

Научная статья

УДК 378

<https://doi.org/10.35750/2071-8284-2025-1-231-240>

## Информационно-пропагандистская работа в органах внутренних дел: направления и методы совершенствования

Наталья Федоровна Гейжан<sup>1</sup>, доктор педагогических наук, профессор  
Игорь Андреевич Кравцун<sup>2</sup>, адъюнкт

Санкт-Петербургский университет МВД России

Санкт-Петербург (198206, ул. Летчика Пилутова, д. 1), Российская Федерация

<sup>1</sup> [naftus@yandex.ru](mailto:naftus@yandex.ru), <sup>2</sup> [kravia52@gmail.com](mailto:kravia52@gmail.com)

<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0002-1272-8766>, <sup>2</sup> <https://orcid.org/0009-0007-1818-7888>

### Аннотация:

**Введение.** В статье обосновывается возрастание роли пропагандистской работы с сотрудниками органов внутренних дел (далее – ОВД). Обсуждаются особенности современного периода пропагандистской работы, такие как разнообразие источников информации, разнообразие мнений и оценок общественно-политических событий, целенаправленное распространение недостоверной и враждебной информации. Повышение квалификации будущих и действующих сотрудников пропагандистов рассматривается как важная форма повышения эффективности пропаганды при работе с личным составом в ОВД.

**Методы исследования.** Анализ научной литературы, нормативных правовых актов, регламентирующих информационно-пропагандистскую работу (далее – ИПР) с личным составом ОВД.

**Результаты.** Исследование показало необходимость повышения квалификации пропагандистов в условиях современного информационного общества. Предлагается пять направлений совершенствования курсов повышения квалификации сотрудников, ответственных за ИПР в ОВД: уточнение содержания понятий информации и пропаганды, выявление социально-психологических условий эффективности пропаганды, исследование психологических условий восприятия пропагандистских материалов, формы и методы ИПР, педагогическое сопровождение контрпропаганды и борьбы с фейками.

**Заключение.** Анализ направлений совершенствования курсов повышения квалификации сотрудников подразделений по работе с личным составом, осуществляющих ИПР в ОВД, показал существенные изменения условий, в которых осуществляется пропагандистская работа. Существует объективная необходимость подготовки, переподготовки и повышения квалификации пропагандистов. Рассмотренные направления совершенствования пропагандистской работы в подразделениях ОВД могут стать материалом для методических рекомендаций и самостоятельной работы сотрудников, осуществляющих ИПР.

### Ключевые слова:

информационно-пропагандистская работа, личный состав ОВД, пропаганда, направления повышения курсов повышения квалификации

### Для цитирования:

Гейжан Н. Ф., Кравцун И. А. Информационно-пропагандистская работа в органах внутренних дел: направления и методы совершенствования // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2025. № 1 (105). С. 231–240. <https://doi.org/10.35750/2071-8284-2025-1-231-240>.

Статья поступила в редакцию 31.10.2024;  
одобрена после рецензирования 10.01.2025;  
принята к публикации 20.03.2025.

Original article

## Information and propaganda work in internal affairs bodies: directions and methods of improvement

Natalya F. Geyzhan<sup>1</sup>, Dr. Sci. (Ped.), Professor

Igor' A. Kravtsun<sup>2</sup>, Postgraduate

Saint Petersburg University of the MIA of Russia

1, Letchika Pilyutova str., Saint Petersburg, 198206, Russian Federation

<sup>1</sup> [naftus@yandex.ru](mailto:naftus@yandex.ru), <sup>2</sup> [kravia52@gmail.com](mailto:kravia52@gmail.com)

<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0002-1272-8766>, <sup>2</sup> <https://orcid.org/0009-0007-1818-7888>

© Гейжан Н. Ф., Кравцун И. А., 2025

**Abstract:**

**Introduction.** The authors substantiate the increasing role of propaganda work with employees of internal affairs bodies (hereinafter - IAB). The peculiarities of the modern period of propaganda work, such as diversity of information sources, diversity of opinions and assessments of social and political events, purposeful dissemination of unreliable and hostile information are discussed. Professional development of future and current propagandists is considered as an important form of increasing the effectiveness of propaganda in working with personnel in IABs.

**Methods of research.** Analysis of scientific literature, normative legal acts regulating outreach work (hereinafter - IPR) with IAB personnel.

