

*О.В. СМАГИН, С.О. СМАГИН,
К.А. КОСТЮЧЕНКО*

ИНФОРМАЦИОННОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ВООРУЖЕННЫХ СИЛ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Учебное пособие

Санкт-Петербург
Издательство БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова
2023

ББК 68.45я73
С50

Смагин, О.В.
С50 Информационное обеспечение деятельности Вооружённых Сил Российской Федерации: учебное пособие / О.В. Смагин, С.О. Смагин, К.А. Костюченко. – Санкт-Петербург: Изд-во БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова, 2023. – 98 с.

Раскрыты история развития, сущность информационного обеспечения деятельности ВС РФ, структура и основные задачи органов информационного обеспечения деятельности ВС, организация информационного обеспечения деятельности ВС, а также опыт информационного обеспечения деятельности группировки ВС РФ в Сирийской Арабской Республике.

Предназначено для студентов военного учебного центра при БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова. Может быть полезным для преподавателей, аспирантов и соискателей, а также для офицеров, организующих военно-политическую работу.

ББК 68.45я73

Р е ц е н з е н т проф. каф. общевойсковой подготовки
военного учебного центра при БГТУ «ВОЕНМЕХ»
им. Д.Ф. Устинова, д-р военных наук *Е.Ф. Подсобляев*

*Утверждено
редакционно-издательским
советом университета*

© Изд-во БГТУ «ВОЕНМЕХ»
им. Д.Ф. Устинова, 2023
© Авторы, 2023

ВВЕДЕНИЕ

Сферы массовых коммуникаций и информационной политики – одни из важнейших объектов государственного управления, их регулирование – актуальная задача государственной политики. В федеральных органах исполнительной власти, политических, общественных и других организациях профессиональной деятельностью по сбору, созданию, распространению, практическому использованию массовой информации занимаются, как правило, специализированные институты и подразделения.

В Вооруженных Силах РФ к ним наряду с ведомственными средствами массовой информации (СМИ) относятся органы информационного обеспечения. Их деятельность направлена на активное участие военного ведомства в информационном сопровождении государственной политики в области обороны и национальной безопасности. Общую координацию этой деятельности в Минобороны России осуществляет первый заместитель Министра обороны Российской Федерации. Непрерывное и систематическое изучение информационного пространства, его ежедневный профессиональный анализ позволяет определить и прогнозировать облик Вооруженных Сил в глазах общественности. Эта деятельность дает возможность своевременно принимать меры против фактов фальсификации и откровенной лжи, способствовать созданию реального позитивного имиджа армии и флота и поддержке общества всех предпринимаемых усилий военно-политического руководства страны по повышению боеготовности Вооруженных Сил.

По результатам опросов общественного мнения в 2022 г. 84 процента наших граждан поддерживают деятельность Вооруженных Сил и считают, что они способны защитить свою страну. Столь высокая оценка обществом боеготовности и состояния Вооруженных Сил – результат работы созданной по решению Министра обороны Российской Федерации С.К. Шойгу системы максимально открытого, объективного и доступного информирования общественности.

Эффективность созданной системы информационной работы подтверждена и в ходе выполнения Вооруженными Силами задач по борьбе с международным терроризмом в Сирийской Арабской Республике. В сложных условиях информационного противостояния было достигнуто устойчивое доминирование объективной информации о деятельности Вооруженных Сил и значительно повышен авторитет российской армии в стране и за рубежом.

1. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ РФ

1.1. История системы информирования общественности о деятельности ВС РФ

Создание и развитие органов информации Министерства обороны СССР. История органов информационного обеспечения насчитывает более 45 лет, охватывая два периода: советский и современный. При этом в современном периоде выделяют несколько этапов.

День основания органов информации военного ведомства – 15 ноября 1971 г., когда приказом Министра обороны СССР Маршала Советского Союза А. Гречко была утверждена организационная структура, получившая название «Информация». Ее создание было связано с необходимостью информационного обеспечения деятельности Министра обороны СССР.

