**СОДЕРЖАНИЕ**

1 Введение………………………………………………………………………3

2 Назначение, основные задачи и структура

информационно-воспитательной работы……………………………………..5

# 3 Методы воздействия в практике

# информационно-воспитательной работы………………………………………..15

4 Заключение……………………………………………………………...……30

5 Список использованной литературы………………………………………..31

ВВЕДЕНИЕ

В решении актуальных задач военно-социального управления и воспитания личного состава частей и соединений наряду с процессами сбора, обработки и передачи информации особая роль в системе информационного обеспечения принадлежит информационному влиянию на психику и поведение военнослужащих.

Научно доказанным является положение о том, что поведение военнослужащих в любой обстановке обусловлено взаимодействием информационных связей между их духовным миром и внешней средой.

Информационные процессы лежат в основе важнейших функций психики воинов – восприятия окружающей действительности, мышления, памяти, работы аппаратов эмоций и чувств. С психической переработкой информации связан механизм оценки и предвидения (прогноза), которым обладает каждый человек. Причем это происходит на уровне сознания (анализ, синтез), подсознания (стереотипы, навыки) и сверхсознания (интуиция, предчувствие). Другими словами, содержание и направленность информационных процессов, соответствующих системе доминирующих потребностей личности, выступают своего рода регуляторами ее поведения.

Существует множество различных методов в той или иной сфере деятельности. Некоторая совокупность методов, применяемая в определенной последовательности и предназначенная для реализации целей исследования или выполнения какой-либо другой работы представляет собой методику. В ней различаются организационные процедуры и технические приемы, направленные на эффективную реализацию того или иного метода. В практике информационно-аналитической работы, например, выделяют группы методов сбора и обработки, анализа и оценки социальной информации. А в процессе воспитания личного состава широко применяются различные методы и методики проведения информационно-воспитательной работы и другого рода информационных мероприятий. Для достижения же целей информационно-воспитательной работы целесообразно использовать некоторые методы других наук. В частности психологические методы воздействия.

Таким образом на основании вышесказанного **целью** данной работы ставиться:

**Раскрыть понятие иформационно-воспитательной работы и конкретные методы психологического воздействия, в ее процессе.**

Достижение цели видится в решении следующих **задач**:

**- осветить понятие информационно-воспитательной работы, назначение задачи и структуру;**

**- раскрыть формы информационно-воспитательной работы;**

# **- рассмотреть методы психологического воздействия в практике информационно-воспитательной работы.**

**НАЗНАЧЕНИЕ, ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ И СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННО-ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

Информационно-воспитательная работа – это важнейшее направление воспитательной работы, особый вид деятельности командиров (начальников), должностных лиц органов воспитательной работы по формированию у личного состава Вооруженных сил Российской Федерации высокого морального духа, военно-профессиональных навыков и умений развития морально-психологических и боевых качеств посредством информации.

Информационно-воспитательная работа является одной из форм проявления единства обучения и воспитания личного состава. В ней органично сочетаются цели, задачи, а также взаимосвязанные формы и методы процессов обучения и воспитания военнослужащих.

Основными целями информационной работы в Вооруженных силах являются:

* Формирование граждан-патриотов, готовых к защите Отечества;
* Развитие духовного облика военнослужащих, выработка убеждений системы воспитательной работы.

Информационно-воспитательная работа в мирное время призвана решать следующие задачи:

* формирование у личного состава научного мировоззрения, системы моральных качеств, норм, принципов и убеждений воинов, развитие нравственных мотивов сознательного и добросовестного выполнения воинского долга;
* вооружение всех категорий личного состава знаниями и пониманием сущности, содержания, характера, типов и причин современных войн, особенностей и способов ведения современных боевых действий, применения новей­ших вооружений и боевой техники;
* изучение с личным составом военно-политической обстановки в мире, и сопредельных регионах, внутриполитической обстановки в стране, а также оперативное разъяснение и проведение в войсках государственной политики в области обеспечения безопасности и вооруженной защиты страны па основе Конституции, действующих законов и общевоинских уставов;
* воспитание патриотизма, чувства долга и личной ответственности за  
  безопасность страны, готовности к самопожертвованию во имя ее защиты;
* воспитание воинов на героических традициях прошлого и настоящего, выработка таких качеств, как честь, доблесть, мужество, дружба, войсковое то­варищество;
* воспитание уважения к законам, требованиям уставов и командиров в духе высокой исполнительности и дисциплинированности.

В военное время задачи информационно-воспитательной работы приоб­ретают более конкретный характер, в них усиливается политическая состав­ляющая, возрастает роль мобилизации на самоотверженное профессиональное выполнение боевых задач.

Система информационно-воспитательной работы постоянно развивается и совершенствуется. **Основными формами,** активно используемыми командо­ванием в деятельности по воспитанию личного состава частей (кораблей), яв­ляются:

* общественно-государственная подготовка;
* информации с личным составом;
* единые дни информирования;
* другие коллективные формы информационно-воспитательной работы:  
  общие собрания, тематические вечера и утренники, диспуты, вечера вопросов и ответов, посещение тематических выставок и т.д.
* доведение информации через средства массовой информации и нагляд­ной агитации.

