

И. Н. Пушкарёва, Ю. Р. Тагильцева
Екатеринбург, Россия

**«ТЫ ЗАПИСАЛСЯ ДОБРОВОЛЬЦЕМ?», ИЛИ АГИТАЦИОННЫЕ ПЛАКАТЫ
КАК ИНСТРУМЕНТЫ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МОЛОДЕЖЬ
В ПРАКТИКЕ РЕЛИГИОЗНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ЭКСТРЕМИЗМА**

АННОТАЦИЯ. Развитие информационных технологий предоставляет возможность экстремистским группировкам не только управлять информационными потоками в информационном пространстве, но и превращать страты, находящиеся под воздействием, в психологические мишени. Поэтому сегодня все чаще экстремистами избираются средства и приемы ведения информационно-психологических войн, которые могут привести, во-первых, к долговременным изменениям в социально-политическом строе общества, во-вторых, к обострению политической борьбы и использованию прямых форм насилия, в-третьих, к частичному изменению или поражению центральной нервной системы человека. В качестве основных приемов информационно-психологического воздействия на массовое сознание чаще всего используются политическими (религиозно-политическими) экстремистскими группировками технологии психологического манипулирования в СМИ, средства и приемы пропаганды и агитации и дезинформирования, направленные на создание ложных стереотипов, моделей поведения, выгодных для манипулятора. Активным средством или поражению центральной нервной системы человека. В качестве основных приемов информационно-психологического воздействия на массовое сознание чаще всего используются политическими (религиозно-политическими) экстремистскими группировками технологии психологического манипулирования в СМИ, средства и приемы пропаганды и агитации и дезинформирования, направленные на создание ложных стереотипов, моделей поведения, выгодных для манипулятора. Активным средством или поражению центральной нервной системы человека. В качестве основных приемов информационно-психологического воздействия на массовое сознание чаще всего используются политическими (религиозно-политическими) экстремистскими группировками технологии психологического манипулирования в СМИ, средства и приемы пропаганды и агитации и дезинформирования, направленные на создание ложных стереотипов, моделей поведения, выгодных для манипулятора.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информационно-психологическое воздействие; манипуляция, агитация; экстремизм; религиозно-политический экстремизм; экстремистские материалы; агитационный плакат, молодежь.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Пушкарёва Инна Николаевна, кандидат биологических наук, доцент, зав. кафедрой теоретических основ физического воспитания, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 253; e-mail: inna.ru.80@mail.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Тагильцева Юлия Ринатовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 148; e-mail: jennifer1979@yandex.ru.

Сегодня вряд ли можно удивить искусленного зрителя плакатной вывеской, но именно агитплакат как форма массового искусства был востребован во все времена. Считается, что агитплакаты в Европе как сформировавшийся жанр в привычной нам форме появились во второй половине XIX в. (некоторые исследователи утверждают, что в первой половине XIX в. — в 1830—1840-х гг.) и представлены работами профессиональных живописцев, среди которых были П. Гаварни, Г. Доре и Ж.-И. Гранвиль. До этого периода аналогичные произведения представляли публике в виде крупных гравюр. Популярность этого жанра в указанный период вызвала острую необходимость регламентировать приемы и правила, которых необходимо придерживаться при создании агитплаката. Как отмечает Н. П. Ледовских, именно Ж. Шере впервые смог их четко сформулировать, и с тех пор они являются незыблемыми:

- красочность, яркость;
- минимальное содержание слов при их внешней выразительности;
- четко поставленная и выраженная ключевая мысль;
- узнаваемость образов;
- индивидуальность шрифта [Ледовских].