Доклады, выступления, речи Министра обороны (на партийных съездах, конференциях, пленумах, на сессиях Верховного Совета, на совещаниях руководящего состава, на заседаниях коллегии Минобороны СССР), а также публикации в СМИ готовились в «Информации» или в обязательном порядке проходили через нее. «Информация» была одной из наиболее авторитетных военных структур, выступала своего рода катализатором военно-научной, оперативно-стратегической, а затем и информационной работы в Министерстве обороны СССР, Генеральном штабе, Вооруженных Силах в целом. Здесь работали талантливые, профессионально подготовленные специалисты.

В ноябре 1987 г. название структуры было изменено на «Информацию Министра обороны СССР».

4 ноября 1989 г. в соответствии с директивой Министра обороны эта структура стала называться «Управление информации Министерства обороны СССР». С сентября 1990 г. в целях упорядочения организации и проведения информационно-пропагандистских мероприятий в армии и на флоте с участием представителей зарубежных СМИ на Управление информации Министерства обороны СССР была возложена координация работы с зарубежными СМИ, обобщение и систематизация отчетов о проведенных мероприятиях в Советской Армии и Военно-Морском Флоте.

В 1990 г. в целях оптимизации информационной работы в ВС СССР, организации эффективной работы с советскими и зарубежными

средствами массовой информации в интересах Советской Армии и Военно-Морского Флота было введено в действие Положение об Управлении информации Министерства обороны СССР.

Этапы развития современной системы информирования общественности о деятельности Вооруженных Сил государства.

Первый этап: 3 июня 1992 г. – 11 декабря 1994 г.

3 июня 1992 г. в штат Управления информации Министерства обороны РФ введена должность пресс-секретаря Министра обороны.

10 июля 1992 г. в связи с созданием органов управления Министерства обороны РФ Управление информации Министерства обороны СССР реорганизовано в Пресс-службу Министерства обороны РФ численностью 60 военнослужащих и девять служащих. Основное предназначение Пресс-службы – целенаправленное распространение через СМИ объективных сведений о повседневной деятельности армии и флота, о важнейших открытых мероприятиях, проводимых Министром обороны и его заместителями, а также о чрезвычайных ситуациях, происшествиях и других событиях в армии и на флоте.

В декабре 1992 г. созданы пресс-центры видов Вооруженных Сил РФ, округов, групп войск, флотов, родов войск. Их деятельность координировалась Пресс-службой Министерства обороны РФ. На пресс-центры возлагались следующие задачи:

- оперативное представление в Пресс-службу Министерства обороны РФ информации о важнейших событиях в регионах, проводимых командованием мероприятиях с участием войск (сил);
- организация по согласованию с Пресс-службой Министерства обороны РФ встреч командования с представителями российских и зарубежных средств массовой информации, посещения российскими и иностранными журналистами воинских частей.

4 января 1993 г. сформирован Отдел международной информации и рекламы Министерства обороны РФ (агентство «Интервоенинформ» Министерства обороны РФ), который подчинялся первому заместителю Министра обороны РФ.

В конце января 1993 г. на базе Пресс-службы Министерства обороны РФ проведены следующие организационные мероприятия:

- в штат Аппарата Министра обороны РФ включена должность помощника Министра обороны РФ по связям с общественностью и прессой и исключена должность пресс-секретаря Министра обороны РФ;
- сформирован Пресс-центр Министерства обороны РФ численностью 30 военнослужащих и восемь человек гражданского персонала;

- сформировано Пресс-бюро Министра обороны РФ численностью девять военнослужащих и четыре представителя гражданского персонала.

В феврале этого же года сформирован Отдел военных специальных корреспондентов при Пресс-центре Министерства обороны РФ численностью девять военнослужащих.

С 19 июля 1993 г. по 18 апреля 1995 г. главная информационная структура Министерства обороны называется Управление информации и печати Министерства обороны России.

Должностным лицом Министерства обороны РФ, которое отвечало за подготовку предложений Министру обороны в области информационной политики и координировало работу информационных структур Вооруженных Сил РФ, являлся помощник Министра обороны по связям с общественностью и прессой. Он подчинялся непосредственно Министру обороны, организовывал его связи с общественностью и прессой, выражал официальную точку зрения главы военного ведомства.

