

УДК 316.624

ПРИМЕНЕНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПРОФИЛАКТИКЕ АГРЕССИИ И ЭКСТРЕМИЗМА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

© 2019 г.

И.А. Мухаметзарипов, М.Р. Гибадуллина

Мухаметзарипов Ильшат Амирович, к.и.н.; заместитель начальника по науке
Центра исламоведческих исследований Академии наук Республики Татарстан
muhametzaripov@mail.ru

Гибадуллина Миляуша Рустамовна, аспирант, научный сотрудник
Центра исламоведческих исследований Академии наук Республики Татарстан
g.milya@mail.ru

Статья поступила в редакцию 20.05.2019

Статья принята к публикации 29.10.2019

Обозначаются особенности визуальных материалов, направленных на профилактику терроризма, экстремизма и иных негативных явлений. Сегодня не только террористические группы, но и в целом радикально настроенные течения (например, крайние националисты или НРД), ведут разностороннюю пропаганду в молодежной среде. Актуализируется необходимость использования современных технологий для распространения альтернативной информации среди молодежи, которая бы не «рекламировала» радикализм, агрессию, негативные проявления, а содержала позитивные ценности и «правильные» стратегии поведения для детей и молодежи. Анализируется опыт зарубежных и отечественных проектов по профилактике. Особое место уделяется визуальным материалам как эффективному инструменту идеологической работы и способу подачи информации для современной молодежи, отличающейся «клиповым мышлением», воспитанной и живущей в рамках «экранной культуры». Необходимо вести целенаправленную работу по созданию и распространению позитивного контента. Молодежное информационное поле нуждается в насыщении грамотно поданными визуальными материалами. В современной российской интернет-культуре имеется потенциал для создания контента для контрпропаганды, направленной против терроризма, экстремизма и агрессии. Например, издательство комиксов «Bubble Comics» и комикс-проект «РЕСПЕКТ 2.0» ориентированы на визуальные каналы восприятия информации и учитывают современные интересы молодежи.

Ключевые слова: молодежь, пропаганда, контрпропаганда, ценности, позитивный контент, визуальные материалы, комикс, постер, инфографика.

Введение

В современном мире все актуальнее становятся вопросы профилактики радикализма и экстремизма. Общественная напряженность возрастает, особенно резонансными становятся ситуации с участием детей и молодых людей (групповые нападения подростков [1], расстрелы и взрывы в школах [2], детские суициды [3], убийства [4]). Подобные ситуации получают широкое распространение в информационном поле благодаря социальным сетям. Это способствует популяризации подобных стратегий поведения и повышает уровень тревожности населения. Перед государством и обществом стоят острые проблемы не только содержания программ профилактики, но и выработки эффективных методов и способов воздействия.

Профилактика нацелена на молодежь, чье мировоззрение не до конца сформировано и легко подвергается чужому влиянию. В сочетании с юношеским максимализмом это может

привести к радикализации и применению насилия к окружающим. В работах психологов отмечается, что современная молодежь в процессе поиска идентификации попадает под влияние радикальных идеологий из-за социальных и психологических факторов, обусловленных недостатками молодежной политики, накапливаемой агрессивностью, потерей ориентиров, деформацией сознания [5].

Одной из серьезных проблем современного урбанизированного многомиллионного общества является его атомизированность и анонимность. Нуклеарные семьи, часто неполные в результате разводов, не всегда способны дать сбалансированное воспитание детям. Нередко такие семьи испытывают материальную нужду, им не хватает ресурсов для удовлетворения психоэмоциональных потребностей. Образовательные же учреждения переходят в режим «оказания образовательных услуг», на учителей и преподавателей все больше возлагаются административные, бюрократические функции,

показатели эффективной работы определяются цифрами, а не качеством воспитательной работы.

Современная цивилизация порождает множество различных негативных явлений в молодежной среде: антигуманность, снижение этических, нравственных критериев. Глобальное информационное поле широко освещает негативные тенденции: жестокость, нетерпимость к сверстникам, людям иных национальностей, вероисповеданий, убеждений, социального положения. Под влиянием социальных, политических, экономических факторов в молодежной среде у наиболее подверженных деструктивному влиянию лиц легче формируются радикальные взгляды и убеждения. Молодежная среда в силу своих социальных характеристик и остроты восприятия окружающей обстановки является той частью общества, в которой наиболее быстро происходит накопление и реализация негативного протестного потенциала.