**Организация информационно-воспитательной работы.**

Основными документами, определяющими организацию и проведение информирования в Вооруженных Силах, являются Устав внутренней службы ВС РФ, приказы Министра обороны РФ 1993 г. №250 "Об организации обще­ственно-государственной подготовки личного состава Вооруженных Сил Рос­сийской Федерации", 1995 г. №235 "О совершенствовании системы воспита­тельной работы в Вооруженных Силах Российской Федерации", Концепция воспитания личного состава Вооруженных Сил Российской Федерации, Кон­цепция военно-патриотического воспитания молодежи, указания и методические рекомендации начальника Главного управления воспитательной работы Вооруженных Сия РФ.

Информационно-воспитательная работа с военнослужащими всех катего­рий, гражданским персоналом, членами семей военнослужащих ВС РФ вбирает в себя все направления воспитания личного состава: государственно-патриотическое, воинское, нравственное, правовое, эстетическое, физическое и другие и осуществляется постоянно в ходе плановых занятий в системе обще­ственно-государственной, командирской, методической и других видов подго­товки, боевого дежурства, выполнения боевых (учебно-боевых) задач, несения караульной и внутренней служб, повседневной деятельности частей (кораблей).

В настоящее время информационная система воинской части (корабля,) состоит из нескольких уровней:

1-ый уровень - средства массовой информации (телевидение, радио, газеты, журналы);

2-ой уровень - специальные службы (пресс-центры, органы воспитательной ра­боты, психологической борьбы и др.);

3-ий уровень - командование, офицеры воспитательных структур части (кораб­ля), соединения;

4-ый уровень - несистемные (случайные) источники (офицеры органов военно­го управления, руководители территориальных органов управления, общест­венных организаций и движений и др.).

Главное содержание 1 уровня составляют значимые события в мире, стране, республике, городе. Порядок подачи информации соответствует общепринятому порядку. Особенность восприятия информации этого уровня в том, что часть ее усваивается субъектом самостоятельно, часть сообщается командирами, офицерами органов воспитательной работы, часть отражается в стен­ной печати, часть передается на межличностном уровне. Как показывают наблюдения, около 60 % усвоенной информации, поступающей по коммуникаци­ям первого уровня, получаются субъектом самостоятельно, 20 % доводятся ко­мандирами и офицерами органов воспитательной работы.

Второй уровень представлен в виде специальных обобщенных сообщений, выводов по итогам обработки информации первого уровня, специальных военных, общественно-политических печатных и устных материалов (пресс-релизы, контент-анализы ...). Их содержание несет на себе информационно-познавательную или агитационно-призывную нагрузку в военном, обществен­но-политическом спектре. Особенность восприятия информации этого уровня в том, что она усваивается субъектом самостоятельно не более 15 %, остальная же сообщается командирами и офицерами органов воспитательной работы.

Информация третьего уровня существует более чем на 90 % в виде устных сообщений от субъекта к объекту управления. В содержательном плане она носит разъяснительно-агитационный характер. Особенность данного уров­ня состоит в том, что практически вся информация сообщается субъектом управления. Именно на данном уровне самая активная связь между субъектом и объектом управления.

На четвертом уровне познавательные устные сообщения, как правило, управляющего эффекта не имеют, а если имеют, то очень кратковременный. Особенность этой информации состоит в том, что она носит нерегулярный и несистемный характер.

В информационно-воспитательной работе различают 2 способа получе­ния информации:

* *первичный;*
* *вторичный.*

*На первичном* (фактологическом) уровне военнослужащий получает информацию из общедоступных источников радио, телевидения и початых изданий. Ее внутренний управляющий элемент одинаков для всех людей, и реакция на него военнослужащих, объединенных едиными целями и задачами, практически одинакова.

Носителями *вторичной* информации, содержащей анализ, синтез, обобщения, могут быть элементы (специалисты) различных сфер общей системы информирования:

Первая сфера - общегосударственная (руководители, пресс-центры).

Вторая сфера - общенаучная (научные работники).

Третья сфера - информационно-популярная (обозреватели, комментато­ры, корреспонденты).

Четвертая сфера - контактная (лекторы, руководители воинских коллективов, офицеры органов воспитательной работы).

Пятая сфера - внутренняя - оценочно-психологическая.

Все пять сфер каждая по-своему влияют на военнослужащих. Причем первые три не поддаются регуляции со стороны командования и органов воен­ного управления, а могут лишь быть учтены в ходе формирования четвертой сферы. Следовательно, основной управляющий элемент формируется в четвер­той информационной сфере.

Пятая сфера - внутриколлективная, после получения информации приобретает оценочно-психологическое состояние, которое впоследствии превраща­ется в коллективную поведенческую реакцию личностей и способствует выработке усредненного стереотипа поведения. Нельзя не учитывать, что пятая сфера точно также влияет на любую информацию в виде слухов, вымыслов и т.д.