5 марта 1994 г. впервые в Вооруженных Силах РФ приказом Министра обороны РФ вводится единое Положение о пресс-центре вида, округа, группы войск, флота, рода войск. Пресс-центрам придается статус самостоятельных подразделений с непосредственной подчиненностью главнокомандующим, командующим и оперативным подчинением Управлению информации и печати Министерства обороны РФ. Однако введенное положение не закрепляло численность и четко не определяло организационную структуру пресс-центров, фактически передавая решение этих важных вопросов в ведение соответствующих руководителей. Это в ряде случаев создавало предпосылки организационно-кадровых издержек в формировании пресс-центров на начальном этапе их становления. Директивой Начальника Генерального штаба Вооруженных Сил РФ от 30 сентября 1994 г. Отдел военных специальных корреспондентов при Управлении информации и печати Министерства обороны РФ реорганизован в группу, которая была включена в состав Военного информационно-рекламного направления Министерства обороны РФ.

Второй этап: 11 декабря 1994 г. – 30 сентября 1999 г.

Временные рамки второго этапа и его основное содержание определялись периодом восстановления конституционного порядка в Чеченской Республике и в приграничных районах Северного Кавказа (11 декабря 1994 г. по 31 августа 1996 г.), и последующим латентным периодом (до 30 сентября 1999 г.).

В апреле 1995 г. Управление информации и печати Министерства обороны РФ реорганизовано в Управление информации Министерства обороны РФ. Приказом Министра обороны РФ «Об органах воспитательной работы Вооруженных Сил Российской Федерации» в июне 1995 г. в целях повышения эффективности воспитательной работы в Вооруженных Силах Центральную телевизионную и радиовещательную студию (ЦТРС), а также Военное информационно-рекламное направление Министерства обороны приказано подчинить Главному управлению воспитательной работы Министерства обороны РФ.

В 1996 г. для совершенствования структуры центральных органов Военного управления Министерства обороны РФ на базе Управления информации, отдела референтов и консультантов, отдела Министерства обороны РФ по связям с информационными структурами органов государственной власти и управления, общественных организаций создана Пресс-служба Министерства обороны РФ численностью 41 человек. В январе 1997 г. в структуру Пресс-службы внесены следующие изменения: упразднен отдел по работе с российскими и зарубежными средствами массовой информации и на его базе созданы две группы: группа информационного анализа и планирования; группа информационных связей.

В марте 1997 г. упразднен отдел референтов, создан отдел информационных и общественных связей; исключена группа информационных связей и включена группа подготовки информационных материалов. В мае 1997 г. исключена группа подготовки информационных материалов и создан отдел информации.

С июня 1997 г. на Пресс-службу Министерства обороны РФ возложено организационно-методическое руководство и координация деятельности системы средств массовой информации и пресс-центров Вооруженных Сил РФ. Пресс-службе Министерства обороны РФ переданы функции учредителя газеты «Красная звезда», журналов «Воин России», «Ориентир», ЦТРС Министерства обороны РФ. В ноябре 1997 г. сформирован Отдел военных специальных корреспондентов при Пресс-службе Министерства обороны РФ численностью 11 военнослужащих.

5 марта 1999 г. директивой Министра обороны «Об организации в Вооруженных Силах Российской Федерации системы информирования российской и зарубежной общественности» установлено, что официальная позиция Министерства обороны РФ доводится до СМИ непосредственно Министром обороны РФ, а также начальником Пресс-службы Министерства обороны РФ – пресс-секретарем Министра обо-

роны, а в отдельных случаях, по поручению Министра обороны, другими должностными лицами Министерства обороны РФ.

Приказом Министра обороны РФ, Министра внутренних дел РФ и Директора ФСБ в августе 1999 г. в целях информационно-пропагандистского обеспечения деятельности федеральных сил при проведении контртеррористической операции в Республике Дагестан в составе Оперативного штаба по управлению контртеррористической операцией в Республике Дагестан создан Временный объединенный пресс-центр, на который возложены функции оперативного информационного обеспечения деятельности подразделений федеральных войск и правоохранительных органов.