Природа воздействия картинки такова, что зрительные образы, запечатленные на ней, обладают, как отмечает С. Г. Кара-

Мурза, «суггесторным значением и порождают цепную реакцию воображения» [Кара-Мурза]. В результате зрительный образ как сигнал вызывает, а затем и формирует в человеке нужные чувства, мнение и поведение. Как правило, зрительные образы употребляются с текстом, что способствует увеличению кооперативного эффекта, который «связан с тем, что соединяются два разных типа восприятия, входящих в резонанс и взаимно „раскачивающих“ друг друга — восприятие семантическое и эстетическое. Самые эффективные средства информации всегда основаны на контрапункте, гармоничном многоголосии смысла и эстетики. Они одновременно захватывают мысль и художественное чувство („семантика убеждает, эстетика обольщает“»)» [Там же]. Поэтому все плакаты сопровождалась ритмизованными призывами либо слоганами (девизами), которые раскрывали программу необходимых действий.

И как показывает история, агитплакаты становились востребованы в определенные этапы развития общества, связанные с какими-либо событиями, влияющими на жизнь в целом. В России они появились примерно с 1812 г. и связаны были с деятельностью московского губернатора Ф. И. Ростопчина [Ледовских]. Но именно после октября 1917 г. наблюдается расцвет данного жанра, поскольку именно плакаты позволяли донести

Статья написана в рамках работы по гранту Российского фонда фундаментальных наук (проект № 16-29-09512 «Интернет как инструмент формирования психологической готовности молодежи к экстремистскому поведению»).

© Пушкарёва И. Н., Тагильцева Ю. Р., 2016

аудитории, широким массам необходимую информацию о событиях, происходящих как в стране, так и за ее пределами, в достаточно емкой и образной форме. В 1950-х гг. этот жанр постепенно исчезает, сегодня в информационной политике нашего государства практически не применяется, хотя «значительную часть его характеристик можно найти в современной рекламе» [Там же].

Тем не менее в связи с активизацией распространения националистических и ре-

лигиозно-политических идей можно отметить возрождение жанра агитплаката, но несколько видоизмененного под влиянием новых коммуникативных технологий. Все чаще его стали использовать в практике религиозно-политического экстремизма в качестве информационно-психологического инструмента воздействия на аудиторию. Рассмотрим некоторые примеры, размещенные в социальной сети «ВКонтакте» на страницах некоторых пользователей.



Рис. 1.

Представленный в виде плаката фото-материал (рис. 1) содержит информацию, направленную на формирование ненависти и вражды к представителям неисламского мира в лице Барака Обамы (президента США), Реувена Ривлина (действующего президента Израиля) и Шимона Переса (бывшего президента Израиля), ведущим военные действия в Сирии. Формированию «образа врага» служат следующие манипулятивные приемы.

Во-первых, прием «навешивание ярлыков», заключающийся в выборе оскорбительных названий, эпитетов, вызывающих эмоционально-негативное отношение и ассоциирующихся у аудитории с низкими поступками, способствует созданию «кровавых» образов первых лиц государств

США и Израиля — вампиров, алчущих крови, прежде всего сирийских мусульман: об этом свидетельствуют залитые кровью глаза президентов и истекающая кровью звезда Давида (эмблема в форме шестиконечной звезды).

Во-вторых, прием «экспрессивный удар», заключающийся в намеренном транслировании ужасов, совершаемых первыми лицами государств США и Израиля в отношении мирных жителей Сирии, с целью вызвать протест и желание наказать виновных. Для создания этого эффекта используются образы атакующих истребителей BBC Израиля — McDonnell Douglas F-15E Strike Eagle (американский двухместный истребитель-бомбардировщик), а также образы плачущих раненых детей и пожилых людей.



Рис. 2.

Следующий материал (рис. 2) направлен уже на формирование ненависти и вражды к представителям православного христианства. На картинке изображены символы двух мировых конфессий — ислама (полумесяц со звездой) и христианства (православный крест), перечеркнутые крест-накрест красными линиями, что свидетельствует о недопустимости, невозможности сосуществования символически изображенных религий вместе. Все это сопровождается надписью — цитатой из Корана, взятой из суры 5, «аль-Маида», или «Трапеза», аята 51:

О те, которые уверовали! Не считайте иудеев и христиан своими друзьями, поскольку они друзья друг другу.