*Организация и проведение информационно-воспитательной работы* с военнослужащими и гражданским персоналом основывается на следующих принципах:

* подчиненность информационно-воспитательной работы интересам под­держания боевой готовности войск, безусловного выполнения поставленных перед соединениями и частями боевых, учебных задач;
* направленность информационно-воспитательной работы на устойчивое морально-психологическое состояние военнослужащих;
* приоритетность в содержании информационно-воспитательной работы государственной политики, в первую очередь в области обороны и безопасно­сти;
* учет в организации, содержании и методике информационно-  
  воспитательной работы реальной общественно-политической ситуации в мире, стране, регионе дислокации соединений и частей (кораблей);
* оперативность и достоверность информации.

Ответственность за состояние информационно-воспитательной работы в полку (на корабле) несет заместитель командира по воспитательной работе части и офицер по общественно-государственной подготовке п информирова­нию.

**Методы информационно-воспитательной работы.**

Главной особенностью методов информационно-воспитательной работы является то, что они оказывают воспитательное воздействие в основном посредством словесной информации. В этой связи необходимо отметить некоторые факторы, помогающие правильно понять и оценить информационно-воспитательную работу в части (на корабле).

Во-первых, методы информационно-воспитательной работы необходимо рассматривать прежде всего, как разновидность методов социально-коммуникативной деятельности органов военного управления и воспитатель­ной работы в войсках.

Во-вторых, поскольку методы информационно-воспитательной работы основаны на использовании социальной информации преимущественно в рече­вой форме и, следовательно, сводятся к технологиям словесного воздействия на сознание и поведение военнослужащих, то в их реализации важно учиты­вать особенности речи различных категорий военнослужащих.

В-третьих, в речевом воздействии как особом способе и форме передачи социальной информации выделяют содержательную и формальную сторону.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| характерис­тики | Речевое воздействие | |
|  | Содержательная сторона | Формальная сторона |
|  | Информативность - количест­во новой,  полезной информа­ции, ценность сведений, фак­тов в речи | Выразительность - отчетли­вость и ясность  произношения, правильная интонация и уда­рения,  образность выражений |
|  | Понятность - соответствие смыслового  содержания уров­ню знаний, развития,  интере­сам и языковым  возможностям аудитории | Доступность - однозначность, конкретность  и четкость упот­ребляемых слов,  лаконичность фраз |

Учет указанных в таблице характеристик в сочетании с хорошим знанием предмета является основным условием эффективности речевого воздейст­вия на личный состав. Из этого следует, что культура речи военных кадров должна служить показателем их профессиональной подготовки и информаци­онной культуры в целом. Она дает возможность умело пользоваться большим арсеналом методов информационно-воспитательной работы с личным опытом, которые в совокупности дают ответ на вопрос - как лучше, каким образом с помощью социальной информации решать актуальные задачи патриотического воспитания?

В целях систематизации методов целесообразно дать общую классифи­кацию, указывающую на их иерархичность. Данная классификация носит, иллюстративный, относительный характер и не является исчерпывающей. (См. таблицу № 2).

Таблица № 2.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Группы методов | Основные виды методов | Некоторые разновидности методов |
| Организационные  методы передачи  информации | Иллюстративные методы,  проблемные методы | Демонстрация, показ,  сравнение, аналогия, анализ |
| Методы устной передачи  инфор­мации | Монологовые методы,  диалоговые методы | Рассказ, выступление, беседа,  дискуссия |
| Методы воздейст­вия на  мировоз­зрение | Метод убеждения | Сообщение, изложение,  доказательство, наглядность |
| Методы побужде­ния к  действиям | Метод пропаганды, метод  агитации | Обращение, призыв |
| Общеобразовательные  методы | Метод обучения, метод  просвещения | Описание, разъяснение |

Среди методов изложения информации наиболее распространенными являются:

* объяснительно-иллюстративный;
* проблемный.

*Объяснительно-иллюстративный метод* (нередко его называют описательным) представляет собой такой способ изложения информации (материа­ла), в ходе которого особое внимание уделяется раскрытию сущности объек­тов, явлений и процессов, их структуры (содержания), причинно-следственных связей между их компонентами и условиями существования. При этом изложе­ние материала строится по определенному сценарию, подчиняется законам ло­гики, сопровождается разъяснениями, показом и демонстрацией. Другими сло­вами, основная цель состоит здесь в передаче сообщении военнослужащим некоторой суммы готовых знаний, или попои информации, рассчитанной на рас­ширение мировоззрения, кругозора.

В подтверждение сказанному приводятся убедительные аргументы и факты, которые иллюстрируют главные идеи, мысли, положения рассматри­ваемой проблемы. Главная особенность этого метода состоит и активизации репродуктивного мышления личного состава, которое характеризуется созерцательностью, пассивностью и слабо выраженным творчеством.

Безусловно, данный метод незаменим, когда речь идет об изучении накопленных исторических, психолого-педагогических и других знаний, руководящих документов, опыт военной службы, армейских и флотских традиций.

*Проблемный метод* в информационно-воспитательной работе использу­ется и целях активизации познавательной деятельности личного состава. Прак­тически данный метод реализуется с помощью создания и разрешения в ходе проведения информирования 2-3 проблемных ситуаций, то есть постановкой теоретических или практических задач, требующих своего разрешения при от­сутствии готовых ответов. Структурно проблемная ситуация включает в себя:

* приемы создания проблемной ситуации;
* выявление и формирование проблемы;
* предположения, гипотезы;
* доказательство или опровержение;
* поиск вариантов ответов;
* выводы и решение.