Третий этап: 30 сентября 1999 г. – март 2006 г.

Развитие органов информационного обеспечения в этот период определялось в основном событиями контртеррористической операции (КТО) на Северном Кавказе. В целях совершенствования информационного обеспечения Вооруженных Сил, укрепления морально-психологического состояния военнослужащих, повышения престижа военной службы приказом Министра обороны «О мерах по совершенствованию информационного обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации» с апреля 2000 г. на органы воспитательной работы Вооруженных Сил возложена координация информационного обеспечения войск (сил), координация деятельности средств массовой информации Вооруженных Сил, их всестороннего обеспечения, а также подготовка кадров военных журналистов. С июля 2000 г. начальники пресс-служб непосредственно подчиняются соответствующим начальникам управлений, отделов воспитательной работы. Средствами массовой информации Вооруженных Сил определены периодические печатные издания (учредителями которых являются Министерство обороны РФ и Генеральный штаб), а также редакционно-издательские организации Вооруженных Сил и иные формы периодического распространения массовой информации.

На Главное управление воспитательной работы Вооруженных Сил РФ возложено непосредственное управление и всестороннее обеспечение деятельности редакций, издательства и типографии газеты «Красная звезда» в мирное и военное время, функции учредителя журналов «Воин России» и «Ориентир», ЦТРС Министерства обороны РФ. На Пресс-службу Министерства обороны РФ возложено информационное и методическое обеспечение средств массовой информации Вооруженных Сил. СМИ Вооруженных Сил РФ, находящиеся в подчинении Пресс-службы Министерства обороны РФ и пресс-служб в войсках

(силах), переданы в подчинение Главному управлению воспитательной работы Вооруженных Сил РФ и органам воспитательной работы войск (сил). В 2000 г. в целях повышения эффективности информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил директивой Министра обороны «О мерах по использованию сети «Интернет» в целях информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил Российской Федерации» поставлена задача: создать организационную структуру Министерства обороны РФ по распространению информации в сети «Интернет».

В Интернете на официальном сайте Министерства обороны РФ планировалось систематизировать и размещать информацию о жизни и деятельности Вооруженных Сил, предоставляемую органами военного управления. В этом же году создан Мобильный пресс-центр Вооруженных Сил РФ численностью 10 человек и Редакция информации Министерства обороны РФ в сети «Интернет» численностью 13 человек, подчинявшиеся Пресс-службе Министерства обороны РФ. Для повышения эффективности информирования общественности о жизни и деятельности Вооруженных Сил РФ в глобальной информационной сети «Интернет» в августе 2002 г. директивой Министра обороны «О повышении эффективности информирования общественности о жизни и деятельности Вооруженных Сил Российской Федерации в глобальной информационной сети «Интернет» утверждена структура официального сайта Министерства обороны РФ. Контроль за наполнением информацией сайта был возложен на Пресс-службу Министерства обороны РФ.

В июне 2004 г. в органах военного управления начали создаваться абонентские пункты сети «Интернет». В соответствии с указом Президента РФ от 16 августа 2004 г. «Вопросы Министерства обороны Российской Федерации» в целях совершенствования органов военного управления сформировано Управление информации и общественных связей Министерства обороны РФ, которое включено в состав Аппарата Министра обороны РФ. При этом были расформированы Пресс-служба Министерства обороны РФ и Мобильный пресс-центр Вооруженных Сил РФ. Управление имело в своем составе: пресс-службу, службу информационной безопасности, отдел анализа и прогноза информационной ситуации, отдел референтов Министра обороны, отдел координации органов информационного обеспечения и секретную часть. Численность управления составляла 43 военнослужащих и 10 человек гражданского персонала.

Приказом Министра обороны в ноябре 2004 г. утверждено Положение об Управлении информации и общественных связей Министер-

ства обороны РФ. В соответствии с ним должностным лицам Вооруженных Сил предписывалось обеспечить оперативное предоставление по запросам Управления необходимых справочных, информационных и других данных о строительстве, применении, повседневной жизни и деятельности Вооруженных Сил, а также сведений о проводимых мероприятиях, происшествиях и иных событиях, представляющих общественный интерес.