Согласно исследованию, данный аят был ниспослан пророку Мухаммеду после битв при Бадре (624 г.), где мусульмане одержали победу над курейшитами (арабами-язычниками), и Ухуде (625 г.), где последние взяли реванш. Дело в том, что после битвы при Бадре иудеи Медины были вынуждены признать, что в Аравии появилась новая серьезная политическая сила, с которой необходимо считаться, поэтому между ними и пророком Мухаммедом был заключен равноправный договор. Несмотря на это, как отмечают мусульманские историки, иудеи все же не доверяли мусульманам, опасаясь их усиления, и старались использовать любую возможность для ослабления влияния последних. Например, иудеи способствовали возрождению вражды между мединскими племенами — аус и хазрадж, — вооруженному конфликту между иудеями из племени Кайнука и мусульманами. Известны и провокации иудеев из племени Кадир после поражения последних в битве при Ухуде, а также при битве «у рва» (627 г.), где иудеи-надирицы сыграли решающую роль в объединении противников мусульман против них.

И как отмечают те же источники, даже сам пророк и некоторые его сподвижники — Абде ибн Самет Хазраджи и Абдолла ибн Аби — не доверяли своим союзникам-иудеям. По замечаниям Абу Абдуллах Абд ар-Рахман б. Насир б. Абдуллах б. Насир Аль Саади, данный аят прежде всего предупреждает правоверных мусульман не вступать в какие-либо союзы с иудеями и христианами, поскольку они, объединившись, стремятся навредить мусульманам, а незначительные дружеские отношения с ними могут привести к заблуждению и отступлению от своих религиозных традиций и воззрений. Таким образом, данный аят прежде всего отражает события именно периода VII века. К мирному времени изречение не относится.

Стоит отметить еще один момент: в некоторых переводах в этом высказывании вместо «друзья» встречаются другие слова, такие как «помощники», «покровители», «союзники».

Э. Р. Кулиев: *О те, которые уверовали! Не считайте иудеев и христиан своими помощниками и друзьями, поскольку они помогают друг другу. Если же кто-либо из вас считает их своими помощниками и друзьями, то он сам является одним из них. Воистину, Аллах не ведет прямым путем несправедливых людей.*

М.-Н. О. Османов: *О вы, которые уверовали! Не дружите с иудеями и христианами: они дружат между собой. Если же кто-либо из вас дружит с ними, то он сам из них. Воистину, Аллах не ведет прямым путем нечестивцев.*

В. М. Порохова: *О вы, кто верует! Вы не берите в покровители себе Ни иудеев и ни христиан: Они — друзья один другому.*

А тот из вас, кто в покровители их взял, —

Тот сам из их числа.

Господь, поистине, не станет направлять

Тех, кто (Его пределы) преступает.

Коллектив Аль-Азхар (первый перевод Корана на русский язык, изданный в Египте, в Исламском университете Аль-Азхар, являющимся одним из старейших в мире, а также наиболее престижной мусульманской духовной академией-университетом): *О вы, которые уверовали! Не берите себе в союзники и покровители ни иудеев, ни христиан! Они одинаковы в своей враждебности к вам. Тот, кто берет их в сторонники и покровители, тот сам из них. Аллах не ведет к прямому пути несправедного, который вредит самому себе, делая неверующих своими покровителями и сторонниками.*

По данным Большого толкового словаря, у выделенных слов следующие значения [Большой толковый словарь <http://>]:

ПОКРОВИТЕЛЬ, -я; м. Тот, кто покровительствует кому-, чему-л. *Оставить кого-л. без покровителя. Жить в доме своего покровителя.*

СОЮЗНИК, -а; м.

1. Тот, кто находится, действует в союзе (1 зн.) с кем-, чем-л. *Считать кого-л. своим союзником.*

2. То, что содействует, помогает кому-, чему-л. *Страх — плохой с.*

ПОМОЩНИК [шн], -а; м.

