

Министерство образования и науки
Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Требования к пропагандистским материалам,
предназначенным для использования
органами исполнительной власти, органами местного самоуправления
и антитеррористическими комиссиями в целях профилактики экстремизма
этноконфессиональной направленности в отдельных субъектах
(муниципальных образованиях)
Российской Федерации

Ростов-на-Дону 2010

Содержание

| | Стр. |
|--|------|
| Раздел 1. Требования к пропагандистским материалам, предназначенным для использования органами исполнительной власти, органами местного самоуправления и антитеррористическими комиссиями в целях профилактики экстремизма этноконфессиональной направленности в отдельных субъектах (муниципальных образованиях) Российской Федерации | 4 |
| Приложения (образцы пропагандистских материалов) | 12 |
| I Листовки | 13 |
| II Растяжка | 26 |
| III Эмблема фестиваля «Мир Кавказу» | 27 |
| IV Брошюры | 28 |

Раздел 1. Требования к пропагандистским материалам, предназначенным для использования органами исполнительной власти, органами местного самоуправления и антитеррористическими комиссиями в целях профилактики экстремизма этноконфессиональной направленности в отдельных субъектах (муниципальных образованиях) Российской Федерации

Целью пропагандистских материалов, предназначенных для использования органами исполнительной власти, органами местного самоуправления и антитеррористическими комиссиями, является активизация информационно-пропагандистского сопровождения процессов противодействия и профилактики экстремизма любой направленности, в том числе и этноконфессиональной.

Исходя из этой основной цели, требования к пропагандистским материалам (ПМ) подразделяются на общие, относящиеся ко всем видам ПМ, и специальные, относящиеся к отдельным видам ПМ.

Виды пропагандистских материалов, предназначенные для использования органами исполнительной власти, органами местного самоуправления и антитеррористическими комиссиями:

- печатная продукция, к которой относятся буклеты, листовки, статьи, книги;
- радиоматериалы, к которым относятся выступления, интервью, беседы;
- телевизионные передачи, формы которых могут быть самыми разнообразными;
- кинопродукция - от небольших роликов информационного характера до художественных фильмов;
- сайты Интернета;
- социальная реклама (бегущая строка, растяжки на улицах, плакаты, стенды и т.д.).

Пропагандистские материалы должны отвечать следующим **общим требованиям**:

1) Конкретность, целевая установка ПМ означает, что независимо от вида ПМ должны иметь четко сформулированные цели, быть приурочены к конкретному событию, конкретному материалу, конкретной ситуации; в этой связи ПМ должны либо побуждать к определенным действиям, либо воздействовать на человека косвенным, коммуникативным образом. В первом случае - это может быть прямое противодействие терроризму (отказ от предоставления убежища, вызов милиции, сообщение в соответствующие органы, во втором случае формирование или изменение собственной точки зрения на события, информацию, обмен мнениями с ближайшим окружением, воспитательная функция. Пример второго типа: очень часто в СМИ противопоставляется «традиционный ислам» и его радикальные течения. Однако для массового (ненаучного) сознания объяснения типа «традиционный ислам - это религия добра, человеколюбия, терпимости и уважения к другим конфессиям, нациям, этносам, конкретным людям», а ваххабизм - религиозное превосходство одних людей над другими - неприемлема, поскольку формы исповедания ислама в разных странах или регионах РФ (для сравнения Татарстан, Башкортостан и Чечня, Ингушетия) и методы отправления религиозных обрядов могут отличаться, в той или иной степени, что, естественно, учитывая разное исторически сложившееся окружение исламского населения. Европейцы также пытаются найти удобоваримую форму ислама, типа «либеральный», «евроислам», «прогрессивный ислам», но это не более чем уловки политиков. Речь в ПМ должна идти, прежде всего, о людях, которые прикрываются вырванными из контекста Корана лозунгами и пытаются решить политические проблемы террористическими действиями (ваххабиты). Что касается исламского населения, то для них ПМ должны быть построены совершенно на другой основе.

2) Логическая аргументированность и композиционная четкость означает четкую, продуманную логику представления и изложения материалов, как в позитивном, так и в негативном плане.

3) Простота и доходчивость означает, что ПМ должны быть рассчитаны на одну целевую группу, понятны именно этим людям с точки зрения усвоения и воздействия; не может быть ПМ для всех представителей разных социальных, гендерных, возрастных групп.