Анализ статистических данных Генеральной прокуратуры РФ за 2017 г. показывает, что на территории РФ около 40% преступлений, совершаемых мужчинами, приходится на лиц в возрасте до 30 лет. У женщин число преступлений в указанной возрастной группе несколько ниже – около 31%, что тоже существенно [6]. В 2018 г. МВД РФ зафиксирован рост количества несовершеннолетних, вовлеченных в антиобщественные действия или преступления (+8.3%), в том числе связанные с преступной группой либо с совершением тяжкого или особо тяжкого преступления, а также преступления по мотивам политической, идеологической, расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы (+9.8%) [7]. Навязываемая радикальными группами система взглядов является привлекательной для молодых людей в силу простоты и однозначности своих постулатов, обещаний незамедлительного получения «результата» от своих, пусть и агрессивных, действий. Необходимость личного участия в сложном и кропотливом процессе экономического и социального развития подменяется примитивными призывами к полному разрушению существующих устоев и замене их утопическими проектами. Для решения этой задачи, в том числе в молодежной среде, необходимо создать самовоспроизводящуюся систему идей, субъектов-носителей и каналов их распространения, которая сможет автономно от государства способствовать формированию позитивного общественного сознания, исключающего саму возможность использования насилия для достижения каких-либо целей.

Современные радикальные течения ведут активную работу в социальных сетях и мессенджерах для распространения своих взглядов и привлечения новых последователей [8]. Простые, понятные, зачастую хорошо продуманные, с точки зрения психологии, послания быстро распространяются по сети, подобный контент становится основным, а альтернативные, позитивные послания не доходят до молодежной аудитории в силу недостаточно эффективного оформления и способа подачи в виртуальном пространстве.

Нами был проанализирован опыт зарубежных и отечественных проектов и программ по профилактике экстремизма. Предметом исследования выступили используемые в них визуальные материалы. Цель исследования заключалась в выявлении актуальных практик создания визуальных материалов для сети Интернет в рамках профилактики агрессии, радикализма, экстремизма среди пользователей.

Зарубежный опыт использования визуальных материалов в профилактике агрессии и экстремизма среди молодежи

В европейских странах программы профилактики экстремизма одной из основных задач рассматривают воспитание молодых людей в духе гражданственности, политической, религиозной и этнической толерантности, критического мышления, отрицательного отношения к экстремизму, формирования демократических ценностей, признания ценности культурного многообразия, понимания исторических последствий этнически или политически мотивированного насилия [9]. Государству совместно с негосударственными организациями предлагается распространять в школах знания по компьютерной грамотности и критическому восприятию информации из Интернета, а также широко использовать альтернативные послания (нарративы), содержащие позитивные рассказы о социальных ценностях, толерантности, открытости, свободе и демократии [10]. Используется не только прямая контраргументация против радикальных идей («так нельзя делать, потому что...»), но и «косвенное» информирование («сделай лучше так...»). Важную роль играют эмоции, для чего нужны яркие образы, так как сутобо текстовый материал хуже воспринимается, не запоминается и иногда рассматривается как «нравоучения».

Например, в Великобритании правительство занимается воспитанием молодежи в духе «британских ценностей» (fundamental British values, FBV). Воспитание осуществляется в рамках

различных предметов гуманитарного и естественного цикла (английский язык и литература, математика, естествознание, иностранные языки, история, география, информатика, обществознание, музыка). Основная цель – подготовка молодых людей к жизни в современном британском обществе в моральном, социальном, культурном и духовном плане. Британские ценности включают: демократию (уважение демократии и поддержка участия в демократическом процессе), верховенство закона (уважение к основам права и правоприменения в Англии), индивидуальную свободу (поддержка и уважение свобод, предоставляемых законом); взаимное уважение и толерантность (поддержка равенства возможностей для всех, уважение различных традиций, религий и мировоззрений) [11]. Например, детям на уроках рисования рекомендуется рисовать портрет королевы (образ демократии), Фемиду (верховенство закона), могильный крест и красные маки в честь погибших английских солдат (отстаивание прав и свобод), флаги регионов Великобритании, религиозные символы (взаимное уважение и толерантность) [12]. Однако критики отмечают недостаточную проработку правительственных инициатив. Будучи разработанными как ответ на радикализацию и экстремизм (в первую очередь исламистского толка), при прямолинейном подходе они могут привести к отчуждению мусульман, проживающих в Великобритании [13]. Следует отметить, что давние позитивные историко-культурные связи между народами, исповедующими христианство и ислам, существующие в Российской Федерации, в странах Запада отсутствуют, что приводит к проблемам в интеграции мигрантов-мусульман в окружающее сообщество и к недопониманию между властями и диаспорами.