С марта 2005 г. абонентские пункты пресс-служб, других органов военного управления и организаций Вооруженных Сил, занятых в системе информационного обеспечения, стали подключаться к информационной сети общего пользования «Интернет». В декабре 2005 г. приказом Министра обороны «Об органах информационного обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации» определены основы построения, организации деятельности, задачи и функции органов информационного обеспечения.

Центральным органом военного управления, организующим и координирующим информационное обеспечение Вооруженных Сил РФ, оставалось Управление информации и общественных связей Министерства обороны. Также приказом Министра обороны РФ в 2005 г. были утверждены геральдические знаки Управления информации и общественных связей Министерства обороны РФ.

Четвертый этап: март 2006 г. – ноябрь 2012 г.

В марте 2006 г. в Управлении информации и общественных связей проходят организационные преобразования, в ходе которых оно стало включать: управление; юридическую службу; пресс-службу; службу анализа, планирования и развития общественных связей; службу мониторинга сферы массовой информации; отделение защиты государственной тайны.

В состав управления были включены подразделения Экспертного центра Аппарата Министра обороны РФ. В подчинении Управления находились: редакция информации (Министерства обороны РФ) в глобальной информационной сети «Интернет»; агентство «Военинформ» Министерства обороны РФ; редакционно-издательский центр (РИЦ) Министерства обороны РФ.

По вопросам информационного обеспечения управление координировало деятельность органов информационного обеспечения, в состав которых на том этапе входили: службы информации и общественных связей видов Вооруженных Сил РФ, военных округов, флотов, родов войск, тыла Вооруженных Сил, Железнодорожных войск; отделы и группы информационного обеспечения в воинских частях и органи-

зациях обеспечения центрального аппарата и органов военного управления Министерства обороны РФ; помощники командующих (командиров) по информационному обеспечению в отдельных соединениях и объединениях; помощники начальников по информационному обеспечению в военно-учебных заведениях Министерства обороны РФ, научно-исследовательских и испытательных воинских частях и организациях Вооруженных Сил; подразделения информационной безопасности в СМИ, а также иные штатные структурные подразделения (должностные лица) Вооруженных Сил (Министерства обороны РФ), на которых возлагались функциональные обязанности по информационному обеспечению.

Приказом Министра обороны в 2010 г. введено в действие Положение об органах информационного обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации.

В июле 2010 г. изменено название органа информационного обеспечения – теперь он называется Управление пресс-службы и информации (УПСИ) Министерства обороны РФ. В соответствии с этим приказом УПСИ подчиняется Министру обороны РФ. Общее руководство его деятельностью осуществляет советник Министра обороны РФ. В июле 2010 г. с созданием в Вооруженных Силах РФ четырех объединенных стратегических командований принято решение сохранить пресс-службы только на базе новых военных округов (Западного, Центрального, Южного и Восточного). Пресс-службы видов Вооруженных Сил РФ и родов войск включены в состав управления в виде отдельных групп информационного обеспечения.

Пятый этап: ноябрь 2012 г. – август 2016 г.

Кардинально новый этап развития системы информационного обеспечения связан с реализацией в военном ведомстве, начиная с конца 2012 г., новых подходов к информационной работе.

В 2012 г. основными проблемами реализации государственной информационной политики в области обороны оставались невысокий уровень поддержки населением России деятельности Вооруженных Сил, низкая оценка гражданами их способности гарантированно защитить страну. По данным социальных опросов, доля граждан, считающих престиж военной службы низким, составляла 27 процентов, в то время как высоко оценивали престиж военной службы лишь 21 процент населения.

Одним из приоритетных направлений была признана информационная работа, основные цели которой определил Министр обороны РФ генерал армии С.К. Шойгу:

- демонстрация открытости Вооруженных Сил для общества и средств массовой информации;
- повышение интенсивности освещения всех аспектов деятельности Вооруженных Сил РФ;
- расширение форм и методов информационной работы, использование новых форматов работы со СМИ.

