

Сулонов Павел Евгеньевич

**ИНФОРМАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ  
ЭКСТРЕМИЗМУ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА**

В статье раскрываются признаки и специфические особенности информационно-пропагандистской деятельности по противодействию экстремизму. Аргументируется, что информационно-пропагандистские кампании антиэкстремистской направленности должны носить спланированный характер и учитывать целевую аудиторию.

Анализируется структура информационно-пропагандистских кампаний антиэкстремистской направленности в современной России, формулируются задачи, содержание и особенности реализации отдельных этапов.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2015/9-1/46.html](http://www.gramota.net/materials/3/2015/9-1/46.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и  
искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 9 (59): в 2-х ч. Ч. I. С. 169-172. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2015/9-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2015/9-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hist@gramota.net](mailto:hist@gramota.net)

## Список литературы

1. **Белкин А.** Счетная палата раскритиковала реформу системы здравоохранения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.km.ru/v-rossii/2015/04/14/zdravookhranenie-i-meditsina-v-rossii/757451-schetnaya-palata-raskritikovala-ref> (дата обращения: 20.04.2015).
2. **Ильин И. А.** О сущности правосознания. Глава девятая. Основа здорового правосознания [Электронный ресурс]. URL: [http://www.odinblago.ru/filosofiya/ilin/o\\_sushnosti\\_pravosozn/9/](http://www.odinblago.ru/filosofiya/ilin/o_sushnosti_pravosozn/9/) (дата обращения: 25.04.2015).
3. **Малышева Е., Рейтер С., Забавина Ю.** Расследование РБК: куда завела Россию реформа здравоохранения [Электронный ресурс]. URL: <http://daily.rbc.ru/investigation/business/26/10/2014/544cfa0acbb20f3b7672b59d> (дата обращения: 16.04.2015).
4. **Найговзина Н. Б.** Проблемы охраны здоровья, здравоохранения и возможные меры их решения [Электронный ресурс]. URL: <http://rosmedstrah.ru/articles.php?id=511&offset=20&show=1&theme=37> (дата обращения: 30.04.2015).
5. **Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации** [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 29.11.2010 г. № 326-ФЗ (ред. от 12.03.2014 г.). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_171752/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171752/) (дата обращения: 23.06.2015).
6. **Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации** [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ (ред. 08.03.2015). URL: [http://www.consultant.ru/popular/zdorovia\\_grazhdan/](http://www.consultant.ru/popular/zdorovia_grazhdan/) (дата обращения: 23.06.2015).
7. **Реформа здравоохранения в России** [Электронный ресурс]. URL: [http://newsruss.ru/doc/index.php/Реформа\\_здравоохранения\\_в\\_России](http://newsruss.ru/doc/index.php/Реформа_здравоохранения_в_России) (дата обращения: 20.04.2015).
8. **Социально значимые заболевания и заболевания, представляющие опасность для окружающих** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zdrav.ru/articles/practice/detail.php?ID=77442> (дата обращения: 22.04.2015).
9. **Уровень жизни** [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/#) (дата обращения: 29.04.2015).

LEGAL, ECONOMIC AND SOCIAL PROBLEMS OF REFORMATION  
OF HEALTH CARE SYSTEM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Starodubtseva Kseniya Anatol'evna, Ph. D. in Philosophy  
Merzlyakova Irina Stanislavovna, Ph. D. in Culturology, Associate Professor  
Trans-Baikal State University  
star1980@list.ru; irpolia@list.ru

The article examines legal, economic and social problems associated with the reformation of health care system in modern Russia. The authors identify the advantages and disadvantages of transition to insurance medicine, evaluate the state of obligatory medical insurance and its efficiency, analyze the process of transition to autonomous medical establishments. Special attention is paid to studying social problems (poverty of the population, struggle against socially important diseases, alcoholization of the population, propagation of drug addiction) influencing cardinaly the formation of health care system. The mentioned economic and social problems are considered in the context of legal dimension, which allows identifying the topical problems of legislation in the sphere of health care.

*Key words and phrases:* reformation; health care system; obligatory medical insurance; autonomous medical establishment; general practitioner; medical ethics.