В США правительственные органы в пропаганде против радикализма используют простые интерактивные материалы. Например, ФБР в 2016 г. разработало игру «Не будь марионеткой», в которой даются разъяснения по различным видам экстремизма и их опасности [14]. Основная цель – информировать молодежь, раскрыть основные приемы радикальной пропаганды и научить выявлять, от каких групп исходят те или иные идеи, почему люди становятся приверженцами радикальных идей и куда обращаться в случае выявления среди знакомых и соседей признаков их приверженности радикальным идеям. Пользователь, переходя по страницам сайта, освобождает марионетку и в итоге награждается «сертификатом» ФБР [15].

Говоря о визуальных материалах, направленных на формирование терпимости, выделим

контент на сайте колледжа им. Ричарда Хьюиша (Великобритания). Материалы в виде постеров отличаются простотой изображения, лаконичным текстом, красочностью и привлекательностью [16]. Голландская художница Маргрит де Хеер с 2010 г. в сотрудничестве с Организацией Объединенных Наций и голландским правительством выпускает комиксы на разные темы: о философии («Filosofie in Beeld»), о религии («Religie in Beeld»), о науке («Wetenschappen in Beeld») [17]. Эти и другие работы автора переведены на английский язык и выпущены, в том числе, в США. Ее комиксы – это пример того, как можно подать сложные темы простым и интересным для подростков, молодежи и взрослых языком.

Есть примеры и однозначно манипулятивных приемов, используемых в пропагандистском противостоянии. Например, в Украине правительство начало использовать комиксы в антироссийской пропаганде, пытаясь сформировать единую идентичность молодых граждан Украины на основе русофобии [18, 19], хотя имеются и сугубо прикладные комиксы, например, обучающие детей избегать мин в зоне АТО на Донбассе [20].

Отечественный опыт использования визуальных материалов в профилактике агрессии и экстремизма

В России с 2015 г. Общественная палата РФ реализует проект «STOPTERROR», цель которого – мониторинг социальных сетей на наличие информации, пропагандирующей терроризм и межрелигиозную вражду, в том числе рассматриваются жалобы на группы, пропагандирующие суицид. В промежуточном отчете от 2017 г. содержится информация о тысяче заблокированных ресурсов. Ведется работа по созданию контрконтента. Так, в 2015 г. была выпущена брошюра «Страшная сказка ИГИЛ» [21], в 2016 г. – «ИГИЛ – угроза человечеству. Почему необходимо уничтожить терроризм» [22]. В рамках проекта созданы инфографики, содержащие информацию: цели организации ИГИЛ, кого вербуют в ИГИЛ, распространение пропаганды ИГИЛ в России [23]. Данные инфографики, к сожалению, отличаются перегруженностью информацией, фактами, которые, вероятнее всего, мало интересуют молодежь.

В рамках проекта «Остановим пропаганду экстремизма и терроризма» разработаны постеры, представляющие собой фотографии жертв, погибших от деятельности террористических организаций, с цитатами из Корана, указанием количества жертв и их биографиями [24]. Одна-

ко материал «переполнен» текстом и акцентирует внимание на насилии экстремистов, не предлагая позитивных альтернативных моделей поведения. В целом, многие официальные сайты органов государственной власти имеют закладки «Против терроризма», но информация часто представлена в виде сплошного текста, подана сухим, «бюрократическим» языком.

С 2005 г. выходит детский журнал «Спасайкин» [25] (официально поддержан Национальной антитеррористической комиссией), в котором в простой и игровой форме, рассчитанной на детей, показано правильное поведение в самых различных сложных ситуациях, начиная от пожара до захвата заложников. Подобные материалы подходят для детей младшего возраста. Родители и педагоги могут использовать их для обучения детей безопасному поведению. Журнал выходит в печатном виде и доступен по подписке. Следует отметить, что указанная форма распространения в современных реалиях непопулярна. В электронном же виде журнал не издается и не распространяется, что существенно уменьшает количество получателей информации.