Координация реализации информационной политики в Вооруженных Силах была возложена на первого заместителя Министра обороны Р.Х. Цаликова. На протяжении данного этапа происходило окончательное формирование двухуровневой системы информационного обеспечения Вооруженных Сил.

Первый уровень – центральный – сфера ответственности Управления пресс-службы и информации, осуществляющего информационное обеспечение деятельности руководства Минобороны РФ и центральных органов военного управления, главных командований видов Вооруженных Сил, командований родов войск, нижестоящих объединений, соединений и частей центрального подчинения.

Второй уровень – региональный – компетенция пресс-служб военных округов. Региональные отделы и группы информационного обеспечения, включая офицеров, обособленно дислоцированных при крупных воинских формированиях, организационно входят в штат пресс-службы – подразделения штаба военного округа и подчиняются начальнику пресс-службы – помощнику командующего войсками военного округа.

Такая схема подчиненности, по сравнению с прежней, когда офицеры информационного обеспечения подчинялись командирам соединений и командующим объединениями, обеспечила более высокую оперативность информационной работы и непрерывное исполнение офицерами органов информационного обеспечения исполнения непосредственных функциональных обязанностей.

Более того, уменьшение количества этапов согласования документов, осуществления экспертных оценок сведений, предназначенных для открытого опубликования, способствовало централизации единой информационной политики военного ведомства, повышению оперативности и качества подготовки материалов для СМИ, увеличению интенсивности работы представителей СМИ в войсках.

Так, уже в 2013 г. количество проведенных в Вооруженных Силах РФ мероприятий информационного обеспечения по сравнению с 2012 г. выросло в 2,8 раза, количество пресс-конференций, брифингов и интервью с участием командного состава возросло в 1,4 раза, общее

количество позитивных и нейтрально-информационных материалов СМИ о Вооруженных Силах РФ увеличилось более чем в 3,2 раза.

Начали улучшаться и показатели поддержки населением деятельности Вооруженных Сил, оценки гражданами престижности военной службы. Повышению степени открытости и прозрачности Вооруженных Сил в значительной мере способствовало широкое освещение регулярных заседаний Коллегии Минобороны РФ и деятельности Общественного совета при Минобороны России, регулярное освещение селекторных совещаний сначала в Ситуационном центре Минобороны России, затем в Национальном центре управления обороной, а также организация и проведение регулярных встреч руководства Минобороны с главными редакторами и ведущими обозревателями центральных СМИ и военными экспертами.

В 2014 г. разработан и запущен на интернет-портале Минобороны России раздел «План деятельности», где излагались подробные сведения и целевые показатели по всем направлениям работы Минобороны РФ вплоть до 2020 г. В результате Минобороны РФ первым среди федеральных органов исполнительной власти, подчиненных Президенту РФ, выполнило задачу по обеспечению доступа граждан к информации о своей деятельности.

Открытие раздела сопровождалось резким увеличением посещаемости сайта Минобороны РФ – до 100 тыс. пользователей в день. Также значительный интерес вызвали официальные страницы Минобороны России, которые запускались в популярных социальных сетях начиная с 2014 г.

Претерпели изменение и основные положения в области нормативно-правового регулирования организации информационного обеспечения Вооруженных Сил. В 2013 г. введено в действие новое Положение об Управлении пресс-службы и информации, в 2014 г. – Положение об органах информационного обеспечения Вооруженных Сил.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 15 декабря 2014 г. Северный флот (СФ) выведен из состава Западного военного округа, расширена граница его ответственности. Управление флота реформировано в объединенное стратегическое командование, сформирована пресс-служба Северного флота. Органы информационного обеспечения других флотов вошли в состав пресс-служб военных округов.

Новые подходы к информационной работе, оперативность двухуровневой системы информационного обеспечения Вооруженных Сил, продуктивность созданных инструментов работы в интернет-сегменте

полностью оправдали себя, когда органы информационного обеспечения столкнулись с новыми вызовами и угрозами.