1. Тот, кто помогает кому-л. в чём-л. *Хороший, плохой п.*

2. Должностное лицо, непосредственно подчинённое основному (обычно руководящему) работнику и помогающее ему. *П. капитана.*

Исходя из контекста, во всех случаях реализуется прежде всего сема «тот, кто помогает» в каких-либо действиях.

Таким образом, этот аят не подразумевает полного разрыва отношений — культурных, экономических, социальных, поли-

тических — мусульман с иудеями и христианами, а лишь напутствует, чтобы мусульманские государства в своей внешней политике не позволяли немусульманским странам «господствовать» над собой, ибо единственный, кто может быть над ними — это Аллах. Ко всему можно добавить, что в целом ислам одобряет и поощряет мирное сосуществование приверженцев Аллаха с последователями Писаний — христианами и иудеями.

Основным компонентом исследования в материале, отображенном на рис. 3, стало изречение, репрезентирующее имплицитное превосходство исповедующих ислам над всеми теми, кто не исповедует ислам — «мушриками», посредством прилагательного «правильная».

That is the right religion, so don't wrong yourselves, and Fight against the Mushrikun collectively, as they Fight against you collectively. — Это правильная религия, поэтому не обманывайте себя и боритесь против мушриков коллективно так же, как и они, объединившись, борются против нас.

У слова «правильный» следующая дефиниция [Большой толковый словарь <http://>]:

ПРАВИЛЬНЫЙ, -ая, -ое; -лен, -льна, -льно.

1. Соответствующий установленным правилам, не отступающий от существующих правил, норм, порядка. *П-ое произношение, написание.*

2. Верный, безошибочный; истинный, соответствующий реальной ситуации. *П-ое решение. П. ответ, расчёт, постулат.*

3. Настоящий; такой, какой нужен; хороший, справедливый. *П. поступок. П. совет, принцип.*

4. Регулярный, равномерный, ритмичный. *Взять п. ритм. П-ое движение поездов. П. пульс.*

5. Удовлетворяющий правилам пропорции и симметрии. *П-ые черты лица. Придать правильную форму чему-л.*

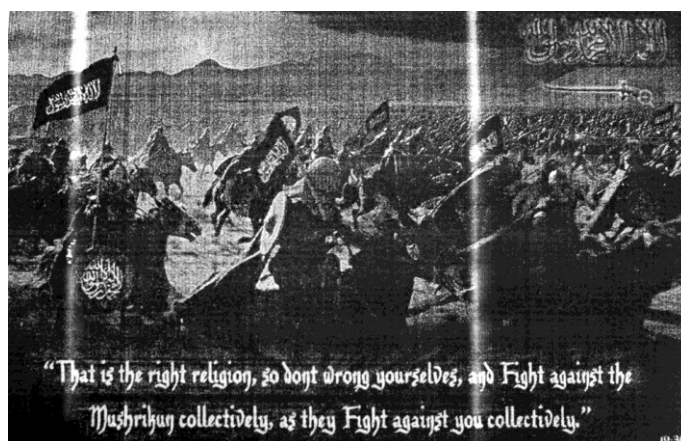


Рис. 3

Исходя из контекста, слово используется в своем первом значении, поскольку в высказывании имплицитно подчеркивается, во-первых, правильность избранного пути — познание истины и изучение законов ислама, претворение их в жизнь на практике, во-вторых, представители всех других конфессий находятся на ложном пути, ибо они познали истину и отвернулись от нее, на что указывает существительное «мушрики».

Вот как понимается это слово мусульманами:

МУШРИК — «язычник, признающий наряду с Творцом наличие и других божеств или полубожеств» [Исламский энциклопедический словарь].

Агрессивный смысл изречения реализуется в глаголе повелительного наклонения «боритесь» со следующей дефиницией:

«**БОРОТЬСЯ**, борюсь, борешься; нсв.