Сегодня в России мы можем наблюдать в основном государственную активность в сфере пропаганды против терроризма и экстремизма. Общественные институты пока широко не распространяют собственный контент по профилактике деструктивных идей, а используют материалы государственных органов, что формирует достаточно однообразную информационную среду: сухие факты, «серьезная» подача информации, часто без привлекательных альтернативных образов и креатива. Такая продукция не будет популярна среди молодежи, она трудно самовоспроизводится и распространяется.

Анализируя западное информационное поле формирования позитивных ценностей, безопасных стратегий поведения, можно выделить огромный пласт – культуру комиксов, сформировавшуюся во многом в США. Уже с 1930-х гг. комиксы, кроме развлекательного характера, приобретают пропагандистскую функцию, формируя информационную повестку. Широко известные супергерои Супермен, Бэтмен, Капитан Америка и др. – это герои, которые не только боролись с преступниками и злодеями, но и персонажи, которые в годы Второй мировой войны выступали против германского и японского фашизма, а в дальнейшем стали использоваться в идеологической борьбе против СССР и коммунизма. Отмечается, что с развитием кинематографического искусства, компьютерных технологий роль и место комиксов в американской культуре смещается [26]. Тем не менее комиксы хороши тем, что способны создавать

позитивные запоминающиеся образы и монетизировать создаваемый контент не только в виде продаж печатной продукции, но и посредством целой индустрии фильмов, мультипликации и компьютерных игр мирового масштаба. Полагаем, что использование данного вида искусства, адаптированного к современной российской действительности, может стать одним из эффективных инструментов воспитания молодежи.

В целом об актуальности именно комиксов, постеров, простой инфографики говорится в публикациях А.В. Карпинского [27], Д. Замалетдинова [26], Криса Симса [28]. Мы имеем два интересных опыта культуры комиксов в России: 1) «Bubble Comics» – крупнейшее издательство комиксов в России, 2) комикс-проект «РЕСПЕКТ 2.0». Издательство «Bubble Comics» отличается высоким профессионализмом в качестве исполнения, сюжетные линии схожи с американскими (супергерои, злодеи и т.д.). Данный проект ориентирован на коммерческое распространение, комиксы продаются через интернет-сайты и в книжных магазинах, по некоторым сюжетным линиям уже снимаются фильмы.

Комикс-проект «РЕСПЕКТ 2.0» – это международный проект, созданный совместно Немецким культурным центром им. Гете в Москве и московским международным фестивалем рисованных историй «КомМиссия». Все комиксы выложены на сайте проекта и доступны любому желающему в полной версии, с указанием авторов. Проект отличается тем, что он изначально ориентирован на социально важные вопросы: миграция, толерантность, профилактика агрессии и нетерпимости. Более того, «РЕСПЕКТ 2.0» включает не только комиксы, но и комплексы мероприятий для детей, молодежи и преподавателей.

Таким образом, в современной российской культуре имеется определенный потенциал для создания контента для пропаганды, направленной против терроризма, экстремизма и агрессии. Другим творческим подходом, ориентированным на визуальные каналы восприятия информации и учитывающим ориентиры молодежи в нашей действительности, является социальная реклама.

Опыт использования социальной рекламы как информации, направленной на достижение благотворительных, иных общественно полезных целей и обеспечение интересов государства, уже является частью российской системы противодействия экстремизму. Социальная реклама способствует созданию образов требующей решения социальной проблемы и государственного участия в данной области. Исследователи полагают, что повысить эффективность

отечественных антитеррористических посланий можно путем не только повышения их качества и разработки стратегии распространения, но и внесения в них большего эпатажа, неординарности и «шоковости» для заметности [29].

Чаще всего социальная реклама использует методы визуальной пропаганды: видео, картинки, слоганы, символы. Визуальные материалы, с нашей точки зрения, решают следующие задачи в рамках профилактики агрессии и радикализма: 1) создают позитивный образ окружающего мира и людей; 2) содействуют формированию гуманистической солидарности, общегражданской идентичности и нравственных ценностей; 3) развивают критическое мышление; 4) дают наставления в плане правильного поведения; 5) формируют позитивный образ будущего, общей семьи и заботы со стороны окружающего сообщества.