Овладение офицерами проблемным методом изложения составляет важ­ную грань их профессиональной компетентности в информационно-воспитательной работе.

***Подводя итог первому вопросу необходимо сделать следующие выводы:***

**- Информационно-воспитательная работа – это важнейшее направление воспитательной работы, особый вид деятельности командиров (начальников), должностных лиц органов воспитательной работы по формированию у личного состава Вооруженных сил Российской Федерации высокого морального духа, военно-профессиональных навыков и умений развития морально-психологических и боевых качеств посредством информации.**

**- Система информационно-воспитательной работы постоянно развивается и совершенствуется.**

**- Главной особенностью методов информационно-воспитательной работы является то, что они оказывают воспитательное воздействие в основном посредством словесной информации.**

# **МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРАКТИКЕ ИНФОРМАЦИОННО-ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.**

Базовыми методами воздействия, которые можно применя­ть в практике информационно-воспитательной работы, являются убеж­дение и внушение.

# 1. Специфика применения убеждения

**Убеждение** – *это метод воздействия на сознание людей, обращенный к их собственному критическому восприятию.*

Используя метод убеждения, психологи исходят из того, что оно ориентировано на интеллектуально-позна­вательную сферу человеческой психики. Его суть в том, чтобы с помощью логических аргументов сначала добить­ся от человека внутреннего согласия с определенными умозаключениями, а затем на этой основе сформировать и закрепить новые установки (или трансформировать старые), соответствующие поставленной цели.

*Убеждая, необходимо следовать определенным пра­вилам:*

– логика убеждения должна быть доступной интел­лекту военнослужащих;

– убеждать надо доказательно, опираясь на факты, известные военнослужащим;

– помимо конкретных фактов и примеров (без них нельзя убедить тех, кому недостает широты кругозо­ра, развитого абстрактного мышления), информация должна содержать и обобщенные положения (идеи, прин­ципы);

– убеждающая информация должна выглядеть мак­симально правдоподобной;

– сообщаемые факты и общие положения должны быть такими, чтобы вызывать эмоциональную реакцию объекта.

Критерием результативности убеждающего воздей­ствия является убежденность. Это глубокая уверенность в истинности усвоенных идей, представлений, понятий, образов. Она позволяет принимать однозначные реше­ния и осуществлять их без колебаний, занимать твер­дую позицию в оценках тех или иных фактов и явлений. Благодаря убежденности формируются установки военнослужащих, определяющие их поведение как в мирное, так и военное время.

Важная характеристика убежденности – ее глу­бина. Она прямо связана с предыдущим воспитанием людей, их информированностью, жизненным опытом, способностью анализировать явления окружающей дей­ствительности. Глубокая уверенность характеризуется большой устойчивостью. Опыт психологов свидетельствует, что убеждающее воздействие целесообразно осуществлять в следующих случаях:

1. Тогда, когда объект воздействия в состоянии вос­принять полученную информацию. Например на занятиях по ОГП, и при информировании личного состава, неспособными воспринимать информацию могут быть люди вернувшиеся с учений, различных видов дежурства и т.п.

2. Если объект психологически способен согласить­ся с навязываемым ему мнением. Поэтому равно важны правильный выбор объекта психологического воздейст­вия и содержание убеждающего воздействия. Здесь необходимо для каждой группы военнослужащих подбирать присущую им специфику информационного материала.

3. Если объект способен сопоставлять различные точки зрения, анализировать систему аргументации. Иными словами, убеждающее воздействие эффективно лишь при том условии, что его объект в состоянии по­нять и оценить то, что ему преподносится.

4. Если логика мышления субъекта воздействия, используемая им аргументация близка особенностям мышления объекта. Отсюда – важность учета нацио­нально-психологических особенностей военнослужащих, всего комплекса социальных, национально-религиозных, куль­турных факторов, оказывающих влияние на восприятие им содержания информационного материала.

5. Если есть время убеждать. Для того, чтобы убе­дить людей в чем-то, как правило, требуется время. Можно предположить, что од­нократные попытки в этом случае малоэффективны. Изменения в сфере рационального мышления людей происходят лишь после сопоставления и обдумывания фактов, что предполагает значительные временные затраты. Помимо этого, разнообразное содержание убеж­дающего воздействия требуют многократного подтверж­дения различными аргументами и фактами, что также «растягивает» процесс.

### Структура убеждающего воздействия

Убеждающее воздействие обычно включает:

– воздействие источника информации;

– воздействие содержания информации;

– воздействие ситуации информирования.

Воздействие источника информации. Эффектив­ность убеждения в определенной мере зависит от того, как люди, его воспринимающие, относятся к источнику информации.

В ходе проведения занятий по ОГП и других информационно-воспитательных форм, источниками инфор­мации могут выступать:

а) правительство и командование вооруженных сил страны;

б) лица, авторитетные для военнослужащих;

в) органы воспитательных структур.

Правительство и военное командование используются в качестве источников информации тогда, когда надо сообщить правительственные заявления, ультиматумы или другую важную официальную информацию.