К их числу в первую очередь следует отнести антироссийскую пропагандистскую кампанию в ряде зарубежных СМИ, развернутую с обострением ситуации на востоке Украины и возвращением Крыма в состав Российской Федерации, а впоследствии усилившуюся с началом операции российских ВКС в Сирии. Окончание этого периода характеризовалось дальнейшим увеличением интенсивности мероприятий информационного обеспечения, фактическим переходом информационной работы в круглосуточный режим, оттачиванием форм и методов работы дежурных смен, повышением критериев оперативности мониторинга СМИ и информационного реагирования.

Благодаря эффективности созданной системы информационным структурам Минобороны России впервые удалось добиться устойчивого доминирования объективной информации о деятельности Вооруженных Сил и значительно повысить их авторитет в России и за рубежом.

Шестой этап: август 2016 г. – настоящее время.

Содержание данного этапа определяется необходимостью дальнейшего наращивания эффективности информационной работы в военном ведомстве и включает:

- приведение организационно-штатной структуры управления в соответствие с выполняемыми задачами и функциями;
- актуализацию нормативно-правовой базы по организации информационного обеспечения;
- совершенствование системы подготовки кадров;
- дальнейшую централизацию единой информационной политики;
- повышение оперативности информационного реагирования;
- наращивание ритмичного и непрерывного потока новостной и мультимедийной информации о деятельности Вооруженных Сил;
- расширение информационного присутствия в сети «Интернет» и социальных медиа.

В августе 2016 г. Управление пресс-службы и информации Министерства обороны РФ реорганизовано в Департамент информации и массовых коммуникаций Министерства обороны РФ с возложением на него новых задач и функций.

В Департаменте образовано шесть направлений:

- оперативного реагирования и организации информационного обеспечения РФ;

- информационного обеспечения деятельности руководства Министерства обороны;

- взаимодействия с российскими и зарубежными СМИ;
- мониторинга российских и зарубежных СМИ;
- информационного анализа и специальных медиапроектов;
- организационно-плановое.

Центр сопровождения (подготовки и размещения информации) интернет-портала Министерства обороны РФ преобразован в Центр подготовки информации и сопровождения интернет-ресурсов Министерства обороны РФ. Расширение перечня выполняемых им функций обусловило образование новых отделов:

- сопровождения интернет-портала МО РФ;
- ведения иноязычных проектов;
- подготовки, обработки и каталогизации фото- и видеоинформации;
- развития функциональных возможностей и сервисов интернет-портала;
- ведения страниц в социальных сетях.

В 2016 г. возобновлена подготовка кадров в интересах органов информационного обеспечения на базе учебного военного центра при Воронежском государственном университете.

По решению Министра обороны РФ с 2017 г. на базе Военного университета Минобороны России организована подготовка курсантов по новой военной специальности «Информационное и медиакоммуникационное обеспечение военной деятельности». Также на базе Военного университета реализуются программы дополнительного профессионального образования в области информационного обеспечения в группах профессиональной переподготовки и повышения квалификации. В рамках одной из таких групп дважды в год проводятся курсы подготовки командующих объединениями (командиров соединений) по эффективному взаимодействию с представителями СМИ.

В 2017 г. приказами Министра обороны РФ № 350 и № 355 введены в действие Положение о Департаменте информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации и новое Положение об органах информационного обеспечения Вооруженных Сил РФ.

С марта 2017 г. департаменту подчинены все печатные средства массовой информации, учредителем которых является Минобороны России. В дополнение к журналам, издаваемым РИЦ Минобороны России, добавились газета «Красная звезда», журналы «Ориентир» и

«Воин России», окружные и флотские газеты. Решение об объединении печатных средств массовой информации и органов информационного обеспечения под единым командованием обусловлено необходимостью централизации единой информационной политики и более глубокого погружения тематики изданий в мероприятия повседневной деятельности и боевой подготовки в войсках.

Данное решение также обусловлено необходимостью совершенствования системы распространения изданий. В 2017 г. окружные и флотские издания были включены в российские федеральные подписные каталоги в качестве региональных приложений к газете «Красная звезда». Благодаря этому обеспечивалась их надежная доставка в части и соединения Вооруженных Сил и возможность индивидуальной подписки на них на всей территории России.