Однако при этом следует обращать внимание и на такие проблемы, как недостаточное взаимодействие между семьей, учебными заведениями, работодателями, правоохранительными органами. Эксперты отмечают, что в современной социальной действительности факторами вовлечения молодежи в экстремистскую и террористическую деятельность являются: широкая пропаганда идей некоторыми СМИ и интернет-сайтами, неустроенность жизни и безвыходность положения, пробелы в воспитании в семье, юношеский максимализм, отсутствие идеалов, идеологии, слабость патриотического воспитания [8].

В качестве основных видов визуальной пропаганды, наиболее доступных в плане небольших финансовых затрат и распространения, можно отметить: комиксы, постеры, инфографики, плакаты. Материалы обязательно должны быть рассчитаны не только на молодежь, но и на родителей. Кроме того, формат материалов должен быть: 1) удобным для распространения в электронной форме; 2) подходящим для распечатки и использования в качестве средства наглядности без особой потери качества. Таким образом работники учебных заведений получают дополнительный инструмент для проведения воспитательной работы.

Привлекательный образ является немаловажным по одной причине – молодежь должна не только активно потреблять, но и самостоятельно, по своей инициативе распространять информационный контент. Сделать это без позитивных и красиво нарисованных героев невозможно. И в этом плане альтернатив тематическим комиксам пока не существует. Кроме того, комиксы в перспективе способны дать начало целой индустрии, когда на базе персо-

нажей и сюжетов создаются графические новеллы, литературные произведения (фанфики), художественные и мультипликационные фильмы, компьютерные игры, продукция массового потребления в виде атрибутики, одежды, бытовых предметов. Распространение контента становится, с одной стороны, привлекательным для масс, а с другой – позволяет извлечь прибыль для самих производителей и распространителей. Сочетание интереса и материальной выгоды поддерживает существование идей лучше, чем только одностороннее финансирование идеологических проектов со стороны одного заказчика – государства. Если советский идеологический проект навязывался правительством и после экономического коллапса оказался нежизнеспособен, то американская идеология использует методы «косвенной» пропаганды, которая сочетает в себе государственный заказ с частной предпринимательской инициативой.

Отечественный исследователь Ю.В. Котляренко в своей работе рассматривает комиксы, графические новеллы, демотиваторы, графические гиды и интернет-мемы (т.н. элементы «экранной культуры»), прямо затрагивающие проблемы ксенофобии, расизма и шовинизма [30]. Полагаем, что наряду с данными материалами, безусловно, необходимыми в условиях противостояния общества проявлениям экстремизма и терроризма, востребованы также графические материалы (включая постеры, инфографику); 1) формирующие общегражданскую идентичность и позитивную социальную активность; 2) обучающие критическому мышлению и снижению агрессии; 3) знакомящие с правилами безопасности в Интернете и социальных сетях.

«Экранная культура» в настоящее время востребована и родителями, особенно молодыми. Число людей старшего поколения, воспитанных на «текстовой культуре» советского периода, все больше сокращается, и в родительский возраст вступили люди, чья социализация пришлась на 1990–2000-е гг. Этому поколению так же, как и современной молодежи, часто свойственно «клиповое» мышление.

Комиксы и постеры для удобства восприятия и распространения выполняются в виде одностраничных материалов различного формата, объединяющих в себе графические рисунки и текст, который по возможности сведен к минимуму; информация подается тезисно, кратко. Основной упор делается на привлекательные образы, не допускающие двоякого толкования, в которых подается не контрнарратив антиэкстремистского содержания, а альтернативные послания.

Выводы

По результатам анализа имеющихся в сети интернет-материалов, направленных на снижение агрессии и профилактику экстремизма, отметим, что зарубежный опыт представляется разнообразным и отличается оригинальностью подходов к созданию контента. Зарубежные материалы носят просветительский характер, в целом направлены на снижение социального напряжения в обществе, например ведется активная работа по борьбе с буллингом в школе и в сети. С другой стороны, контент, разработанный в конкретной стране, иногда малоприменим на другой территории (например, опыт Великобритании с популяризацией британских ценностей). Также зарубежные материалы отличаются высоким качеством выполнения, так как создаются профессиональными иллюстраторами. Благодаря такому подходу материалы интересны и привлекательны для детей младшего и среднего возраста. Кроме того, молодежная аудитория всех возрастов охватывается развитой индустрией комиксов, через героев которых внедряются определенные идеи и паттерны поведения.