**Results.** The study has shown the need to improve the qualifications of propagandists in the conditions of modern information society. The authors propose five directions for improving the professional development courses for employees responsible for IPR in IAB. These are clarification of the content of the concepts of information and propaganda, identification of socio-psychological conditions of propaganda effectiveness, research of psychological conditions of perception of propaganda materials, forms and methods of IPR, pedagogical support of counterpropaganda and the fight against fakes.

**Conclusion.** The analysis of the areas for improving the professional development courses for the staff of personnel relations units that carry out IPR at internal affairs bodies has shown significant changes in the conditions in which propaganda work is carried out. There is an objective need for training, retraining and professional development of propagandists. The discussed areas of improving propaganda work in IAB units can become a material for methodological recommendations and independent work of the staff carrying out IPR.

**Keywords:**

outreach work, IAB personnel, propaganda, directions for professional development courses

**For citation:**

Geyzhan N. F., Kravtsun I. A. Information and propaganda work in internal affairs bodies: directions and methods of improvement // Vestnik of Saint Petersburg University of the MIA of Russia. 2025. № 1 (105). P. 231–240. <https://doi.org/10.35750/2071-8284-2025-1-231-240>.

The article was submitted October 31, 2024; approved after reviewing January 10, 2025; accepted for publication March 20, 2025.

## Введение

Для органов внутренних дел (далее – ОВД) пропагандистская работа всегда занимала важное место, играя ключевую роль в формировании и поддержании профессиональной и идеологической устойчивости личного состава. В различные исторические периоды данное направление деятельности ОВД имело разные названия и акценты, что отражало изменения в политической и социальной среде. В советское время особое внимание уделялось политическому просвещению сотрудников. Это направление работы включало в себя изучение марксистско-ленинской теории в целях формирования идеологической направленности и нравственной устойчивости личного состава. Поощрялось активное участие в общественно-политической жизни страны. Это способствовало формированию единого общественного мнения в коллективе подразделения, высокого уровня дисциплины, что повышало эффективность работы ОВД в целом.

В перестроечный период политпросвет заменялся преимущественно информированием о нормативных правовых актах и организации деятельности подразделений в соответствии с ними.

Быстрое развитие информационного общества выдвинуло новые требования к содержанию и методам пропаганды в подразделении ОВД. Резко возросло значение пропагандистской работы с сотрудниками. Особенностью данного периода является разнообразие источников информации, разнообразие мнений и оценок общественно-политических событий, целенаправленное распространение недостоверной и враждебной информации со стороны недружественных стран. В условиях специальной военной операции эти тенденции резко обострились, возросла неопределенность, противоречивость сведений в средствах массовой информации. Распространилась деятельность блогеров, имеющих разнообразную, часто недостоверную, субъективно интерпретированную информацию. При этом практически все сотрудники правоохранительных органов обладают личными гаджетами и имеют доступ к информационным ресурсам.

В этих условиях к сотрудникам ОВД, ведущим пропагандистскую работу, предъявляются повышенные требования в аспекте их способности ориентироваться в информации и доводить до личного состава материалы, формирующие гражданскую и патриотическую позицию. Существующие в настоящее время программы подготовки и повышения квалификации

сотрудников по работе с личным составом ОВД, включают в себя значительное количество функций, среди которых умение пропагандистской работы формируется недостаточно.

Приказ МВД России от 27 августа 2024 г. № 500<sup>1</sup> по направлению информационно-пропагандистской работы (далее – ИПР) ставит задачи, направленные на формирование у сотрудников государственно-патриотического мировоззрения и обеспечение их морально-психологической готовности к выполнению служебных обязанностей. В частности, требуется разъяснение политики государства, формирование активной гражданской позиции и укрепление доверия к институтам государства. Важным аспектом ИПР является защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической правды, а также рассмотрение актуальных вопросов обеспечения общественной безопасности и охраны общественного порядка.

Кроме того, приказ предусматривает противодействие деструктивной идеологии, распространяемой в информационном пространстве, и формирование у сотрудников устойчивости к информационно-психологическим атакам. Пропаганда примеров мужества и героизма сотрудников, их смелых и решительных действий при выполнении служебного и гражданского долга также является важной составляющей данного положения.

