифата. Однако демонстрация успеха государственного строительства «ИГИЛ» в средствах массовой информации не могут сами по себе устранить проблемы и поражения, с которыми сталкивается «ИГИЛ». Рано или поздно большинству станет очевидно, что образ, который изображает группировка, не обязательно точно отражает реальность. Один из основных рисков, которым подвергается группировка, это перспектива усиления диссонанса между тем, что происходит на местах, и тем, что она проецирует через свою кампанию в средствах массовой информации. Чем больше этот разрыв расширяется,

тем труднее будет в дальнейшем поддерживать боевой дух членов группировки и привлекать новых рекрутов. Наконец, хотя «ИГИЛ» изначально имела преимущество первопроходца и новатора в области средств массовой информации, другие повстанческие группы извлекли уроки из медиа стратегии группировки и теперь составляют ей конкуренцию в данной сфере.

Изучение медиа технологий и методов, применяемых «ИГИЛ», подтверждает многоплановый характер угроз, с которыми сталкиваются государственные субъекты при борьбе с современным терроризмом. Положить конец его физическому существованию, если это действительно возможно, может оказаться недостаточным, чтобы остановить его виртуальную привлекательность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Васильев А.М., Исаев Л.М., Коротаев А.В., Шишкина А.Р.* Инструменты «мягкой силы» ИГ: типология и оценка эффективности дальнейшей активности // *Азия и Африка сегодня*. 2018. № 12 (737).
2. *Васильев А.М., Жерлицына Н.А.* Медиа сеть как мультипликатор силы ИГИЛ // *Восток. Афро-азиатские общества: история и современность*. 2020. № 5.
3. *Панцеров К.А.* Информационно-психологические операции ИГИЛ: некоторые практические аспекты. Гуманитарный вектор. 2018. Т. 13. № 1.
4. Проблемы информационной безопасности в международных военно-политических отношениях. М.: Издательство ИМЭМО РАН, 2016.
5. *Фитунни Л.Л.* Моделирование протестных технологий в системе медиакоммуникационной зависимости // *Азия и Африка сегодня*. 2019. № 12.
6. *Almohammad A., Winter C.* From Battlefield to Cyberspace: Demystifying the Islamic State's Propaganda Machine // *Combating Terrorism Center at West Point. United States Military Academy. New York, June 2019.*
7. *Damanhoury K., Winkler C.* Picturing Law and Order: a Visual Framing Analysis of ISIS's Dabiq Magazine // *Arab Media & Society*. 2018. No 25.
8. *McCants W.* The ISIS Apocalypse: the history, strategy and doomsday vision of the Islamic State. New York: Picador, 2015.
9. *Milton D.* Communication Breakdown: Unraveling the Islamic State's Media Efforts // *Combating Terrorism Center at West Point. United States Military Academy. New York, Octobre 2016.*
10. *Milton D.* Pulling Back the Curtain: An Inside Look at the Islamic State's Media Organization // *Combating Terrorism Center at West Point. United States Military Academy. New York, August 2018.*
11. *Siboni G., Cohen D., Koren T.* The Islamic State's Strategy in Cyberspace // *Military and Strategic Affairs*. 2015. No 1.
12. *Wignell P., Tan S., O'Halloran K., Lange R.* A Mixed Methods Empirical Examination of Changes in Emphasis and Style in the Extremist Magazines

Dabiq and Rumiya // *Perspectives on Terrorism*. 2017. Vol. 11. No. 2 // <http://www.terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/592>.

13. Winter C. *Apocalypse, Later: a Longitudinal Study of the Islamic State Brand* // *Critical Studies in Media Communication*. 2018. No 1.

N.A. ZHERLITSINA

*Candidate of Sciences (history),
Associate Professor, Leading Researcher of the Institute
of African studies, Professor of the Peoples' Friendship
University of Russia (PFUR), Moscow, Russia*

VIRTUAL CALIPHATE: ISIS MEDIA TECHNOLOGIES

Considering that modern terrorist organizations pay great attention to their activities in the media, it seems necessary to study the strategy and methods that allowed radicals to succeed in using modern media for their own purposes. The methodological basis of this study was made up of such general scientific methods as analysis and synthesis. Among the political science approaches used, the network approach is particularly popular in science. The communicative approach examined the features of the new media in general. The work also reflected an institutional approach: new media are also considered as a modern social institution. In addition, comparative analysis was applied in the work, which made it possible to compare various points of view and approaches to assessing the ISIS media organization. Understanding how ISIS is trying to position itself in the international arena is important in the fight against terrorism. The article provides a comparative analysis of two media products of the radical group – the Dabiq magazine and the al-Naba newsletter. A special role in the popularization of ISIS was played by Dabiq magazine. An analysis of its content and media technologies used in its production is key to understanding the success of ISIS recruitment. Various techniques and technologies of influence on readers were used by Dabiq to further globalize the conflict unleashed by ISIS, demonstrating, allegedly, a viable alternative to life in the West, inspiring great hopes for supporters in different countries of the world and stimulating their immigration under the banner of the utopian caliphate. An analysis of statehood coverage technologies in ISIS English and Arabic publications allows the author to conclude that the group used segmentation methods with different visual arguments to target different audience groups.

Key words: *international terrorism, ISIS, New Media, propaganda, information security.*