В отечественном сегменте Интернета отмечается переизбыток «прямой» антирадикальной агитации в исполнении государственных органов. В России в рамках контртеррористической и антиэкстремистской пропаганды государственные институты не всегда создают достаточно актуальные и качественные материалы. Между тем превалирование подобной прямой антиэкстремистской пропаганды может повлечь негативный эффект, так как существует риск «рекламы» антиобщественных идеологий. С другой стороны, ряд позитивных и интересных материалов разрабатывается представителями гражданского общества, но они не всегда получают поддержку для своего развития.

Полагаем более эффективным воспитание общественно полезных моделей поведения среди молодежи на базе альтернативных нарративов. Учитывая современную ситуацию с распространением экстремистских идеологий, основное внимание стоит обратить на такие темы, как общечеловеческие ценности (добро, гуманизм, терпимость, дружба); позитивные стратегии поведения в сложных ситуациях (особенно актуальна тема буллинга); просвещение о безопасном поведении в интернет-пространстве, опасностях радикализма и агрессии.

В отечественном и зарубежном информационном поле есть запрос на привлекательные визуальные материалы для молодежи воспитательного и антиэкстремистского характера.

Данные материалы призваны не только информировать об угрозах и снижать агрессию, но и предлагать альтернативные позитивные, общественно полезные модели поведения. Сочетание текстов, изображений и символов содействует формированию общественного мнения, образа мышления и ценностей подрастающего поколения, а сами визуальные материалы становятся важным подспорьем для преподавателей и воспитателей в учебных заведениях. Необходимо более чутко реагировать на тенденции в виртуальном мире и в молодежных субкультурах, отслеживать наиболее популярные и доступные образы для контрпропаганды и альтернативных посланий. Среди наиболее эффективных современных форматов можно выделить комикс, постер, инфографики, распространяемые посредством интернет-сайтов, социальных сетей и мессенджеров.

По содержанию визуальные материалы можно классифицировать следующим образом: 1) предупреждающие об опасности; 2) предоставляющие информацию о правилах поведения в сложных ситуациях («обучающие»), 3) предлагающие альтернативные позитивные модели поведения («воспитывающие»); 4) комплексные визуальные материалы (предупреждающие, обучающие, воспитывающие). К последней группе можно отнести комиксы, однако отечественный и зарубежный опыт показывает, что в информационном поле должны быть представлены все актуальные форматы, как от сложных и дорогостоящих графических произведений с проработанным сюжетом, так и до простых и доступных инфографик, постеров, демотиваторов. Немаловажную роль играет и возможность применения визуальных материалов преподавателями в образовательном процессе.

Один из принципов социальной работы гласит: «Профилактика – лучший способ решения проблемы». Силы государства и гражданского общества должны быть направлены на профилактику негативных явлений в обществе. И в первую очередь не только в виде демонстрации негативных проявлений со стороны радикальных групп, а через создание среды, в которой превалируют позитивные ценности. Если семья как социальный институт будет выполнять свои функции, школа и высшие учебные заведения – свои и, кроме того, будет создана досуговая система для детей и подростков (в виде кружков, секций, клубов и т.д.), идеология радикальных групп не будет находить массового отклика в молодежной среде. Необходимо развивать систему патриотического и духовно-нравственного воспитания, создать условия для усвоения молодежью общечеловеческих и

гражданских ценностей, позитивных норм поведения, отрицания идеологии насилия. Распространение терроризма и экстремизма в первую очередь является сигналом для общества о существующих социальных проблемах, «решение» которых некоторые его члены пытаются отыскать в деструктивном поведении.