Практика показывает, что воздействие таких источ­ников информации эффективно в том случае, если ин­формационно-пропагандистские материалы доставляются вовремя. Авторитетными источниками информации могут вы­ступать самые разные люди. Например, церковные ие­рархи, популярные журналисты, и т.д.

Еще больший эффект дают обращения высокопос­тавленных офицеров.

***Воздействие содержания информации*.**

Во-первых, воздействие содержания информации во многом зависит от того, насколько оно доказательно и убедительно.

Доказательность основывается на логичности, прав­доподобии и непротиворечивости изложенного материа­ла. Иначе говоря, важно не только то, что сообщается, но и то, каким образом это делается.

Убедительность зависит в большой степени от учета присущих военнослужащим установок, убеждений, интересов, потребностей, его образа мышления, нацио­нально-психологических особенностей. Таким образом, чтобы добиться убедительности, требуется учитывать значительное количество факторов, знать личный состав, иметь постоянную полную, объективную информацию о военнослужащих.

Имеет значение даже тембр голоса. А так же внешний вид. Воздействие убеждающего воздействия во многом зависит и от того, как подобрана, построена и по­дана его аргументация.

Убеждение ни в коем случае не может сводиться к простому изложению той информации, в истинности ко­торой стремятся убедить военнослужащих, и к последующе­му приведению доводов в ее подтверждение, как того требуют правила формальной логики. Существует гораз­до больше способов убеждать людей.

**Можно выделить три основные категории ар­гументов для убеждения:**

1. Истинные факты. Содержащаяся в тексте сообще­ния неопровержимая информация настраивает людей на оценку всего текста (в том числе его рекомендаций) как правильного.

2. Аргументы, дающие своего рода «психологичес­кое удовлетворение», поскольку они аппелируют к по­зитивным ожиданиям.

3. Аргументы, апеллирующие к негативным ожида­ниям.

Все это в совокупности приводит к формированию мотивационной базы поведения военнослужащих, морально-психологических качеств необходимых для решения поставленных задач, а так же повседневной деятельности войск.

Механизм убеждения реализуется посредством передачи сообщения от субъекта объекту. Сообщение может быть односторонним и двусторонним.

*«Одностороннее сообщение» –* это текст, который содержит аргументы только источника информации. Такие сообщения более эффективны тогда, когда объ­ект психологического воздействия не испытывает враждебных чувств по отношению к источнику информации и, вдобавок, отличается низким уровнем образования. Объект в этом случае способен относительно легко при­нять точку зрения источника информации. «Одно­стороннее сообщение» можно также использовать для убеждающего воздействия на военнслужащих, имеющих разный образовательный уровень.

*"Двустороннее сообщение"* содержит аргументы как источника информации, так и контраргументы, которые предстоит разоблачить. Такое построе­ние текста служит побудительным мотивом к активной мыслительной деятельности военнослужащих, в результате чего происходит пересмотр ранее сложившихся у него суж­дений.

«Двустороннее сообщение» ориентировано преиму­щественно на людей с высоким уровнем образования, испытывающих потребность в сопоставлении различных взглядов, точек зрения, мнений, оценок. «Двустороннее сообщение» актуально при необходимости формирования новой мотивационной базы на смену старой (например, при переходе срочников на службу по контракту, или при поступлении на службу офицеров- выпускников военных кафедр, «двухгодичников»).

Вместе с тем, недостаточно продуманное использо­вание «двусторонних сообщений» иногда дает результа­ты, обратные задачам психологического воздействия.

Порядок расположения аргументов тоже имеет зна­чение. В частности, целесообразно располагать инфор­мацию, непосредственно ориентированную на изменение установки («сильные аргументы»), перед любой другой, не связанной с решением этой задачи. В большинстве случаев наиболее действенным считают расположение «сильных аргументов» в середине текста сообщения (так называемая «пирамидальная модель» воздействия).

**Воздействие ситуации информирования.**

Под ситу­ацией информирования психологи понимают те условия, в которых оно осуществляется, а также характер реак­ции объекта на содержание сообщения. Обычно ситуа­цию информирования с целью убеждения делят на инди­видуальную и массовую.

*Индивидуальная ситуация* складывается тогда, ког­да воздействие удается осуществить на какую-то кон­кретную аудиторию, с учетом ее психологических характеристик.

В индивидуальной ситуации воздействия с целью убеждения легче определить приемлемый стиль подачи информации, легче выстроить аргументацию, легче по­добрать необходимую лексику и т.д. Поэтому эффектив­ность воздействия в этом случае значительно выше, чем в массовой ситуа­ции.

*Массовая ситуация* имеет место тогда, когда инфор­мирование с целью убеждения осуществляется одновре­менно на многочисленную разнородную аудиторию. В этом случае обеспечить надлежащую адресность воздей­ствия очень сложно.

### Осуществление убеждающего воздействия

**Требования к организации убеждающего воздей­ствия.**

Для получения максимального эффекта убежда­ющее воздействие в процессе проведения занятий по ОГП и информированию должно соответствовать определенным требованиям:

1. Быть правильно сориентированным и плановым. Убеждающее воздействие надо проводить в соответст­вии с целями ОГП и информационно-воспитательной работы в целом, на основе тщательно продуманных планов.

