МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по разработке информационно-пропагандистских материалов,
направленных на противодействие распространения идеологии терроризма

1. Предварительная работа и анализ.

Прежде чем писать текст или создавать визуал (информационные карточки, видеоролики и т.п.), проведите анализ целевой аудитории. Выявите её ключевые особенности:

Возраст.

Для детей младшего школьного возраста (7-10 лет) наиболее действенна подача в таких форматах, как игры, сказкотерапия, анимационные короткометражные фильмы. Рекомендуеися использовать фольклор народов России (сказки, былины), где добро побеждает зло не через жестокость, а через хитрость, трудолюбие и взаимовыручку.

Для подросткового возраста (11-15 лет) наиболее действенна форма подачи в виде комиксов, графических новелл, клиповой нарезки, вовлекающих опросов в соцсетях. Предлагается делать акцент на критическом мышлении. Рекомендуется включать в материалы задания на выявление манипуляций в тексте (как вербовщики искажают исторические факты). Главным «героем» должен выступать персонаж, отказавшийся от преступного предложения, что подается как проявление силы и взрослости.

Для молодёжи (16–22 года) наиболее действенной форма подачи являются документальные веб-сериалы, подкасты, интервью с бывшими участниками деструктивных культов (при условии раскаяния) и экспертами-культурологами. Можно сделать акцент на экзистенциальных вопросах (смысл жизни, будущее страны), на социальной ответственности и последствиях для будущего. Предлагается использовать формат «разрушителей мифов» (мифологизация истории, искажение религиозных догм). В данном случае допустимы сложные правовые термины с пояснениями.

Для родителей можно сделать акцент на правовых нормах и практической пользе, конкретных рисках (мошенники, безопасность в быту).

Национальные особенности.

Рекомендуется учитывать традиции, исторические контексты, избегать обобщений и стереотипов. При необходимости привлекайте экспертов или представителей национальных общин для проверки материала.

При разработке материалов для регионов Северного Кавказа рекомендуется включать локальные культурные коды (национальный орнамент, узнаваемые пейзажи, имена местных героев-миротворцев).

Инородный контент (навязанный извне) должен противопоставляться местным традициям гостеприимства и уважения к старшим, которые являются естественным барьером для экстремизма.

Религиозные особенности.

Необходимо избегать образы или формулировки, которые могут задеть чувства верующих. Если тема касается взаимодействия права и религии, излагать её нейтрально, с опорой на закон, а не на догматы.

Необходимо взаимодействовать с религиозными организациями (Российской Православной Церковью, Духовным управлением мусульман Ставропольского края) на этапе экспертизы материалов. Предлагается включать цитаты из священных писаний, осуждающих убийство (в адаптированной для светского восприятия форме). Главный посыл: терроризм не имеет национальности и религии - это преступление против Бога и Человека, чуждое канонам традиционных верований.

2. Формулировка цели и ключевых сообщений.

Чётко определите, чего вы хотите добиться:

- повысить правовую грамотность, например, осветить тему юридических последствий участия в террористической или экстремистской деятельности;

- сформировать негативное отношение к конкретному виду правонарушений, например, опираясь на статьи Уголовного кодекса Российской Федерации[1]: террористический акт (ст. 205 УК РФ), содействие террористической деятельности (ст. 205.1 УК РФ), публичные призывы к осуществлению террористической деятельности, публичное оправдание терроризма или пропаганда терроризма (ст. 205.2 УК РФ) и др.

Рекомендуется сформулировать 2–3 ключевых сообщения, которые должны остаться в сознании аудитории, избегать размытых формулировок.

Точность в разъяснении закона. Если материал объясняет нормы права (например, новые правила или ответственность за правонарушения), формулировки должны строго соответствовать тексту закона. Искажение смысла нормы - серьёзный риск: это может ввести людей в заблуждение или даже создать правовые риски для организации. Полезно привлекать юристов для вычитки таких блоков.

3. Выбор формата и канала распространения.