Список литературы

1. Банда подростков избил отдыхающих в центре Петербурга, 28 августа 2018. URL: <https://ria.ru/20180828/1527317284.html> (дата обращения: 19.05.2019).
2. Керченский колумбайн? 17 октября 2018. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/10/17/78234-kerchenskiy-kolumbaun> (дата обращения: 19.05.2019).
3. Амелина Я.А. «Группы смерти» как угроза национальной безопасности России. Аналитический доклад (18+) / Кавказский геополитический клуб. М.: Издатель А.В. Воробьев, 2017. 76 с.
4. Студент МГТУ убил свою бывшую девушку и написал об этом во «ВКонтакте». Что об этом известно, 23 января 2018. URL: <https://meduza.io/feature/2018/01/23/student-mgtu-ubil-svoyu-podругu-iz-za-nerazdelennoy-lyubvi-i-napisal-ob-etom-vo-vkontakt-e-glavnoe> (дата обращения: 19.05.2019).
5. Горбунов К.Г. Противодействие террористической пропаганде в Интернете // Вестник Омского университета. Серия: Психология. 2016. № 2. С. 20–35.
6. Социальный портрет преступности за 2017 г. // Портал правовой статистики Генеральной прокуратуры Российской Федерации. URL: http://crimestat.ru/social_portrait (дата обращения: 19.05.2019).
7. Антонян Ю.М., Бражников Д.А., Гончарова М.В. и др. Комплексный анализ состояния преступности в Российской Федерации и расчетные варианты ее развития: аналитический обзор. М.: ФГКУ «ВНИИ МВД России», 2018. С. 67–72.
8. Вихрян А.П. Интернет как фактор радикализации сознания молодежи // Материалы Международ. научно-практической конф. «Создание воспитательной антиэкстремистской и антитеррористической среды в современном вузе» / Под ред. В.Е. Быданова. СПбГТИ (ТУ), 2016. С. 116–121.
9. Preventing Radicalisation to Terrorism and Violent Extremism. Radicalisation Awareness Network, 2016. P. 11. URL: <https://www.ifv.nl/kennisplein/Documents/2016-RAN-Preventing-Radicalisation-to-Terrorism-and-Violent-Extremism.pdf> (дата обращения: 19.05.2019).
10. Briggs R., Feve S. Policy Briefing: Countering the Appeal of Extremism Online. Institute for Strategic Dialogue, 2014. P. 3, 13.
11. Mills P. Promoting Fundamental British Values Policy. September 2017 / Cambridge International School. URL: <https://cambridgeinternationalschool.co.uk/wp-content/uploads/CIS-Promoting-Fundamental-British-Values-Policy-201718.pdf>; <http://www.nunthorpe.co.uk/content/uploads/2015/09/British-Values-subject-Dec2015.pdf> (дата обращения: 19.05.2019).
12. Bruce S. The Teaching of Fundamental British Values Through Art. 2015. URL: http://chaliceartsuk.co.uk/wp-content/files_mf/1457895262TheTeachingofFundamentalBritishVlauesthroughArtPowerPointbyStephenBruce.pdf (дата обращения: 19.05.2019).
13. Fundamental British Values Origins, controversy, ways forward: a symposium. Compiled by Robin Richardson and Bill Bolloten for Race Equality Teaching, January 2015. URL: <http://www.insted.co.uk/british-values.pdf> (дата обращения: 19.05.2019).
14. Rockwell G. FBI Game: What is Violent Extremism? October 12, 2016. URL: <http://theoreti.ca/?p=6338> (дата обращения: 19.05.2019).
15. Don't Be a Puppet. URL: <https://cve.fbi.gov/home.html> (дата обращения: 19.05.2019).
16. Сайт колледжа им. Ричарда Хьюиша. URL: <http://www.huish.ac.uk/for-parents/safeguarding-and-prevent/> (дата обращения: 19.05.2019).
17. Сайт Маргрит де Хеер. URL: <http://margreetdeheer.com/home/index.html> (дата обращения: 19.05.2019).
18. Юкрейн Продакшнз представляет: Треш и угар. Галлюцинации «украинской революции 1917–1921 годов». 17 июля 2017. URL: <https://universe-tss.su/main/politika/ukr/49566-yukreyn-prodakshnz-predstavlyayet-tresh-i-ugar-gallyucinacii-ukrainskoy-revolycii-1917-1921-godov.html> (дата обращения: 19.05.2019).
19. Превратили страну в комикс. 26 июля 2017. URL: <https://chervonec-001.livejournal.com/1946398.html> (дата обращения: 19.05.2019).
20. «Замінована прогулянка»: волонтеры создали комикс по минной безопасности для детей Донбасса. 31.10.2017. URL: <https://vchasnoua.com/donbass/53710-foto-zaminovana-progulyanka-volontery-sozdali-komiks-po-minnoj-bezopasnosti-dlya-detej-donbassa> (дата обращения: 19.05.2019).
21. Общественная палата РФ выпустила брошюру «Страшная сказка ИГИЛ», 16 декабря, 2015 г. URL: <https://www.oprf.ru/press/news/2015/newsitem/32125> (дата обращения: 19.05.2019).
22. ИГИЛ – угроза человечеству. Почему необходимо уничтожить терроризм. М.: Издательство «Букки Веди», 2016. 40 с. URL: https://www.oprf.ru/files/1_2016dok/broshyura_IGIL_ugroza07092016.pdf (дата обращения: 19.05.2019).
23. Общественной палатой РФ подготовлена инфографика с разъяснением, что такое ИГ, какие страны охватывает, какие методы вербовки применяет. URL: <https://www.oprf.ru/1449/2134/2205/2208/> (дата обращения: 19.05.2019).
24. Материалы программы противодействия пропаганде терроризма. URL: <https://www.oprf.ru/1449/2134/2412/2377/> (дата обращения: 19.05.2019).
25. Сайт детского журнала «Спасайкин». URL: <http://spasaykin.ru/> (дата обращения: 19.05.2019).
26. Замалетдинов Д. Американский комикс как средство пропаганды // Вернадский. 14 апреля 2017. URL: http://vernsky.ru/pubs/6832/Amerikanskiy_komiks_kak_sredstvo_propagandy?view_mode=text (дата обращения: 19.05.2019).
27. Карпинский А.В. Комиксы в политической рекламе и пропаганде // Лаборатория информационно-психологических технологий Александра Потеряхина. 4 января 2017. URL: <http://labipt.com/comics-in-political-advertising-and-propaganda/> (дата обращения: 19.05.2019).