2. Быть направленным на конкретный объект. Убеж­дающее воздействие должно готовиться и осуществляться на определенные группы военнослужащих, с учетом их важнейших индивидуальных, социальных, религиозных, национальных и культурных характеристик.

3. Быть ориентированным преимущественно на ин­теллектуально-познавательную сферу психики военнослужащего. Убеждающее воздействие должно строиться путем ло­гичного изложения материала, убедительной аргумента­ции, с опорой на достоверные факты.

4. Быть направленным на инициирование определен­ного поведения. Конечной целью убеждающего воздей­ствия является провоцирование такого поведения, которое отвечает целям формирования личности военнослужащего.

*Опыт психологического воздействия показывает, что основными принципами осуществления убеждающего воздействия должны быть:*

1. Принцип повторения. Многократное повторение сообщения дает такой эффект, который невозможно получить при однократном воздействии. Благодаря повто­рению в процессе как ОГП так и другим формам информирования, удается увеличить количество людей, воспринявших и усвоивших содержащуюся в нем инфор­мацию. Однако повторение не должно быть стереотип­ным, пропагандистский тезис необходимо подкреплять различными аргументами.

Но повторение не дает эффекта при отсутствии до­статочного интереса адресата сообщения к содержащейся в нем информации. Оно также оказывается безрезуль­татным, если сообщаемые идеи вызывают резкий про­тест из-за их несовпадения с установками населения и войск.

2. Принцип достижения первичности воздействия. Если объект получил какое-то важное сообщение, то в его сознании возникает готовность к восприятию после­дующей, более детальной информации, подтверждающей первое впечатление.

3. Принцип обеспечения доверия к источнику инфор­мации.

Данный принцип сводится к следующим четырем положениям:

1. Если нет серьезных причин скрывать факты или подавать только под строго определенным углом зрения, то их следует адекватно сообщать аудитории.

2. Кроме соображений военной тайны, серьезными причинами сокрытия или искажения фактов может быть лишь предположение, что аудитория им не поверит.

3. Каждый раз, когда аудитория понимает, что про­пагандист лжет, опускает важные детали или прибавля­ет их произвольно, происходит серьезное ослабление влияния пропаганды.

4. По этой причине пропаганда никогда не должна оперировать заведомо фальсифицированными данными, которые могут быть изобличены аудиторией.

Информирование с целью убеждения предполагает, помимо прочего, «подталкивание» военнослужащих к более «широкому» взгляду на его ближайшие и дальнейшие перспективы. Надо, чтобы он в конечном итоге выбрал такой путь, который был бы выгоден лично ему и в то же время соответствовал целям информационно-воспитательной работы.

Пытаясь убедить в чем-то аудиторию, невозможно достичь положительного результата, если в обращении к ней сквозит явное неуважение.

# **Своеобразие использования внушения в практике информационно-воспитательной работы.**

**Внушение** *– это метод психологического воздейст­вия на сознание личности или группы людей, основан­ный на некритическом (и часто неосознанном) восприя­тии информации.*

При внушении сначала происходит восприятие ин­формации, содержащей готовые выводы, а затем на ее основе формируются мотивы и установки определенно­го поведения. В процессе внушения интеллектуальная (аналитико-синтезирующая) активность сознания либо отсутствует, либо она значительно ослаблена, а воспри­ятие информации, настроений, чувств, шаблонов пове­дения базируется на механизмах заражения и подража­ния.

### Основные характеристики внушения

Специалисты исходят из того, что внушению должны быть присущи следующие харак­теристики:

1. Целенаправленность и плановость. Внушающее воздействие осуществляется на основе конкретных це­лей и задач, соответствующим планам и тем условиям, в которых они проводятся.

2. Конкретность объекта внушения. Внушающее воз­действие эффективно в отношении строго определенных военнослужащих, при обя­зательном учете их важнейших социально-психологиче­ских, национальных и других особенностей.

3. Некритическое восприятие информации объектом внушения. Внушающее воздействие предполагает очень низкий уровень критичности и сознательности объекта. В отличие от убеждения, внушение основывается не на логике и разуме человека, а на его способности вос­принимать слова другого лица как должное, как инст­рукцию к действию. Поэтому оно не нуждается ни в системе логических доказательств, ни в активной мыс­лительной деятельности.

4. Определенность инициируемого поведения. Ко­нечной целью внушения является провоцирование оп­ределенных реакций, определенных поступков военнослужащих.

Эффективность внушающего воздействия обычно зависит от:

а) способностей субъекта к внушению, связанных с такими его качествами как:

– интеллект и находчивость;

– воля и уверенность в себе;

– кругозор и компетентность;

– доброжелательность к объекту;

– собственная убежденность в том, что внушается.

б) содержания внушения, зависящем от:

– характера внушаемой информации;

– ее места в информационном потоке (если внуша­емая информация расположена в его начале, то вос­приимчивость к внушению условно можно оценить в 50%, в середине – в 30%, в конце – в 70%).