1. (с кем). Схватившись друг с другом, стараться повалить, положить на лопатки. *Б. с одноклубником.*

2. за что. Состязаться в чём-л., стараясь одержать победу. *Б. за призовое место на конкурсе.*

3. с кем-чем, против кого-чего, за что. Активно действовать против кого, чего-л., стремясь преодолеть или уничтожить; сопротивляться кому-, чему-л. *Б. с конкурентами. Б. с мафией.*

4. за кого-что. Отстаивать кого-, что-л., добиваться чего-л. *Б. за мир, за власть. Б. за свою идею, кандидатуру.*

5. Вступать в противоречие, сталкиваться (о чувствах, стремлениях). *В душе боролись любовь и страх*» [Большой толковый словарь [http](http://)].

Исходя из контекста, глагол реализуется в своем третьем значении, поскольку указывается объект воздействия — «мушрики». Использование военной лексики, к которой относится глагол «боритесь», является примером явного призыва к активным действиям.

Кроме того, использование языковой демагогии — коммуникативный принцип деления мира на «своих» и «чужих» — дает возможность создавать фантомный социум, к которому относится говорящий (манипулятор), — группу «истинно» верующих мусульман, сражающихся во имя Аллаха. Подобный эффект создается за счет использования личных местоимений «нас» и «они», существительного «мушрики»: *Это правильная религия, поэтому не обманывайте себя и боритесь против мушриков; борются против нас; и боритесь против мушриков коллективно так же, как и они, объединившись, борются против нас.*

В результате создается фантомный биполярный образ мира, за счет которого упрощается его восприятие и дается только односторонняя интерпретация происходящих событий.

