## УДК 37.013

## ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ РАБОТА: ИНФОРМАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКИЙ АСПЕКТ

**А.Ю. Савченко**

*Военная академия, е-mail: vauuy@mail.ru*

**В статье дается обоснование востребованности военно-политической работы в деятельности Вооруженных Сил Российской Федерации, как в мирное время, так и в условиях боевых действий; особое внимание уделяется информационно-пропагандистскому аспекту как содержательному компоненту военно-политической пропаганды и агитации в условиях Специальной военной операции; дается характеристика традиционных методов информационно-пропагандистской работы и ее форм; наряду с этим выделяется современный потенциал ее методического обеспечения, включающего информационные (видеосвязь с семьей, видеосюжеты военных корреспондентов и их комментарии), наглядно-художественные (граффити, билборды) методы, а также средства (волонтерское движение, направленное на оказание как материальной, так и духовно-моральной помощи военнослужащим); выделяется значимая роль личностно-профессиональных качеств и умений офицера в реализации информационно-пропагандистской работы.**

**Ключевые слова**: военно-политическая работа, информационно-пропагандистская работа, методы, формы, средства, личностно-профессиональные качества и умения.

**MILITARY-POLITICAL WORK: OUTREACH ASPECT**

**A.Yu. Savchenko**

*Military Academy, e-mail: vauuy@mail.ru*

**The article provides a justification for the demand for military-political work in the activities of the Armed Forces of the Russian Federation, both in peacetime and in combat; particular attention is paid to the outreach aspect as a substantive component of military-political propaganda and agitation in the context of the Special Military Operation;** **Characterize traditional methods of outreach and its forms; along with this, the modern potential of its methodological support is highlighted, including information (video communication with the family, videos of military correspondents and their comments), visual and artistic (graffiti, billboards) methods, as well as means (volunteer movement aimed at providing both material and spiritual and moral assistance to military personnel); a significant role of the officer's personal and professional qualities and skills in the implementation of outreach work is highlighted.**

**Key words**: military-political work, outreach work, methods, forms, means, personal and professional qualities and skills.

В настоящее время военно-политическая работа занимает особое место в деятельности Вооруженных Сил Российской Федерации (ВС РФ). Она становится более многогранной, а спектр выполняемых ею задач расширяется. В соответствии с приказом МО РФ №803 «Об утверждении руководства по организации военно-политической работы в Вооруженных Силах Российской Федерации» [1] работа с личным составом должна вестись непрерывно как в мирное время, так и в условиях боевых действий. Современный опыт специальной военной операции позволяет утверждать, что наиболее актуальным форматом проведения военно-политической работы (ВПР) для командира в боевых условиях является информационно-пропагандистская работа.

Информационно-пропагандистская работа – это комплекс мероприятий по своевременному доведению и разъяснению политически значимой информации, информационному продвижению интересов обеспечения национальной безопасности, разработке и реализации контрпропагандистских мер противодействия негативному информационному влиянию. Основными ее задачами и целями является поддержание должного уровня боеготовности и боеспособности подразделения для успешного выполнения боевых задач, а также защита личного состава от информационного воздействия. Информация может быть не только совокупностью сведений, но и мощнейшим оружием.

Военно-политическая пропаганда и агитация, и ее составляющая информационно-пропагандистская работа, являлись предметом исследования А. Б. Асташова [2], А. В. Голубева[3], О.С. Поршневой [4], А. А. Иванова [5], Н. Д. Козлова[6], В. А. Цибикова [7] и др.

Научная задача нашего исследования заключалась в характеристике методического обеспечения информационно-пропагандистской работы и её современного потенциала.