Для достижения этих задач предлагается проводить ИПР в различных формах, включая еженедельное и оперативное информирование по общественно-политической тематике, информационно-пропагандистские акции, наглядно-художественное оформление актуальной информации, анализ публикаций и контента в средствах массовой информации, подготовку комментируемых обзоров информационных материалов, создание мультимедийных продуктов и документальных фильмов, а также проведение единых дней государственно-правового информирования.

Вместе с тем к решению столь разнообразных и сложных задач будущих и действующих пропагандистов слабо готовят. Тем же приказом определяется проведение обучающих семинаров для пропагандистов, однако содержание и методическое обеспечение этих семинаров фактически не разработано, поэтому актуальным становится научное обоснование и методическое обеспечение материалов как для проведения обучающих семинаров, так и для повышения квалификации сотрудников, осуществляющих пропагандистскую работу. Теоретическое обоснование и разработка такого рода программ является задачей специального исследования, частично отраженного в данной статье.

## Методы

Анализ научной литературы, нормативных правовых актов, регламентирующих информационно-пропагандистскую работу с личным составом ОВД.

## Основная часть

Важным условием для успешного выполнения задач, поставленных приказом МВД России от 27 августа 2024 г. № 500, является систематическое и качественное повышение квалификации будущих и действующих пропагандистов. В условиях современного информационного общества, где сотрудники ОВД сталкиваются с разнообразием источников информации и часто недостоверными данными, необходимо обеспечить высокий уровень профессиональной подготовки специалистов, занимающихся ИПР. Важно также формировать у пропагандистов

<sup>1</sup> Об утверждении Положения о порядке организации морально-психологического обеспечения деятельности органов внутренних дел Российской Федерации : приказ МВД России от 27 августа 2024 г. № 500 (зарег. в Минюсте России 20.09.2024, № 79534) // Официальный интернет-портал правовой информации ([www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)). URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202409200024> (дата обращения: 18.09.2024).

способности эффективного взаимодействия с личным составом, умение доносить до сотрудников важные идеи и ценности, способствующие укреплению их гражданской и патриотической позиции.

Совершенствование содержания обучающих семинаров и курсов повышения квалификации сотрудников подразделений по работе с личным составом, осуществляющих ИПР, требует исследования в нескольких направлениях:

во-первых, уточнение содержания понятий «информация» и «пропаганда» в политико-воспитательной работе в подразделениях ОВД;

во-вторых, выявление социально-психологических условий, повышающих эффективность пропаганды;

в-третьих, исследование психологических условий восприятия сотрудниками ОВД пропагандистских материалов;

в-четвертых, формы и методы ИПР в ОВД;

в-пятых, педагогическое сопровождение контрпропаганды и борьбы с фейками.

Рассмотрим последовательно каждую из названных позиций.

Содержание понятия «информация» является общенаучным термином и в силу этого имеется множество определений и подходов к его пониманию. В условиях ИПР в ОВД структура и содержание информации в большой мере определяются нормативными правовыми актами, в т. ч. ведомственными приказами и инструкциями. Для будущего и действующего пропагандиста важно умение выделять в нормативно обусловленной информации такие ключевые положения, которые в наибольшей мере способствуют обучающим, воспитательным и социализирующим целям ИПР.

Понятие «пропаганда» используется не одно тысячелетие. Первоначально (лат. *propaganda*) оно обозначало «подлежащее распространению», т. е. важное для человека и общества. Современные словари предлагают различные определения данного термина. Чаще всего предлагается следующие определения пропаганды:

- 1) распространение каких-либо идей, учений, воззрений, взглядов, знаний в обществе<sup>2</sup>;
- 2) политическое или идеологическое воздействие на широкие массы<sup>3</sup>;
- 3) распространение в обществе каких-либо идей, воззрений, знаний путем постоянного глубокого и детального их разъяснения<sup>4</sup>;
- 4) распространение взглядов, идей и теорий с целью формирования у масс определённого мировоззрения, представлений, отражающих интересы субъекта пропаганды, и стимулирования соответствующих им практических действий<sup>5</sup>.

Из приведенных определений видно, что большинство авторов понимают пропаганду как распространение информации, цели которой зависят от особенностей их исследования и деятельности. В целом можно заключить, что пропаганда понимается как вид информации, несущей идеологическое содержание и призванной влиять на массовое сознание, общественное мнение людей в определенном направлении.