УДК 303.01

**Политология**

*В статье раскрываются признаки и специфические особенности информационно-пропагандистской деятельности по противодействию экстремизму. Аргументируется, что информационно-пропагандистские кампании антиэкстремистской направленности должны носить спланированный характер и учитывать целевую аудиторию. Анализируется структура информационно-пропагандистских кампаний антиэкстремистской направленности в современной России, формулируются задачи, содержание и особенности реализации отдельных этапов.*

*Ключевые слова и фразы:* противодействие экстремизму; информационно-пропагандистская деятельность; информационно-пропагандистская кампания; потребности; интересы; ценности; информационно-психологическое воздействие; целевые группы.

**Суслонов Павел Евгеньевич**, к. филос. н., доцент  
Институт развития образования, г. Екатеринбург  
dr.suslonow2010@yandex.ru

**ИНФОРМАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ  
ЭКСТРЕМИЗМУ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА<sup>©</sup>**

Противодействие экстремизму в Российской Федерации в качестве приоритетного направления включает совокупность профилактических мер, раннее предупреждение экстремистских проявлений. Современные

авторы, например И. Л. Морозов, анализирующие проблему экстремизма в социально-философском и теоретико-политологическом ключе, признают важность информационных и коммуникационных аспектов в деятельности по противодействию экстремизму [5, с. 127]. Но при этом современная социально-экономическая и политическая ситуация содержит разного рода угрозы, носящие характер экстремистских проявлений и требующие оперативного, практического реагирования: исламский терроризм, очаги межэтнической напряженности, протестные настроения. Данные явления имеют отношение не только к глобальной политике или деятельности силовых структур государства, но и затрагивают все уровни власти и гражданского общества. Поэтому немаловажную роль в профессиональной подготовке должностных лиц органов государственной и муниципальной власти, а также органов образования играет умение правильно организовывать и осуществлять информационно-пропагандистскую деятельность по противодействию экстремизму.

Ключевым элементом подобной деятельности является информационно-пропагандистская кампания. Под информационно-пропагандистской кампанией по противодействию экстремизму специалистами Института социологии Российской Академии наук понимается комплексная система мер воздействия на определенные группы населения с помощью различных средств и каналов массового и индивидуального информирования и обучения с целью побуждения к принятию, сохранению оптимальных, полезных для них самих и для общества моделей поведения в определенной сфере жизни и непринятию, отторжению неоптимальных моделей [8]. Суть подобной кампании состоит в эффективном воздействии на избранные группы населения. Данное воздействие преследует три цели: во-первых, изменение в лучшую сторону знаний в социально-политической сфере; во-вторых, качественный пересмотр своего отношения к явлению или проблеме, в-третьих, целенаправленное формирование навыков социально приемлемого, желательного поведения. Конечной целью проведения информационно-пропагандистской кампании является состояние человека, при котором полученная им новая значимая информация становится мотивом правильного поведения.

В случае проведения информационно-пропагандистских кампаний в сфере противодействия экстремизму и терроризму речь идет о привлечении внимания широких слоев населения к данным проблемам. Такие кампании необходимы для того, чтобы у населения в нужном направлении изменилось отношение к данным проблемам, и оно приобрело навыки более безопасного поведения.

В перспективе с помощью таких кампаний можно добиться широкого общественного обсуждения проблем, связанных с экстремизмом и терроризмом, создать единое мнение различных общественных групп и средств массовой информации относительно проявлений экстремизма и терроризма, а также повлиять на принятие властными структурами оптимальных решений по данным вопросам.

Следует иметь в виду, что акции негативного информационно-психологического воздействия в большинстве случаев носят спланированный характер, и «по ту сторону баррикад» действуют вполне подготовленные и квалифицированные специалисты, часто владеющие необходимой информацией. «Речь идет не просто о психологическом давлении, но и об идейно-мировоззренческом противостоянии» [6, с. 58]. Наиболее ярким примером подобного противостояния как в общемировом, так и в общероссийском масштабах является информационно-пропагандистская деятельность исламистских организаций и групп. Эта деятельность весьма многогранна и включает в себя как традиционные формы религиозной проповеди и общения с духовными наставниками, так и работу в СМИ и интернет-пространстве, активное привлечение молодежи в мусульманские образовательные организации стран Ближнего Востока, внедрение исламистов в аппарат управления государства [2, с. 23].