К традиционным методам проведения информационно-пропагандистской работы относятся:

1. Пропаганда – способ распространения важной общественно-государственной, военно-технической и правовой информации среди личного состава частей и подразделений с ярко выраженной функцией убеждения, отражающей интересы и потребности различных социальных групп, прежде всего самих военнослужащих.
2. Агитация – способ целенаправленного информационного воздействия на сознание, настроение и активность личного состава путем формирования у него стремления и побуждения к определенным действиям или необходимому поведению.
3. Реклама – специфический способ распространения социальной информации о тех или иных объектах и видах услуг с целью привлечения внимания общественности (популяризации) и формирования благоприятного отношения к ним, а также повышения спроса и побуждения людей к определенного рода действиям и поведению.
4. Просвещение – способ распространения и популяризации среди личного состава специальных знаний и другой общественно-значимой информации с выраженной функцией разъяснения, развития общественного сознания и повышения культурно-образовательного уровня людей.
5. Метод спора. Одним из наиболее часто употребляемых методов информационно-воспитательной работы, без которого не обходятся служебные и личные коммуникации военнослужащих является метод спора. Под ним понимается всякое столкновение мнений по какому-либо вопросу, предмету в форме разногласий или борьбы, в ходе которой каждая из сторон отстаивает свою правоту.
6. Метод критики. В практике информационно-воспитательной работы довольно часто применяется метод критики. Он представляет собой способ информационно-психологического воздействия на военнослужащих с помощью отрицательных оценочных суждений или разбора их поведения в целях указания на недостатки.
7. Метод похвалы. Похвала – это способ адресного выражения положительной оценочной информации о личности военнослужащего или воинском коллективе, направленный на моральное поощрение и стимулирование их деятельности.

При проведении информационно-пропагандистской работы используются следующие основные формы: единый день государственно-правового информирования, еженедельное государственно-правовое информирование, ежедневное оперативное информирование, выпуск информационных бюллетеней, подготовка обзоров материалов, которые публикуются в СМИ и размещаются в сети Интернет, наглядно-художественное оформление, стенная печать, целевые информационно-пропагандистские акции.

Вместе с тем, анализ современного этапа проведения информационно-пропагандистской работы, учитывающий опыт проведения Специальной военной операции (СВО) на Украине, позволяет выделить ее современный потенциал. Под «потенциалом» мы понимаем функциональные возможности, расширяющие результативность применения традиционных методов, форм и средств.

В ряду современных информационных средств, можно выделить применение планшетов (ПК), представляющих многофункциональные носители, значительно облегчающие реализацию задач информирования, распространение примеров героизма и мужества, запечатленных на видео- в условия реальных боевых действий (пример оперативных действий боевого экипажа танка «Алеша», примеры хладнокровия и мужества поединков наших бойцов с безпилотниками, завершившиеся победой хладнокровия и духа человека над цифровыми технологиями, искусственным интеллектом). Наряду с этим, ПК позволяют бойцам в промежутках непродолжительного отдыха знакомиться с «золотой коллекцией советских кинофильмов с их высокой духовностью, патриотизмом, приоритетом общественно-государственных ценностей.

Современным наглядно-художественным средством, расширившим возможности традиционной деятельности военных журналистов, являются репортажи с места событий, сопровождаемые видеосюжетами в реальном времени; либо комментарии военных журналистов в социальных сетях, касающихся значимых событий в зоне СВО.

Получило широкое распространение в российских городах и населенных пунктах такое наглядно-художественное средство как граффити (изображение краской на стенах или других поверхностях), представленные в гигантских размерах на улицах городов и запечатлившие как героические подвиги бойцов-участников СВО, так и демонстрирующие поддержку населения СВО. В ряду наглядно-художественных средств с аналогичным содержанием можно выделить билборды (рекламные щиты), популяризирующие примеры отваги и мужества бойцов СВО.

Современным медийным средством взаимосвязи участников СВО с семьями являются онлайн-встречи (видеосвязь с родственниками в условиях реального времени через специальные приложения), позволяющие получить моральную поддержку и душевное тепло родных и близких, укрепляющих дух и уверенность бойцов в необходимости победы, наполняющих реальным содержанием смысл ведения военной операции.

Расширяющим возможности традиционных средств, является волонтерское движение, направленное на оказание необходимой помощи участникам СВО. Несмотря на исторические истоки этого движения, направленного на добровольное привлечение средств населения и особо ярко проявившегося в годы Великой Отечественной войны, на современном этапе возможности добровольной помощи населения расширяются средствами популярных социальных сетей (Internet, Вконтакте, мессенджер Telegram и т.д.), обеспечивающих интерактивное взаимодействие людей, дающее возможность распространять информацию, объединяться в сообщества по интересам и, вследствие этого, быстро доносить до граждан информацию о содержании и количестве необходимой помощи для бойцов, а также интерактивно собирать средства для такой помощи. В перечне необходимого можно выделить как исторически закрепившиеся предметы (носки, варежки, окопные свечи, маскировочные сети, продукты, теплая обувь и одежда), так и современные средства (тактические медицинские средства, тактические очки, наушники, квадракоптеры, тепловизоры, пятиточечники; саперные кошки, с целью проверки безопасности предметов на заминирование и для транспортировки раненых с поля боя на эвакуационной стропе; тактические бескаркасные носилки и т. д.).