Пропаганда как явление представляет собой объект исследования для различных наук, что подчеркивает ее междисциплинарность, многогранность и сложность. В научных исследованиях пропаганда рассматривается философами, юристами, социологами, политологами, психологами, журналистами и педагогами. Каждая научная область рассматривает свои аспекты, что позволяет получить комплексное понимание данного феномена.

В педагогике пропаганда рассматривается как фактор, влияющий на образовательные процессы и формирование мировоззрения обучающихся [1]. Педагоги анализируют, как

<sup>2</sup> Васюкова И. А. Словарь иностранных слов : С грамматическими формами, синонимами, примерами употребления / под ред. И. К. Сазоновой. Москва : АСТ-пресс, 1998. С. 499.

<sup>3</sup> Большой толковый словарь русского языка : А-Я / сост., гл. ред. С. А. Кузнецов. Санкт-Петербург : Норинт, 1998. 1018 с.

<sup>4</sup> Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка : Свыше 136 000 словарных статей, около 250 000 семантических единиц : [в 2 т.]. Москва : Русский язык, 2000. Т. 2: П-Я. 1084 с.

<sup>5</sup> Коммунистическая Партия Российской Федерации : Ростовская Область : [сайт]. URL: <https://kprf-don.ru/index.php/index.php/news/analitics/3873-2015-01-19-12-54-44.html> (дата обращения: 18.09.2024).

пропаганда может быть использована в образовательных программах и учебных материалах, а также как она может влиять на воспитание и социализацию молодежи [2]. Они исследуют методы и способы, направленные на развитие критического мышления и медиаграмотности у обучающихся, что позволяет им противостоять влиянию различной информации.

Пропаганда как специфическая форма распространения информации имеет долгую историю и множество проявлений. Она может быть использована как для достижения благородных целей, таких как просвещение и мобилизация общества, патриотизма и гражданственности, так и для манипуляции и контроля [3]. При этом деструктивная, манипулятивная пропаганда почти всегда представляет себя как конструктивную, улучшающую жизнь людей, несущую счастье, свет и благополучие. Также возможны откровенная провокация, искажения или ложная информация, сознательно вводящая в заблуждение. Такого рода материалы имеют целью отвлечение внимания от важных событий или идей. Пропаганда, основанная на критике существующего положения дел, также представляет свои цели как конструктивные, совершенствующие окружающую действительность. В этом ее действенность и сложность для противодействия.

В связи со сказанным важно уточнить соотношение понятий «пропаганда» и «агитация». Эти термины часто используются как аналогичные, взаимозаменяемые. Однако они имеют существенные различия в своих целях, методах и аудитории. По сути, агитация и является видом пропаганды, но касается не столько идеи, сколько конкретных событий и осуществляется для побуждения аудитории к конкретным действиям. Примером, различающим пропаганду и агитацию, могут служить материалы в процессе выборной компании, пропаганда идеи определенной партии или кандидата, агитация призывает голосовать за этого кандидата, т. е. конкретно действовать. Точно так же пропаганда отношения к специальной военной операции разъясняет идейные основы, сущность, причины, цели, задачи и др. Агитация призывает стать на защиту, быть добровольцем, оказать поддержку, быть волонтером и т. д. Таким образом, пропаганда рассматривается как важное средство политического воспитания, направленное на формирование общественного мнения и мобилизацию населения для достижения определенных целей, а агитация – на конкретное отношение и действие.

Исходя из сказанного следует, что традиционно при проведении пропагандистской и агитационной работы подчеркивается социальная значимость информации, соответствие общественному запросу. В значительно меньшей степени исследована эффективность пропаганды с позиции удовлетворения запросов слушателей, на которых направлена пропаганда. В большей степени индивидуальные запросы учитывает манипулятивная пропаганда, в частности, так нередко строится реклама, призывы покупать какой-либо товар, продукцию, агитация вербовщиков совершать противоправные действия среди гражданского населения или участвовать в террористических акциях. Соответствие пропаганды и агитации запросам и социума, и личности, фактически соответствие социально-психологическим обстоятельствам и психологическим условиям восприятия информации, определяет эффективность деятельности пропагандистов, в т. ч. и в ОВД.

На основании анализа различных научных источников, можно предложить следующую схему, ориентирующую будущих пропагандистов в понятийном аппарате ИПР (схема 1).