Для проведения эффективной информационно-пропагандистской кампании следует придерживаться следующих основополагающих принципов. Во-первых, необходимо учитывать опыт уже проведенных кампаний, учиться на примерах успешных кампаний. В этой связи стоит упомянуть кампанию с привлечением представителей религиозных и национально-культурных организаций России, позволившую в декабре 2010 года (события на Манежной площади в Москве) предотвратить дальнейшую эскалацию межэтнических конфликтов [1]. Или взвешенную информационную политику российских властей во время массовых акций протеста в декабре 2011 года [9]. Во-вторых, перед началом проведения кампании определять ее реальные цели и задачи, учитывать ресурсы и потребности. В-третьих, необходимо анализировать характер аудитории, на которую направлена кампания. И наконец, в-четвертых, необходимо правильно выбирать средства массовой информации.

Представим структуру организации подобной кампании:

1. Определяется руководитель кампании, который формулирует и озвучивает ее главную идею, формулирует первичное послание, предназначенное для целевой аудитории.

2. Подбираются помощники руководителя кампании, интерпретируют первичное послание, переводят его на язык, понятный целевой группе.

3. Определяются: конкретная тематика проведения кампании (набор информационных поводов, т.е. о чем и когда говорить), формы проведения кампании (публикации в прессе, выпуск брошюр, распространение листовок, проведение бесед и т.п.), стиль и содержание пропагандистских материалов. В качестве типовых можно назвать темы, посвященные формированию единой общероссийской гражданской идентичности («все мы – россияне, Кавказ – это Россия»), потенциалу толерантности традиционных религий России («Ислам – мирная религия»), способности государства справиться с терроризмом и обеспечить безопасность граждан, возможности граждан законным путем реализовать свои права и возможности и т.п.

4. Выбираются и используются каналы распространения информации, т.е. конкретные СМИ, издательства, интернет-сайты, образовательные учреждения. Следует иметь в виду, что важно не только правильно выбрать каналы, но и правильно сформулировать послания для каждого из выбранных каналов. Послания в форме текста для прямой рассылки адресатам, текст для выступления перед целевой аудиторией, статьи

для СМИ, наружной рекламы, пресс-релиза, выставочной экспозиции, учебно-методической презентации и т.п. При этом каждое имеет свою специфику, также свою специфику имеет и каждая целевая аудитория. Поэтому важно, чтобы каждой аудитории соответствовал свой канал.

5. Даже если канал выбран правильно, на пути распространения информации возникают барьеры восприятия, носящие субъективный характер. Они связаны с менталитетом тех или иных целевых групп, их психологическими особенностями, конкретными ситуациями, носящими социально-экономический характер. Поэтому важно вовремя корректировать содержание и форму подачи посланий, исходя из возникающих ситуаций.

6. Закрепляясь в сознании, информация воздействует на различные уровни восприятия. Организаторы кампании стремятся, чтобы информация воздействовала на мотивацию к совершению группой определенных действий, но мотивация неразрывно связана также и с ценностями, мнениями, отношениями и потребностями. Потребности влияют на интересы, интересы формируют отношения, отношения выражаются во мнениях, мнения сталкиваются в действиях. При этом следует отметить, что именно ценности являются наиболее трудноизменяемыми основами поведения человека, т.к. формируются в течение длительного периода. Никакая информационная кампания не может полностью изменить ценностные ориентации человека, но повлиять в какой-то степени на них может [10, с. 5].