28. Sims C. Red scare: Our favorite comic book communists // Comics Alliance. 9 November 2009. URL: <http://comicsalliance.com/comic-book-communists/> (дата обращения: 19.05.2019).

29. Панюкова С.А. Визуальные образы в российской антитеррористической социальной рекламе // Медиасреда. 2017. № 12. С. 220–228.

30. Котляренко Ю.В. Визуальные единицы культурной информации как средство педагогической превенции идеологии радикализма // Интернет-журнал «Наукovedение». 2015. Т. 7. № 3. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/191PVN315.pdf> (дата обращения: 19.05.2019).

APPLICATION OF VISUAL MATERIALS IN PREVENTION OF AGGRESSION AND EXTREMISM AMONG YOUNG PEOPLE: FOREIGN AND DOMESTIC EXPERIENCE

I.A. Mukhametzaripov, M.R. Gibadullina

Center of Islamic Studies, Tatarstan Academy of Sciences

The features of visual materials aimed at preventing terrorism, extremism and other negative phenomena are outlined. Today, not only terrorist groups, but in general, radical-minded groups (for example, extreme nationalists or new religious movements) spread a variety of propaganda among young people. The need to use modern technologies for disseminating alternative information among young people, which would not «advertise» radicalism, aggression, negative manifestations, etc., is quite acute. The article analyzes the experience of foreign and domestic projects aimed at preventing negative phenomena. Special attention is given to visual materials as an effective tool for ideological work with young people and a way of presenting information for today's young people who are distinguished by «clip thinking», who are educated and live within the framework of «screen culture». It is necessary to conduct focused work on the creation and dissemination of positive content. Unfortunately, some existing materials today rather «advertise» negative phenomena, while it is necessary to spread an alternative narrative more, which would contain positive values and «correct» behavioral strategies for children and young people. The youth information field needs to be saturated with visual materials presented at an adequate level. Modern Russian Internet culture has the potential to create content for counter-propaganda against terrorism, extremism and aggression. For example, the comic book publisher «Bubble Comics» and the comic project «RESPECT 2.0» are focused on visual channels of information perception and take into account the interests of modern young people.

Keywords: youth, propaganda, counter-propaganda, values, positive content, visual materials, comic, poster, infographics.