Изучение отношения к пропаганде как к манипуляции общественным мнением характерно для социологических, политологических, психологических, маркетинговых исследований [3–7]. Педагогические работы больше сосредоточены на исследовании воспитываемых, конструктивных возможностей пропагандистской работы [1; 2; 8–10]. С точки зрения подготовки и повышения квалификации пропагандистов в подразделениях ОВД именно воспитывающая, конструктивная направленность пропагандистской работы становится наиболее актуальной.



Схема 1. Понятийный аппарат в информационно-пропагандистской работе

Scheme 1. Conceptual apparatus in outreach work

Дидактические приемы, которые целесообразно использовать на занятиях по первому направлению, – это разъяснение, упрощение, выделение главного, установление связей между ее видами и целями. Чаще всего используются интегративный метод, при котором лекция, семинар и практическое занятие, а также обмен опытом является единым типом информирования. Апробация этих методов проведена в исследовании О. Н. Миронкиной [11].

Второе направление совершенствования содержания курсов повышения квалификации сотрудников подразделений по работе с личным составом, осуществляющих ИПР, связано с учетом социально-психологических особенностей аудитории, с которой работает пропагандист. В педагогической литературе практически не исследованы социально-психологические условия эффективного проведения ИПР. Однако общественное мнение не является однородным, большинство взрослых людей (сотрудников ОВД в т. ч.) имеет явно сформированные убеждения, ценностные установки, отношения к тем или иным явлениям, событиям и идеям, представляющим собой предмет пропагандистской работы.

Все явления, включая мнения и убеждения, распределяются согласно кривой «нормального распределения» [12]. Это означает, что существует спектр мнений по любому вопросу, который варьируется от сугубо положительных до крайне отрицательных оценок и отношений. Большинство людей находятся в середине этого спектра, причем часть из них склонна скорее воспринимать отрицательные или положительные оценки, а часть не имеет своего мнения и присоединяется к большинству под влиянием обстоятельств и убедительности пропагандистской работы.

Будущих и действующих пропагандистов важно научить различать позиции слушателей, владеть методом убеждения, проведения дискуссии, спора. Важно показать способы – подбирать единомышленников в группе, нейтрализовать агрессивных оппонентов, использовать юмор, гротеск.

Третье направление совершенствования подготовки действующих и будущих пропагандистов. На эффективность ИПР влияют и психологические особенности восприятия

пропагандистских материалов. Доверие и недоверие, критичность, конструктивная и отрицающая позиции, логическая или этическая направленность мышления (по К. Юнгу), тип визуалов, аудиалов, кинестетиков<sup>6</sup>, мыслительный или художественный тип мышления, тип нервной системы (по И. П. Павлову) – все это играет важную роль в восприятии пропагандистских сообщений. Пропаганда может быть особенно эффективной для колеблющейся группы людей, которые склоняются к определенной позиции, но еще не уверены в своих убеждениях и не имеют достаточных аргументов или смелости для выражения собственной позиции. Когда пропагандист находит подходящие утверждения, колеблющаяся группа склонна принимать эту информацию и соглашаться с позицией пропагандиста. Поддерживающие позицию пропагандиста утверждаются в своих мнениях, могут служить опорой и, как правило, испытывают положительные эмоции [13].

Субъекты, имеющие сформированные критические мнения, убеждения, часто вступают в спор и, как показывает опыт различных ток-шоу, демонстрируемых по каналам телевидения, ни переубедить их, ни доказать иную точку зрения не удастся. К этой особенности информационной работы будущие и действующие пропагандисты должны быть готовы.

Пропагандисту важно учитывать также особенности аудитории, в которой ведется пропаганда, особенно в контексте взаимопонимания с группой сомневающийся. Поиск единомышленников в этой группе имеет чрезвычайное значение, т. к. наличие даже одного единомышленника может значительно повлиять на убеждения человека. Это объясняется тем, что люди склонны искать подтверждение своих взглядов и убеждений в окружающей среде. Наличие единомышленников предоставляет чувство принадлежности и поддержки, что особенно важно для тех, кто находится в состоянии неопределенности. Это объясняет, почему религия имеет такое большое значение для многих людей. Она предоставляет не только духовное руководство, но и социальную поддержку, укрепляя чувство общности и принадлежности к группе.

То же самое можно сказать и о пропаганде, которая может служить источником поддержки и утверждения для тех, кто находится в состоянии неопределенности. Пропаганда, как и религиозная проповедь, может предоставлять людям чувство принадлежности к определенной группе, укрепляя их убеждения и снижая уровень сомнений, тревожности.