в) внушаемости объекта воздействия, связанной с отношением объекта к субъекту. Объект внушения все­гда изучает субъект (так, как правило военнослужащий всегда оценивает офицера проводящего занятия, равно как и всех командиров).

Тактические принципы использования внушения сводятся к следующему:

1) надо использовать такие способы и приемы вну­шения, которые способны вызвать специфический инте­рес конкретных групп военнослужащих;

2) надо использовать такие способы и приемы вну­шения, которые способны нейтрализовать нежелательные идеи и настроения у большинства представителей этих групп;

3) надо использовать такие способы и приемы вну­шения, которые не будут отвергаться до тех пор, пока не достигнута цель ОГП и информационно-воспитательной работы вцелом.

**Характеристика видов внушения**.

Внушение можно классифицировать по различным основаниям:

– по способу внушающего воздействия;

– по средствам воздействия;

– по интервалу времени между воздействием и от­ветной реакцией;

– по длительности эффекта воздействия;

– по содержанию воздействия.

1. По способу воздействия внушение бывает откры­тым или закрытым. *Открытое* (прямое) внушение – это внушение с конкретной, четко обозначенной целью. Например, призывают военнослужащих к совершению определен­ных действий и недопущению совершения негативных действий. Открытое внушение отличается прямой направленностью на конкретный объект воздействия.

*Закрытое* (косвенное) внушение характеризуется замаскированностью цели, либо оно не имеет прямой направленности на того, кто является истинным объектом воздействия.

2. По средствам воздействия внушение может быть контактным или дистантным.

*Контактное* воздействие осуществляется в условиях непосредственного общения с объектом, главным обра­зом во время проведения мероприятий информационно-воспитательной работы. Контактное воздействие наибо­лее эффективно, поскольку имеет место обратная связь с аудиторией, но в боевой обстановке оно применяется очень редко.

*Дистантное* воздействие осуществляется с помощью средств устной и печатной пропаганды, радио и телеви­дения. В этом случае обратная связь между субъектом и объектом внушающего воздействия исключена.

3. По интервалу времени между внушающим воздей­ствием и ответной реакцией объекта различают непосред­ственное и отсроченное внушение. При *непосредствен­ном* внушении ответная реакция объекта происходит сразу после восприятия внушающего воздействия. При *отсроченном* внушении между воздействием и ответной реакцией объекта существует тот или иной временной разрыв (создается установка на срабатывание внушения в будущем).

4. По длительности внушающее воздействие может быть кратковременным и длительным. *Кратковремен­ное* внушение характеризуется небольшим периодом эффективности воздействия. Длительное внушение характе­ризуется сохранением воздействия в течение достаточно продолжительного временного промежутка.

5. По содержанию внушающее воздействие может быть специфическим и неспецифическим. *Специфичес­кое –* это внушение объекту определенных, весьма кон­кретных идей, установок, мотивов определен­ной поведенческой реакции.

Под *неспецифическим* внушением понимается провоцирование у объекта определенных психических со­стояний. Например используют такой метод неспецифического вну­шения как устрашение (т.е. доведение до военнослужащих наказания за конкретные проступки). В результате личный состав усваивает требования командиров, и знает о возможном наказании в случаях невыполнения требования.

**Внушаемость.**

Внушение основано на использова­нии внушаемости (суггестивности) людей. *Это свойст­во психики, проявляющееся в ее податливости психо­логическому воздействию*. Оно связано с возрастными (18 летние более внушаемы чем имеющие больший жизненный опыт военнослужащие), половыми (жен­щины более внушаемы, чем мужчины), индивидуаль­ными психическими особенностями людей, с их силой воли, жизненным опытом, а также с широтой кругозо­ра, компетентностью и рядом других факторов. По мере накопления жизненного опыта, научных и профессиональных знаний восприимчивость человека к внушению снижается, однако и в зрелом возрасте люди в той или иной мере подвержены ему.

*Общая внушаемость* обусловлена особенностями психического развития конкретной личности, она свой­ственна всем людям, хотя в разной степени. *Ситуативная внушаемость* возникает как следст­вие аномальных состояний психики, дефицита информа­ции и т.д.

Внушаемость также разделяют на индивидуальную и групповую. *Групповая внушаемость* обеспечивается взаимовнушением (заражением) между членами группы. Под психическим заражением понимают процесс пере­дачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта – помимо смыслового воздействия или дополнительно к нему.

В процессе заражения на каждого члена группы действует не только внушающий субъект, но и другие члены группы, что заметно увеличивает общий эффект внушения.

Внушаемость усиливают следующие особенности пси­хического развития конкретной личности: привычка повиноваться, безответственность, робость, стеснитель­ность, застенчивость, доверчивость, повышенная эмоци­ональность, впечатлительность, мечтательность, тревож­ность, слабость логического мышления, склонность к подражанию, склонность к фантазированию, суеверность и религиозность;

### Модель внушающего воздействия

Процесс внушения представляет собой замкнутую систему «субъект-объект», которая включает три взаи­мосвязанных структурных компонента: операциональный (т.е. воздействие субъекта); процессуальный (т.е. при­нятие внушающего содержания объектом); результатив­ный (т.е. ответные реакции объекта).