4) Привлекательность, яркость означает, что ПМ должны быть оформлены и представлены так, чтобы привлекать к себе внимание и вызывать интерес, желание посмотреть, послушать, ознакомиться.

5) Активизация сознательной и активной мыслительной деятельности целевой группы (представленные ПМ должны вспоминаться, анализироваться и откладываться в долговременную память человека).

6) Использование специальной техники и средств означает применение технологических, современных средств для представления ПМ, подбор изданий, телеканалов, форм ПМ, которые могли бы принести наибольший эффект с точки зрения достижения целей антитеррористической пропаганды.

7) Направленность на конкретную целевую группу означает, что ПМ должны быть разные для студентов и рабочей молодежи, военнослужащих и артистов. Очень важно представлять ПМ, направленные на неформальных лидеров целевых групп, на их идеологическую «обработку».

8) Обратная связь означает обязательный мониторинг по конкретным ПМ, учет и анализ эффективности воздействия.

Мониторинг ПМ по профилактике экстремизма этноконфессиональной направленности должен осуществляться по следующим направлениям:

- отвечают ли текст, сюжет передачи и т.д. поставленным задачам и целям;

- могут ли данные ПМ оказать практическую помощь органам исполнительной власти, органам местного самоуправления, АТК в их работе по профилактике экстремизма;

- реализован ли в скрытой, ненавязчивой форме, призыв к поддержке политики властей;

- обращают ли на себя внимание и соответствуют ли друг другу содержание и форма ПМ;

- соответствует ли содержание ПМ заявленной тематике;

- нет ли в ПМ двусмысленностей, способствуют ли они запоминанию выдвинутых в нем аргументов в пользу политики властей;

- приспособлены ли ПМ к особенностям представленного способа или средства (плаката, буклета, листовки, учебного фильма, интервью и т.д.) по объему и форме подачи информационного материала;

- имеются ли технические трудности при чтении, просмотре и прослушивании ПМ;

- не противоречат ли друг другу текст и изображение.

9) Периодичность подачи ПМ означает, что подача материалов должна производиться неоднократно с определенным временным интервалом, определяемым в каждом конкретном случае в зависимости от актуальности, целевой аудитории, ситуации и т.д. ПМ могут быть представлены в виде единичных материалов или в виде серий. В последнем случае - каждый последующий материал служит логическим продолжением предыдущего. Серия может состоять из различных по содержанию пропагандистских материалов, но объединенных общей идеей.

10) Мотивационная направленность означает воздействие ПМ на мотивационную сферу личности, мотивировать к действиям выгодным государственным органам.

11) Эмоциональная направленность означает, что ПМ должны вызывать определенные эмоции, к примеру, положительные, в случаях формирования позитивного отношения к официальной точке зрения и

отрицательные, в случаях формирования отношения к образу террориста, ваххабита, радикальным идеям и т.д.

12) Ценностно-смысловая направленность означает, что ПМ должны учитывать установки, мировоззренческие ценности, идеологию и т.д. этноконфессиональной целевой группы.

13) Критическая роль ПМ означает, что подаваемые материалы должны мотивировать людей к критическому отношению к террористической и экстремистской идеологии, фактам и действиям, оправдывающим террористов.

14) Выбор времени предоставления ПМ означает - использование заранее подготовленных материалов не раньше и не позже того момента, когда эффективность ПМ будет максимальной.

15) Утвердительно-побудительный характер означает, что ПМ не должны носить отрицательный характер, эффективны только утвердительно-положительные материалы.

Специальные требования к пропагандистским материалам:

1. Печатная продукция подразделяется:

- по **целевым группам** на научно-профессиональную (см. отдельные требования в научных изданиях), публицистическую, литературную и т.д.; определяется спецификой и характерными особенностями группы, целями, структурой, формой представления;

- по **типам** представления на буклеты, листовки, брошюры, статьи, газеты, журналы, книги;

- для целей профилактики экстремизма этноконфессиональной направленности в муниципальных образованиях наиболее приемлемыми являются буклеты, листовки, статьи в региональной и местной печати.