В этом направлении важно учить пропагандистов дифференцировать аудиторию по лексике, по методу изложения, использовать разнообразные примеры, наглядность, образность, логику, критику.

Четвертое направление совершенствования подготовки сотрудников подразделений по работе с личным составом, осуществляющих ИПР – это формы и методы ИПР в ОВД. С одной стороны, именно это направление в высокой степени определено нормативными правовыми документами, действующими в подразделениях. С другой – методическая разработка этих форм, учитывающая рассмотренные выше требования, была осуществлена в советское время. В условиях динамично изменяющегося информационного пространства традиционные методы ИПР требуют адаптации. Важно учитывать, что современные сотрудники ОВД имеют доступ к разнообразным источникам информации, включая социальные сети и мессенджеры, что требует от пропагандиста использования новых каналов коммуникации и форм взаимодействия. Например, освещение важного социально-политического события можно организовать через канал, доступный только сотрудникам конкретного подразделения. Чтобы он имел пропагандистскую силу, важно насытить его эмоциональным содержанием, соотнести с государственным, общественным, личным интересом сотрудников.

Одним из традиционных методов ИПР в подразделениях по работе с личным составом являются наглядные материалы, которые рассчитаны на визуальное, быстрое, эмоциональное

<sup>6</sup> Гуленко В. В. Юнг в школе. Соционика – межвозрастной педагогике : учебно-методическое пособие. 2 изд., стереотип. Новосибирск : Издательство Новосибирского университета, 1998. 268 с.

восприятие информации. К ним относятся видеоматериалы на экранах, презентации, буклеты, брошюры, тематические газеты, плакаты и другие формы представления информации. Это очень важные средства ИПР именно в силу их образного воздействия и эмоционального влияния. Использование социальных сетей и мессенджеров повысит скорость передачи и распространения среди сотрудников необходимой информации. Мультимедийные ресурсы, такие как видеоролики, инфографика и интерактивные презентации, способствуют лучшему усвоению материала у личного состава, особенно среди молодых сотрудников, которые привыкли к цифровому формату информации.

Эмоциональная агитационная составляющая такого рода материалов повышается, если они подаются в форме сатирических изображений, комиксов, плакатов. Такого рода материалы были широко распространены в период Великой Отечественной войны и пользуются популярностью в современных условиях. Примером такой подачи пропагандистской информации может служить телеграм-канал «Блокнот Пропагандиста»<sup>7</sup>.

В условиях широкого распространения разнообразных электронных средств массовой информации к их разработке и представлению предъявляются определенные требования. Исследования показывают, что наиболее действенные наглядные материалы обладают следующими характеристиками. Они актуальны, сменяемы, поданы в то же время в узнаваемой форме. Для освещения событий, важных для страны и государства, наиболее эффективными являются плакат, листовка (информационный бюллетень). События конкретного подразделения эффективно подавать на экранах, однако важно учитывать, что информация с экрана считывается на ходу, поэтому плохо воспринимается мелкотекстовый материал. Информация служебного характера о приказах, правовых актах, нововведениях, отчетности лучше воспринимается в форме традиционного государственно-правового информирования [14].

Пятое направление совершенствования подготовки сотрудников подразделений по работе с личным составом, осуществляющих ИПР – это проведение контрпропаганды и борьбы с фейками.

Контрпропаганда представляет собой единую, динамичную систему мер, включающую в себя совокупность средств, приемов и методов, направленных на нейтрализацию и разоблачение пропаганды оппонентов органов внутренних дел. Основная цель контрпропаганды заключается в предупреждении возможного негативного воздействия на имидж сотрудников органов внутренних дел, а также на личный состав в целом и на систему МВД России. Сущность контрпропаганды заключается в активных действиях, направленных на раскрытие лживости пропаганды субъектов, распространяющих негативно критическую информацию о деятельности органов внутренних дел, а также в ведении аргументированной критики пропаганды.

Адаптируя методические рекомендации для подготовки журналистов, можно предложить для контрпропагандистской работы в ОВД, следующие приемы.

1. Правило упрощения: все факты сводить к простому противопоставлению *Хорошего* и *Плохого*, *Друга* и *Врага*. Контрастность, дуалистичность, двумерность послания. Например, сотрудники ОВД могут быть представлены как защитники порядка и безопасности, а их противники – как угроза обществу. Это позволяет создать четкое и понятное восприятие ситуации у аудитории.