Подбирайте формат под аудиторию и задачу:

для образовательных учреждений - интерактивные уроки, тренинги, квесты;

для старших классов, студентов профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования - соцсети, видеохостинги, подкасты;

для специализированных образовательных организаций, интернатов, для взрослых - печатные брошюры, телепередачи, личные встречи в сообществах.

---

[1] Далее - «УК РФ».

4. Содержание и стиль.

Приоритет традиционных духовно-нравственных ценностей. Рекомендуется строить нарратив не только на отрицании («терроризм — это зло»), но и на положительном утверждении ценностей созидания, коллективизма и гуманизма, характерных для многонациональной российской культуры. Материалы должны демонстрировать превосходство культуры диалога над культурой насилия через примеры из отечественной классической литературы, кинематографа и изобразительного искусства.

Язык должен быть понятным, без излишнего юридического жаргона или, наоборот, слишком упрощённым.

Тон (в случае подготовки видеороликов или подкастов). Стараться быть конструктивными. Вместо запугивания делать акцент на позитивных примерах: как закон защищает гражданина, какие есть безопасные каналы обращения, какие есть возможности для участия в общественной безопасности.

Доказательства. Необходимо подкреплять утверждения ссылками на законы, статистикой, реальными кейсами (с соблюдением этики и законодательства).

Избегать использования информации, которая может спровоцировать тревожность, чувство беззащитности или сформировать предвзятое отношение к целым социальным, национальным или религиозным группам.

Десакрализация образа террориста. В пропагандистских материалах недопустимо создание «ореола мученичества» или «романтизации» образа преступника. Предлагается акцентировать внимание на психологическом портрете террориста как маргинальной личности, разорвавшей связь со своей культурной и семейной традицией, что противоречит архетипам национальных культур России.

5. Дизайн и визуализация.

Если материал визуальный (карточки, плакаты, видеоролики, подкасты), учитывайте особенности восприятия:

для детей и подростков — яркие, динамичные изображения, минимум «воды».

для взрослой аудитории — более сдержанный, профессиональный стиль, но с чёткими акцентами на главном.

Рекомендуется учитывать культурные (национальные) нормы в изображении людей, символов, цветов.

6. Привлечение экспертов и партнёров.

На этапе разработки рекомендуется привлекать к работе специалистов: юристов, психологов, педагогов, представителей общественных, национальных или религиозных организаций. Их обратная связь поможет сделать материал точнее и восприимчивее.

7. Тестирование и корректировка.

Перед массовым распространением необходимо протестировать проект на небольшой группе из целевой аудитории. В этом случае необходимо собирать обратную связь: понятно ли, вызывает ли нужные эмоции, нет ли спорных моментов. Внесите правки.

8. Мониторинг и оценка эффективности.

После запуска рекомендуется отслеживать реакцию: количество просмотров, комментариев, репостов, обращений по теме. Можно проводить опросы, анализировать, какие форматы сработали лучше. Это поможет корректировать будущие материалы.

9. Правовые и этические аспекты.

На всех этапах необходимо убедиться, что материал не нарушает законодательство РФ (в том числе в части защиты персональных данных, запрета на разжигание розни).

Соблюдение конституционных принципов. В основе всего - статья 29 Конституции Российской Федерации. Она гарантирует право на информацию, но одновременно запрещает пропаганду или агитацию, которые возбуждают социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, а также пропаганду превосходства по любым из этих признакам. При создании контента нужно следить, чтобы формулировки не вели к дискриминации или конфликту.

Защита персональных данных. Если в примерах или кейсах используются реальные или похожие на реальные ситуации, нужно тщательно проверять, не раскрываются ли чьи-то персональные данные без согласия. Даже в просветительских целях не рекомендуется публиковать информацию, которая позволяет идентифицировать конкретного человека.

Работа с информацией ограниченного доступа. Нельзя включать в материалы сведения, которые составляют государственную, служебную или иную охраняемую законом тайну. Иногда в ходе профилактической работы затрагиваются темы оперативно-разыскной деятельности — здесь важно не выйти за рамки того, что разрешено к публичному обсуждению.

Авторские права. Если используются цитаты, изображения, видео или другие объекты интеллектуальной собственности, необходимо проверить права на них. Незаконное копирование — отдельный правовой риск.