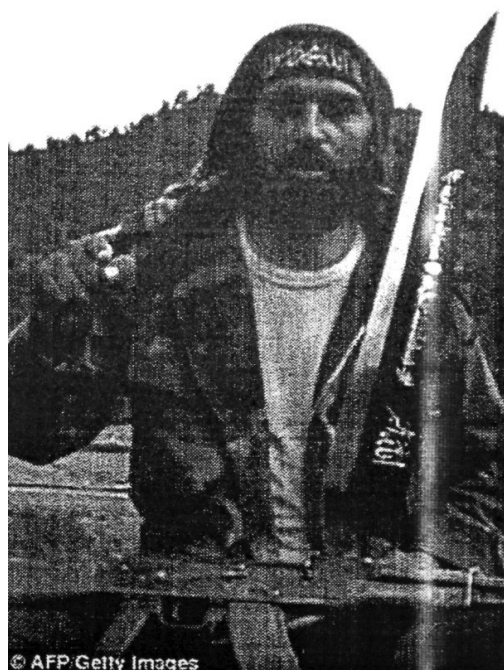


Рис. 4

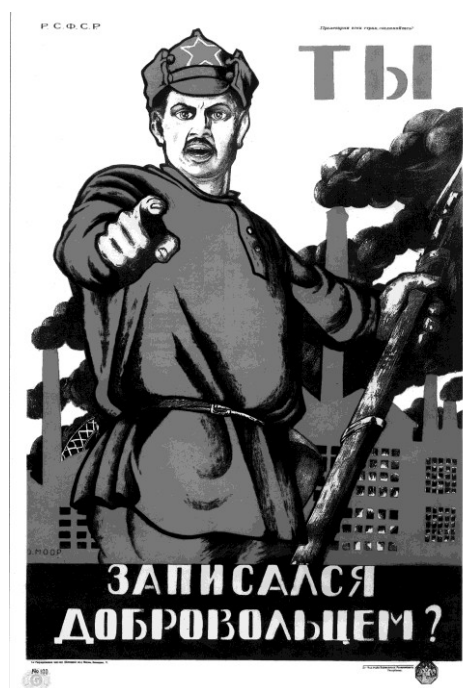


Рис. 5

Представленный на рис. 4 фотоматериал выполнен в духе вербовочных плакатов периода Первой мировой войны и Гражданской войны. Общие черты таких плакатов (наставленный на зрителя указательный палец, вопрос, обращение «ты») воплощены в работе Дмитрия Моора (настоящее имя — Дмитрий Орлов) «Ты записался добровольцем?», созданной в июне 1920 г. (рис. 5). На переднем плане современного агитационного материала (рис. 4) изображен боевик с черной повязкой, на которой выписана белыми буквами шахада, обращающий суровый взгляд к зрителю (если взглянуть в образ красноармейца, то на нем тоже можно заметить головной убор: буденовку с отличительным знаком — красной звездой). В левой руке находится неимоверных размеров кинжал, выполненный в черно-белой расцветке с выгравированной надписью в виде арабской вязи, на коленях — автомат, а указательный палец правой руки обращен в сторону зрителя. Таким образом, данный фотоплакат осуществляет информационно-психологическое воздействие на сознание индивида с целью создать у зрителя мнимое чувство вины, подвигающее его впоследствии на конкретные действия.

Как мы неоднократно подчеркивали в своих работах [см., напр.: Карапетян, Тагильцева 2015], идеи религиозно-политического экстремизма в форме ваххабизма, джихадистского салафизма большее воздействие оказывают на молодежь, психологически незащищенную и плохо знающую историю и основы ислама. Психологическое воздействие на такую аудиторию состоит прежде всего в «разжижении» сознания посредством манипулятивных приемов, муссированной пропаганды и агитации через вербальные (устные/письменные) и аудиовизуальные материалы, содержащие «идеи необходимости возрождения халифата, а также призывы к гражданскому неповиновению

и джихаду» [Вершинин]. Особенно следует подчеркнуть, что важным фактором вовлечения людей в ряды религиозно-политических экстремистских группировок становится использование лидерами подобных организаций идей, лозунгов и символов религиозных учений, о которых «малообразованная» молодежь почти ничего не знает, но в какой-то степени соотносит с собственными внутренними представлениями о «добре и зле», «правосудии» и «возмездии».

ЛИТЕРАТУРА

1. Абу Абдуллах Абд ар-Рахман б. Насир б. Абдуллах б. Насир Аль Саади Толкование Священного Корана. 2011.
2. Али-заде А. Исламский энциклопедический словарь. — М.: Ансар, 2007. 400 с.
3. Большой толковый словарь русского языка / ред. С. А. Кузнецов. — СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
4. Большой толковый словарь. URL: <http://www.gramota.ru/slovari>.
5. Вершинин М. Методы вербовки и идеологической работы террористических религиозных движений в Поволжье, на примере «Хизб-ут-Тахрир». URL: <http://psyfactor.org/lib/vershinin5.htm> (дата обращения: 29.09.2014).
6. Зелинский С. А. Манипуляции массами и психоанализ // ПСИ-ФАКТОР : сайт. URL: <http://psyfactor.org/lib/zel9.htm>.
7. Ислам : энцикл. слов. — М.: Наука, Главная редакция восточной литературы, 1991. 315 с.
8. Исламский энциклопедический словарь. URL: <http://slovar-islam.ru/books/>.
9. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. URL: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm (дата обращения: 27.07.2016).
10. Карапетян А. А., Тагильцева Ю. Р. Игры с разумом, или Приемы и средства информационно-психологического воздействия в практике религиозно-политического экстремизма // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. Пятигорск, 2015. № 1. С. 270—272.
11. Османов М.-Н. Коран : перевод с арабского и комментарий. — СПб., 2009.
12. Порохова В. М. Коран. Перевод смыслов и комментарий В. М. Пороховой. 12-е изд. — М.: Рипол-классик, 2013.
13. Кулиев Э. Р. Коран. Перевод смыслов Э. Р. Кулиева. 9-е изд. — М.: ЭКСМО, 2012. 808 с.
14. Коран: тафсир Аль-Коран. Аль-Мунтахаб фи Тафсир Аль-Кур'ан аль-Карим (рус. язык). — Каир : Издат. дом «Министерства ВАКУФОВ ЕГИПТА», 2000. 463 с.
15. Ледовских Н. П. Отечественная художественная культура. URL: http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wp-content/uploads/e-learning/History_of_Art/List.html (дата обращения: 29.07.2016).