Потребности же – это многоуровневая система объективных факторов, на процесс формирования которых можно оказать информационное воздействие. Как отмечает И. В. Охрименко, потребности являются не просто объективной зависимостью субъекта от окружающего мира, но и ощущением этой зависимости как удовлетворенности или неудовлетворенности при наличии или отсутствии соответствующего предмета. Законом человеческой мотивации является то, что удовлетворение потребности ведет не к некоему «беспотребностному состоянию», а к возникновению новых потребностей [7, с. 21]. Поэтому от информационного воздействия во многом зависит, что это будут за потребности. Следует признать, что «идеологическое противодействие терроризму должно строиться не только на идеях анти и против, а в большей мере на предложении общегражданской притягательной гуманистической идеологии, подкрепленной реальным воплощением в повседневную практическую жизнь: демократические свободы, равенство всех перед законом, социальная справедливость и другие общественно реализуемые ценности, которые может видеть вокруг себя каждый гражданин. Ясное декларирование и всемерная поддержка позитивных ценностных ориентиров позволит гражданам страны обрести ответственность, согласованность и собранность» [3, с. 49]. Например, пропаганда неприятия ваххабитской версии ислама на Северном Кавказе может иметь успех только тогда, когда это сопровождается реальными позитивными сдвигами в социально-экономической сфере жизни региона.

Интересы, будучи практическим воплощением потребностей, не только осознаются как необходимое, но и воспринимаются как собственное, свое, во имя чего стоит предпринимать конкретные действия. Следовательно, информационное воздействие должно способствовать лучшему пониманию интересов [10, с. 8]. Но за интересами действия не следуют автоматически, т.к. разную информацию индивиды оценивают по-разному, высказывают разные мнения. Поэтому информационная кампания должна формировать мнение в нужном направлении.

Как мы видим, для эффективного построения информационно-пропагандистской кампании необходимо последовательно пройти все вышеуказанные этапы, т.к. прямой призыв к немедленным действиям вряд ли будет эффективным.

7. Независимо от того, совершены в результате кампании желаемые действия или нет, необходимо довести до идеологов и организаторов хотя бы те минимальные изменения, которые произошли в восприятии тех, на кого эта кампания была направлена.

Важным аспектом проведения информационно-пропагандистских кампаний антиэкстремистской направленности является учет особенностей целевых групп. В основе понятия целевой группы содержится целый комплекс признаков социально-экономического и культурного плана: молодежь, старшее поколение, лица, предрасположенные к идеологии и практике экстремизма и терроризма, лица, не склонные и не предрасположенные к идеологии экстремизма и терроризма, жители и выходцы из республики Дагестан, из Чеченской Республики, столичные жители, активные пользователи Интернета и т.п. [11, с. 121].

При этом следует понимать, что невозможно абсолютно четко выделить целевую группу, дистанцировать ее от других групп, а также применить формы работы, которые будут влиять только на поведение выбранной группы, не касаясь других. В то же время вполне возможно сформировать ориентиры для информационно-пропагандистских кампаний, которые базируются на результатах исследований и могут быть использованы в практической деятельности.

Представляется также важным вовлечение широких масс населения в подобные пропагандистские кампании в качестве активных участников, так как, по словам А. А. Масловой, «это не только облегчает задачу распространения манипулятивного контента, но и способствует повышению их лояльности, т.к. для человека свойственно менее критично относиться к тем явлениям, в которые им были вложены собственные ресурсы» [4, с. 154].

Итак, в данной статье мы постарались обозначить проблему и проанализировать практическую значимость умений и навыков субъектов противодействия экстремизму организовать соответствующее информационное противостояние идеологии и практике экстремизма. Информационно-пропагандистская деятельность по противодействию экстремизму содержит в качестве структурных элементов соответствующие информационно-пропагандистские кампании. Эффективная реализация данных кампаний органами государственной и муниципальной власти, а также органами образования имеет свои организационно-психологические закономерности и преследует главной целью формирование позитивной модели социального бытия личности.