2. Правило искажения: дискредитировать оппонента сатирой и пародией. При этом информация передается в искаженном виде. Большая часть послания – правда, и только меньшая часть послания содержит необходимый отправителю смысл. Например, если критики обвиняют ОВД в коррупции, пропаганда может представить эти обвинения как попытку дискредитировать добросовестных сотрудников, которые ежедневно рискуют жизнью для защиты общества.

3. Правило смешения: соединять общепринятые ценности аудитории ради достижения пропагандистских целей. Например, пропаганда может использовать патриотические чувства граждан, подчеркивая, что сотрудники ОВД защищают национальные интересы и безопасность страны. Это позволяет создать эмоциональную связь с аудиторией и вызвать поддержку пропагандируемых идей.

<sup>7</sup> Блокнот Пропагандиста : [телеграм-канал]. URL: <https://t.me/designersmil> (дата обращения: 18.09.2024).

4. Правило единодушия: представлять важные воззрения как мнение всех правильно мыслящих людей; привлекать на свою сторону сомневающихся участием «лидеров мнений» и «психологическим заражением». Например, пропаганда может использовать известных общественных деятелей или актеров популярных сериалов, которые поддерживают работу ОВД, для того чтобы повысить имидж правоохранительных органов.

5. Правило инструментовки: повторять важное положение в разных вариациях и комбинациях. Рефрен, или постоянно повторяемая вложенная информация, воздействует на сознание и эффективней воспринимается. Например, пропаганда может постоянно подчеркивать, что сотрудники ОВД работают на благо общества, защищают права и свободы граждан, что их действия направлены на обеспечение безопасности и правопорядка<sup>8</sup>.

Не менее важно в условиях информационной войны и распространения дезинформации, чтобы будущие и действующие пропагандисты ОВД были подготовлены к анализу информации и умению распознавать фейки [15].

Нужно учитывать, что информационное многообразие не только расширяет возможности пропагандиста, но и существенно ее усложняет. Это связано с разнообразием каналов в мессенджерах, групп в социальных сетях, многообразием суждений, мнений, целенаправленное искажение сути событий, их недостоверной, поверхностной интерпретации.

Как отмечает О. Н. Иванищева, «фейковая информация влияет на формирование общественного мнения, потому что нет времени ее перепроверять, но она привлекательна по своему содержанию. ... В результате приходим к некому парадоксу. С одной стороны, нам важна информация, информация должна быть доступна, коммуникация будет эффективна тогда, когда есть реакция на информацию, массовая коммуникация должна позитивно влиять на общество. Но, с другой стороны, какая же может быть реакция на информацию, если мы не знаем, насколько она истинна, не знаем, манипулируют ли нами или нет, и каково может быть влияние СМИ на общество, если развитие новых информационных технологий усиливает дисперсность публики? Разделенную (дисперсную) аудиторию легче использовать как объект фейковых новостей» [16, с. 70; 17].

Из вышеописанного следует: во-первых, то, что пропагандист должен быть широко информированным человеком, не ограниченным только знанием нормативных правовых документов; во-вторых, обладать умением анализировать, оценивать достоверность источников и доносить свое мнение до личного состава. Это также является содержанием подготовки и повышением квалификации сотрудников, ответственных за проведение ИПР в подразделениях ОВД.

## 3 заключение

Анализ направлений совершенствования курсов повышения квалификации сотрудников подразделений по работе с личным составом, осуществляющих ИПР в ОВД, показал существенные изменения условий, в которых осуществляется пропагандистская работа. Существует объективная необходимость подготовки, переподготовки и повышения квалификации пропагандистов. Анализ опыта затруднений показал недостаток владения действующими пропагандистами основными понятиями – информация, пропаганда, агитация, их различиями и спецификой, недостаточное владение современными платформами подачи информации. Особо отстает знание психологических основ восприятия информации и методы противодействия контрпропаганды и фейкам.

Анализ опыта работы и литературы позволил выделить пять направлений и возможности их совершенствования при организации курсов повышения квалификации сотрудников подразделений по работе с личным составом, осуществляющих ИПР в ОВД. Рассмотренные направления совершенствования пропагандистской работы в подразделениях ОВД,

<sup>8</sup> Сетевые коммуникации в цифровом обществе: агитация и пропаганда : учебное пособие / Бреслер М. Г., Галиуллина С. Д., Сулейманов А. Р., Асташкин А. Г. [и др.]. Уфа : Издательство УГНТУ, 2020. 118 с.