Статьи должны быть логически обоснованными, непротиворечивыми, представлены простым, доступным для понимания языком без употребления профессиональных терминов, избитых фраз и штампов. Особое внимание следует обратить, особенно в расширенном варианте, на местоположение

ПМ, цвет, наличие фотографий, таблиц, диаграмм и т.д. Эффективные печатные пропагандистские материалы должны содержать в обязательном порядке эпиграф, лозунг, девиз, слоган, которые могут быть в последствие растиражированы в других средствах представления ПМ. Необходимо правильно произвести выбор наиболее подходящих газет, журналов (тираж, периодичность выхода в свет, стоимость публикаций и т.д.) с учетом широкого охвата всех представителей этноконфессиональной целевой группы, а также важен авторитет того, кто готовит материалы или чьим именем они подписываются.

Листовка - важное средство ПМ. К сожалению, в настоящее время практически не используемое субъектами СПИТЭ. Ее главное достоинство – оперативность, почтовая рассылка (самый низкозатратный метод доставки ПМ), краткость. Однако по сравнению с другими ПМ, она обладает меньшей целевой направленностью. Листовка может состоять из текста, отпечатанного одним или несколькими шрифтами, или из сочетания текста и рисунка (фотоснимка). Листовка в цветовой гамме более предпочтительна, чем в черно-белом варианте.

Буклет, брошюра – тот же вариант, что и листовка, но больший по объему. Наиболее эффективны с большим количеством иллюстраций. Следует использовать также календари, почтовые конверты, этикетки, закладки для книг и т.п. Календари могут быть разного формата. Желательно помещать дополнительную информацию (телефон службы доверия, МЧС, административного органа) в конце плаката, буклета, листовки, календаря. Общая схема построения печатного материала, которая обеспечивает доказательность и доходчивость ПМ следующая - заголовок, эпиграф, слоган и т.д.; основная идея, ее разъяснение; иллюстрации текста с помощью фотографий, рисунков, диаграмм. Следует обратить особое внимание на заголовок: он должен быть броским, ярким, не иметь глаголов в повелительном наклонении.

2. Радиоматериалы

Основное специальное требование к радиопередачам заключается в речевом (звуковом) оформлении как ведущего радиопередачу, так и ее участников. Оно должно быть ясным по звучанию, понимаемым интонационно и по произношению. Возможно наличие звукового сопровождения (музыка, шумовой фон, соответствующий характеру передачи и т.д.). Радиопередачу не следует перегружать деталями.

Длительность радиопередач ПМ не должна превышать 6-10 минут, повторяемость - не менее двух раз в день и 8 -10 раз в неделю.

3. Теле-киноматериалы могут быть документальными или игровыми. Для усиления сюжета пропагандистских материалов этноконфессиональной направленности эффективно использование различных приемов съемки: замедление, ускорение, мультипликация (символические мультипликационные образы усиливают запоминаемость материала, придают ему определенный, оригинальный характер). Специальные требования к форме представления: наиболее действенны, с психологической точки зрения, новостные передачи с места события, бегущая строка, кино-видеофрагмент в виде многократно повторяющейся кольцовки, а также короткие видеоклипы. Длительность таких материалов может значительно варьировать от одной до 30 минут. Возможно использование 25 кадра, обучающих фильмов, передач, в которых последовательно разъясняются особенности и характер событий, идеология, концепции межнациональных, межконфессиональных взаимоотношений. Именно в обучающие ПМ может быть вложена дополнительная информация. Эта форма особенно эффективна в среде учащейся молодежи.

4. Социальная реклама как форма представления пропагандистских материалов. Отметим, что в пропагандистской работе по профилактике терроризма и экстремизма социальная реклама практически не используется, несмотря на свою явную эффективность. Наиболее эффективно представление ПМ в виде уличных растяжек, транспарантов, плакатов.

Специальные требования:

- представляемые материалы должны быть видны с расстояния не менее 10 метров, количество используемых цветов не более трех;
- сокращения и условные обозначения не допускаются;
- максимальное количество слов - 5-7.

5. Сайты Интернета должны соответствовать всем общим и специальным требованиям, предъявляемым к ПМ.

В заключение следует отметить, что все пропагандистские материалы, предназначенные для использования органами исполнительной власти, органами местного самоуправления и антитеррористическими комиссиями в целях профилактики экстремизма этноконфессиональной направленности обязательно должны проходить психологическую экспертизу, а за их содержание должен отвечать не только разработчик ПМ, но и специально назначенный консультант.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Образцы пропагандистских материалов