I. N. Pushkareva, Y. R. Tagiltseva
Ekaterinburg, Russia

“ARE YOU A VOLUNTEER?”, OR PROPAGANDA POSTERS AS AN INSTRUMENT OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL INFLUENCE ON THE YOUTH IN RELIGIOUS AND POLITICAL EXTREMISM

ABSTRACT. *Development of information technologies gives extremist groups an opportunity to not only manage information flows in the informational space, but to transform strata that are under this influence into psychological targets. Today extremists choose ways and means of information and psychological wars, which can lead, first of all, to the long-term changes in the social and political order, secondly, they can cause escalation of political struggle and violence and thirdly, they can partially change or harm the central nervous system of a person. The main means of information and psychological influence on mass consciousness used by political (religious-political) extremist groups are technologies of psychological manipulation in mass media, ways and means of propaganda and misinforming aimed at construction of false stereotypes and models of behavior suitable for manipulator. A wide-spread means of manipulation in religious-political extremism is a propaganda poster, which is characterized by its imagery potential, informative component, accessibility for the youth who are psychologically immature and have little knowledge of the history and bases of Islam.*

KEYWORDS: *information and psychological influence; manipulation, propaganda; extremism; religious-political extremism; extremist materials; propaganda poster; the youth.*

ABOUT THE AUTHOR: *Pushkareva Inna Nikolayevna, Candidate of Biology, Associate Professor, Head of Department of Theoretical Bases of Physical Education, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Tagil'tseva Yuliya Rinatovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Advertising and Public Relations, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Abu Abdullakh Abd ar-Rakhman b. Nasir b. Abdullakh b. Nasir Al' Saadi Tolkovanie Svyashchennogo Korana. 2011.
2. Ali-zade A. Islamskiy entsiklopedicheskiy slovar'. — M. : Ansar, 2007. 400 s.
3. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka / red. S. A. Kuznetsov. — SPb. : Norint, 2000. 1536 s.
4. Bol'shoy tolkovyy slovar'. URL: <http://www.gramota.ru/slovari>.
5. Vershinin M. Metody verbovki i ideologicheskoy raboty terroristicheskikh religioznykh dvizheniy v Povolzh'e, na primere «Khizb-ut-Tahrir». URL: <http://psyfactor.org/lib/vershinin5.htm> (data obrashcheniya: 29.09.2014).
6. Zelinskiy S. A. Manipulyatsii massami i psikhoanaliz // PSI-FAKTOR : sayt. URL: <http://http://psyfactor.org/lib/zel9.htm>.
7. Islam : entsikl. slov. — M. : Nauka, Glavnaya redaktsiya vostochnoy literatury, 1991. 315 s.
8. Islamskiy entsiklopedicheskiy slovar'. URL: <http://slovar-islam.ru/books/>.
9. Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem / S. G. Kara-Murza. URL: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm (data obrashcheniya: 27.07.2016).
10. Karapetyan A. A., Tagil'tseva Yu. R. Igry s razumom, ili Priemy i sredstva informatsionno-psikhologicheskogo vozdeystviya v praktike religiozno-politicheskogo ekstremizma // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. Pyatigorsk, 2015. № 1. S. 270—272.
11. Osmanov M.-N. Koran : perevod s arabskogo i komentariy. — SPb., 2009.
12. Porokhova V. M. Koran. Perevod smyslov i komentariy V. M. Porokhovoy. 12-e izd. — M. : Ripol-klassik, 2013.
13. Kuliev E. R. Koran. Perevod smyslov E. R. Kulieva. 9-e izd. — M. : EKSMO, 2012. 808 s.
14. Koran: tafsir Al'-Koran. Al'-Muntakhab fi Tafsir Al'-Kur'an al'-Karim (rus. yazyk). — Kair : Izdat. dom «Ministerstva VAKUFOV EGIPTA», 2000. 463 s.
15. Ledovskikh N. P. Otechestvennaya khudozhestvennaya kul'tura. URL: http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wp-content/uploads/e-learning/History_of_Art/List.html (data obrashcheniya: 29.07.2016).

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.