безусловно, не могут быть реализованы на протяжении короткого времени обучения, но могут стать материалом для методических рекомендаций и самостоятельной работы сотрудников, осуществляющих ИПР.

Важно, чтобы разрабатываемые программы для курсов повышения квалификации учитывали принципы обучения взрослых (андрагогики), позволяющие опираться на опыт взрослых, их суждения, убеждения. При этом отдельные рекомендации должны вписываться в общую методологию личностно-развивающего и аксиологического подходов, определяющих опору на ценности и смыслы деятельности человека. Кроме того, необходимо соответствовать требованиям дифференцированного и индивидуального подхода, определяющего эффективность деятельности пропагандиста как в группе, так и в индивидуальной работе с учетом подготовленности и позиции сотрудников, включенных в информационно-пропагандистскую деятельность. Для реализации предлагаемых требований необходима модернизация программы повышения квалификации, которая является предметом и задачей дальнейшего исследования.

### Список литературы

1. Гребенюк А. И., Данакин Н. С. Пропаганда и идеология в высшем образовании как социальный аспект обеспечения национальной безопасности Российской Федерации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2020. Т. 10, № 2. С. 208–219.
2. Михайлов С. Г. Воспитание молодежи и новое качество педагогических работников // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2021. № 1. С. 53–64. [https://doi.org/10.51692/1994-3776\\_2021\\_1\\_53](https://doi.org/10.51692/1994-3776_2021_1_53).
3. Карпова С. Г., Некрасов С. В., Пинчук А. Н. Пропаганда как метод воздействия на общественное сознание: общий теоретический аспект // Вестник НГУЭУ. 2020. № 4. С. 212–229. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2020-4-212-229>.
4. Мельникова Т. С. Пропаганда как технология политического манипулирования // Власть. – 2010. – № 8. – С. 47–51.
5. Черников М. В., Авдеенко Е. В. Манипуляция как инструмент пропаганды // KANT. 2023. № 2 (47). С. 245–251. <https://doi.org/10.24923/2222-243X.2023-47.44>.
6. Барабанов Р. Е. Психологические способы воздействия: обзор проблемы // Бюллетень науки и практики. 2017. № 5 (18). С. 262–270.
7. Антонова О. Г. Манипуляция как феномен информационного общества // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2023. Т. 23, № 3. С. 289–293. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-3-289-293>.
8. Радченко Л. Е. Влияние информации на нравственное, психическое здоровье и воспитание подрастающего поколения // Материалы Афанасьевских чтений. 2016. № 1 (14). С. 215–223.
9. Лазутина Г. В. Социальная роль журналистики в контексте современных дискуссий // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2016. № 6. С. 178–191.
10. Тулупов В. В. Профессиональные стандарты, роли и деструктуризация в журналистике // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2014. Т. 20, № 7. С. 214–219.
11. Миронкина О. Н. Методика освоения норм антикоррупционного законодательства в системе повышения квалификации сотрудников органов внутренних дел // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. 2019. № 3 (169). С. 210–216.
12. Малахова С. И. Кривая нормального распределения и общество массовой демократии // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 6. С. 222–231.
13. Куделькина Н. С. Восприятие многозначной информации как предмет психологического исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. 2008. № 4. С. 268–276.
14. Кравцун И. А. Наглядные средства информации как форма информационно-пропагандистской работы с личным составом в органах внутренних дел / Санкт-Петербургские встречи молодых ученых : материалы II всероссийского конгресса, г. Санкт-Петербург, 11 июня 2024 г. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский университет МВД России, 2024. С. 84–88.
15. Манойло А. В. «Фейковые новости» как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2019. № 2. С. 37–45.
16. Иваннищева О. Н. Фейки как разновидность социальной информации // Человек. Культура. Образование. 2020. № 1 (35). С. 63–73. <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2020-1-63-73>.
17. Нежжина Л. Ю., Душкин А. С. Распространение фейков как способ манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве // Российский девиантологический журнал. 2024. № 4 (2). С. 237–249. <https://doi.org/10.35750/2713-0622-2024-2-237-249>.