**Операциональный компонент внушающего воздей­ствия.**

В сложном акте взаимодействия субъекта и объ­екта внушения обычно выделяют два этапа: подготови­тельный и исполнительный. *На подготовительном* этапе субъект воздействия сначала психологически готовит объект к восприятию последующего содержания внуше­ния, т. е. снижает его сопротивляемость внушению и повышает внушаемость. Для этого он использует при­емы релаксации (психофизического расслабления), а также опирается на нечто жизненно значимое для объ­екта внушения, укоренившееся в его психике. Потом субъект «вводит» в психику объекта и закрепляет в ней нужные ему образцы мышления, психических состояний, поведения.

**Процессуальный компонент внушающего воздей­ствия.**

Процесс усвоения объектом внушающего воздей­ствия весьма специфичен. В целом он сокращен по срав­нению с процессом убеждения: в нем функционируют только восприятие и запоминание, деятельность же мы­шления «выпадает» или, по крайней мере, ослабляется. Внушая, субъект воздействует готовыми формулировка­ми (выводами, идеями, призывами), а объект усваивает их полностью, частично или не усваивает вообще, но в создании формулировок не участвует. Таким образом, процесс внушения включает непреднамеренное воспри­ятие и запоминание без предварительного осмысления содержания внушения.

**Результативный компонент внушающего воздейст­вия.**

Субъект внушающего воздействия всегда как-то реагирует на его содержание. Цель внушения – повли­ять на объект таким образом, чтобы его реакция соот­ветствовала целям офицера воспитателя.

**Таким образом, на основании работы можно сделать следующие выводы:**

**- Информационно-воспитательная работа – это важнейшее направление воспитательной работы, особый вид деятельности командиров (начальников), должностных лиц органов воспитательной работы по формированию у личного состава Вооруженных сил Российской Федерации высокого морального духа, военно-профессиональных навыков и умений развития морально-психологических и боевых качеств посредством информации.**

**- Система информационно-воспитательной работы постоянно развивается и совершенствуется.**

**- Главной особенностью методов информационно-воспитательной работы является то, что они оказывают воспитательное воздействие в основном посредством словесной информации.**

**- Базовыми методами воздействия, которые можно применя­ть в практике информационно-воспитательной работы, являются убеж­дение и внушение.**

**- Убеждение – это метод воздействия на сознание людей, обращенный к их собственному критическому восприятию.**

**- Внушение – это метод психологического воздейст­вия на сознание личности или группы людей, основан­ный на некритическом (и часто неосознанном) восприя­тии информации.**

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Возрастание роли информационно-воспитательной работы в условиях реформирования Вооруженных Сил Российской Федерации, обусловлено целым рядом причин:

- во-первых, особенностями современной как внутренней, так и международной обстановки, характеризующейся высокой динамичностью, противоречивостью, порой непредсказуемостью последствий;

- во-вторых, обострением проблем отсутствия единой идеологии, возросшей политизацией масс, их активностью и жаждой информации;

- в-третьих, необходимостью совершенствования информацион­но-воспитательной работы.

В приказе Министра Обороны РФ N 226 от 6 июля 1995 года" Об органах воспитательной работы ВС РФ " особое место уделено задаче определения основных направлений информационного обеспечения дея­тельности войск, выработке мер по защите личного состава от не­гативного информационно-психилогического воздействия.

Среди многих факторов, обуславливающих усиление информационной работы, особо следует назвать возрастание требований к боевой готов­ности части и требований к информированию личного состава в боевой обстановке.

В этих условиях каждому офицеру важно уметь использовать каждоднев­ное общение с подчиненными, ведь он выступает не только как военный специалист, но и как руководитель воинского коллектива.

При этом наибольшего результата, при проведении мероприятий информационно-воспитательного воздействия на военнослужащих, можно добиться используя такие психологические методы убеждения как «убеждение» и «внушение».

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Арзамаскин Ю.Н., Бублик Л.А. “Морально-психологическое обеспечение в вооруженных силах России” -М.:ВУ,2002.
2. «Об организации общественно-государственной подготовки личного состава Вооруженных Сил» : Приказ министра обороны РФ N 250 от 8 мая 1993 г. М., 1993.
3. Чертополох А. А. “Информационное обеспечение воспитательной работы в Вооруженных Силах Российской Федерации”. – М.: ВУ, 1999.

4 Военная психология и педагогика: Учебное пособие / Под ред. П.А. Корчемного, Л.Г. Лаптева, В.Г. Михайловского. – М.: Совершенство, 1998.

5 Мослов Э. Е. Педагогические основы формирования и развития культуры управленческой деятельности у командиров подразделений. Дис. ... канд. педагогических наук. - М., 1993.

6 “Методика организации и проведения общественно-государственной подготовки в полку (на корабле)”. – М.: ГУВР, 1998.

7 “Методика организации информационно-воспитательной работы в полку (на корабле)”. – М.: ГУВР, 2000.

8 Приказ № 235 от 17.06.1997 г. «0 совершенствовании системы воспитательной работы в Вооруженных Силах Российской Федерации»

9 Справочник офицера воспитателя.-М.: «За права военнослужащих»,2003.