Однако следует заметить, что добровольные пожертвования советских граждан, представителей творческой и технической интеллигенции по масштабу (строительство боевых самолетов, танков, танковых колонн, истребительных эскадрилий) несопоставимо в настоящее время с позицией и вкладом российских олигархов, творческой «элиты».

Таким образом, следует отметить, что на современном этапе информационно-пропагандистская работа занимает важное место в ходе ведения боевых действий. В свою очередь, успех её проведения зависит от личных качеств и педагогических умений и навыков офицера. Важным направлением данной работы в зоне вооруженного конфликта является взаимодействие с местным населением, когда российский военнослужащий является представителем государства и, в этой связи, он обязан уметь не только устанавливать контакты с мирными жителями, но и доносить до их сознания политику Российского государства и его Вооруженных сил.

**Список источников**

1. Об утверждении Руководства по организации военно-политической работы и Вооруженных Силах Российской Федерации. Приказ МО РФ №803 от 28 декабря 2021 г. Режим доступа URL: https://base.garant.ru/405116179/ (дата обращения 30.03.2024 г.)

2. Асташов А. Б. Фронтовая повседневность российских солдат, август 1914-февраль 1917 г. М.: РГГУ, 2018. 363 с

3. Голубев А. В. Между пропагандой и реальностью // Российская история. 2017. № 3. С.169-172.

4. Голубев А. В., Поршнева О. С. Пропаганда до 1918 года. История пропаганды. Режим доступа URL: https://propagandahistory.ru/ (дата обращения 30.03.2024 г.)

5. Иванов А. А. Коммуникативное пространство войны: пропаганда и общественные настроения: Учебно-методическое пособие. СПб: ИИ СПГУ, 2017. 72 с.

6. Козлов Н. Д. С волей к победе: Пропаганда и обыденное сознание в годы Великой Отечественной войны. СПб: Ленингр. гос. обл. ун-т им. А. С. Пушкина, 2002. 312 с.

# 7. Цибиков В. А. Актуальные проблемы информационно-пропагандистской работы в Вооруженных Силах Российской Федерации //Мир образования – образование в мире. 2015. №2(58). С. 285-291

**Spisok istochnikov**

1. Ob utverzhdenii Rukovodstva po organizacii voenno-politicheskoj raboty i Vooruzhennyh Silah Rossijskoj Federacii. Prikaz MO RF №803 ot 28 dekabrya 2021 g. Rezhim dostupa URL: https://base.garant.ru/405116179/ (data obrashcheniya 30.03.2024 g.)

2. Astashov A. B. Frontovaya povsednevnost' rossijskih soldat, avgust 1914-fevral' 1917 g. M.: RGGU, 2018. 363 s

3. Golubev A. V. Mezhdu propagandoj i real'nost'yu // Rossijskaya istoriya. 2017. № 3. S.169-172.

4. Golubev A. V., Porshneva O. S. Propaganda do 1918 goda. Istoriya propagandy. Rezhim dostupa URL: https://propagandahistory.ru/ (data obrashcheniya 30.03.2024 g.)

5. Ivanov A. A. Kommunikativnoe prostranstvo vojny: propaganda i obshchestvennye nastroeniya: Uchebno-metodicheskoe posobie. SPb: II SPGU, 2017. 72 s.

6. Kozlov N. D. S volej k pobede: Propaganda i obydennoe soznanie v gody Velikoj Otechestvennoj vojny. SPb: Leningr. gos. obl. un-t im. A. S. Pushkina, 2002. 312 s.

7. Cibikov V. A. Aktual'nye problemy informacionno-propagandistskoj raboty v Vooruzhennyh Silah Rossijskoj Federacii //Mir obrazovaniya – obrazovanie v mire. 2015. №2(58). S. 285-291