## Список литературы

1. **Во Всероссийском муфтияте видят одну из причин беспорядков в центре Москвы в безнаказанности представителей диаспор. Муфтий Гайнутдин призывает молодежь вести себя в соответствии с законом и нормами общепринятой морали** [Электронный ресурс] // Интерфакс-Религия. URL: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=38669> (дата обращения: 24.05.2015).
2. **Горбатова В. В.** Информационно-пропагандистская политика радикальных исламских организаций [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... к. полит. н. URL: [http://polit.msu.ru/pub/asp\\_doc/Diss\\_sovet/Gorbatova.pdf](http://polit.msu.ru/pub/asp_doc/Diss_sovet/Gorbatova.pdf) (дата обращения: 24.05.2015).
3. **Маркин В. В., Чумиков А. Н., Роговая А. В.** Практика информационной деятельности по нейтрализации распространения идеологии терроризма // Вестник Национального антитеррористического комитета. 2013. № 2. С. 47-55.
4. **Маслова А. А.** Особенности политической пропаганды в информационном обществе // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (52). Ч. II. С. 153-155.
5. **Морозов И. Л.** Безопасность политических коммуникаций в современной России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2013. № 1. С. 127-131.
6. **Организация противодействия экстремизму: практическое пособие** / П. Е. Сулонов, К. В. Злоказов, Е. С. Губина; под общ. ред. П. Е. Сулонова. Екатеринбург: Уральский юридический институт МВД России, 2013. 81 с.
7. **Охременко И. В.** Электоральное поведение: теория вопроса: учебное пособие: в 2-х ч. Волгоград: Издательство ВолГУ, 2002. Ч. 1. 52 с.
8. **Практические рекомендации по тематике, формам и методам проведения информационно-пропагандистских кампаний антитеррористической и антиэкстремистской направленности для различных групп и категорий населения** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lib.znate.ru/docs/index-240698.html> (дата обращения: 24.05.2015).
9. **Региональные акции протеста в рамках новой протестной волны** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.politonline.ru/provocation/12525.html> (дата обращения: 24.05.2015).
10. **Сборник методических материалов по курсу «Паблик рилейшнз»**. М.: ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2003. 24 с.
11. **Сулонов П. Е.** Роль и задачи органов внутренних дел по организации противодействия преступности экстремистской направленности в Российской Федерации: монография. Екатеринбург: Уральский юридический институт МВД России, 2015. 153 с.

**INFORMATIONAL AND PROPAGANDISTIC ACTIVITY  
TO COUNTERACT EXTREMISM IN MODERN RUSSIA: ESSENCE AND STRUCTURE**

**Suslonov Pavel Evgen'evich**, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor  
*Sverdlovsk Regional Institute of Education Development*  
*dr.suslonow2010@yandex.ru*

The article reveals the traits and specific features of informational and propagandistic activity to counteract extremism. The author argues that the informational and propagandistic campaigns of anti-extremist orientation should be carefully planned and take into consideration the target audience. The paper analyzes the structure of the informational and propagandistic campaigns of anti-extremist orientation in modern Russia, describes the tasks, content and specifics of the realization of certain stages.

*Key words and phrases:* counteracting extremism; informational and propagandistic activity; informational and propagandistic campaign; needs; interests; values; informational and psychological influence; target groups.

УДК 7

**Искусствоведение**

*В статье рассматриваются основные особенности Устава колокольных звонов московского Данилова монастыря, его роль в возрождении звонных традиций других храмов и монастырей. Приведены фрагменты действующего Устава, составленного старшим звонарем обители иеродиаконом Романом, основные положения которого зафиксированы в виде таблиц автором статьи, что особенно важно, поскольку в настоящее время нет подробно изложенного действующего монастырского Устава колокольных звонов. Полностью опубликованный Устав колокольных звонов Данилова монастыря, несомненно, будет иметь большое значение для сохранения и развития отечественного колокольного искусства.*

*Ключевые слова и фразы:* устав звонов; колокола; звонари; Типикон; пособия по Уставу; уставные таблицы.

**Тарарацкая Наталья Валентиновна**

*Государственный музыкально-педагогический институт имени М. М. Ипполитова-Иванова*  
*natashkinet@yandex.ru*

**ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО УСТАВА КОЛОКОЛЬНЫХ ЗВОНОВ  
В МОСКОВСКОМ ДАНИЛОВОМ МОНАСТЫРЕ®**

Знаменательное событие в жизни Данилова монастыря, а вместе с ним – и всей Русской Православной Церкви, произошло осенью 2008 года: из Америки в обитель был возвращен полностью сохранившийся