В 2017 г. Министром обороны принято решение о создании «базового набора» изданий, которым должны быть обеспечены все комнаты информирования и досуга в Вооруженных Силах РФ:

- газета «Красная звезда»;
- одна из окружных (флотских) газет, перешедших на современный формат D2;
- журнал «Армейский сборник», увеличившийся в объеме за счет тематики журнала «Ориентир», выпуск которого был приостановлен для исключения дублирования;
- сборник «Воин России», который также увеличивался в объеме и стал выпускаться ежеквартально в формате литературно-художественного альманаха.

Для гарантированного обеспечения войск «базовым набором» изданий тираж журналов был увеличен практически в 10 раз (с 930 до 9 тыс. экземпляров), окружных и флотских газет – с 1-2 тыс. до 4-5 тыс. экземпляров, а газеты «Красная звезда» – с 19 до 24 тыс. С 1 января 2018 г. все перечисленные издания выпускаются новой объединенной структурой – ФГБУ «Редакционно-издательский центр «Красная звезда» Министерства обороны РФ.

1.2. Сущность информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил РФ

Совершенствование системы информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил все в большей степени определяет успешность и качество решения проблем военного строительства, повышение

боеготовности и боеспособности войск (сил) и в целом военную безопасность страны.

Подходы к пониманию информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил и его системы предполагают рассмотрение общих теоретико-методологических аспектов информационного обеспечения применительно к деятельности войск (сил) и органов государственного и военного управления. В связи с этим необходимо решить методологически важный вопрос о сущности системы информационного обеспечения.

Определение понятия «информационное обеспечение Вооруженных Сил Российской Федерации» впервые было дано в приказе Министра обороны Российской Федерации 2005 г. № 555: «Информационное обеспечение Вооруженных Сил Российской Федерации – это деятельность, направленная на реализацию государственной политики в области обороны, проводимая в целях создания благоприятных условий в информационной сфере, способствующих эффективному решению стоящих перед Вооруженными Силами задач».

В 2014 г. в Указ Президента РФ «Вопросы Министерства обороны Российской Федерации» были внесены изменения, вступившие в силу с 1 января 2015 г., в соответствии с которыми военное ведомство организует и осуществляет в пределах своей компетенции информационное обеспечение государственной политики в области обороны, а также информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил.

Соответствующие изменения учтены в переработанных в 2017 г. Положениях о Департаменте информации и массовых коммуникаций Минобороны России (приказ Министра обороны РФ № 350) и об органах информационного обеспечения Вооруженных Сил (приказ Министра обороны РФ № 355).

Смысл и содержание термина «информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил» связаны с понятием «связи с общественностью» («паблик рилейшнз»; *англ.* Public Relations – публичные отношения, связи с общественностью, отношения с общественностью, общественные связи, общественное взаимодействие; *сокр.* PR – пи-ар).

Как следует из различных определений, субъект и объект управления связей с общественностью, PR, существуют как взаимозависимые, равно заинтересованные друг в друге субъекты общественных отношений, достигающие целей путем презентации своих интересов в общественном мнении, завоевания репутации, создания позитивного имиджа. Очевидно, что связи с общественностью представляют собой специализированную, профессионально организованную управленческую

деятельность особого рода. Это адресное управление отношениями организации и состоянием общественного мнения в определенной сфере, осуществляемое ненасильственными (не административно-командными) средствами в интересах создания благоприятных условий для достижения целей управления.

В данном контексте вид деятельности, именуемый в нормативных правовых актах Минобороны России «информационным обеспечением деятельности Вооруженных Сил», – это фактически «связи с общественностью», PR, только с учетом специфики деятельности Минобороны России и других органов военного управления, характера задач, возложенных на Вооруженные Силы.

Информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил может быть представлено как «процесс сбора, производства, распространения информации и взаимодействия со СМИ в целях формирования позитивного общественного мнения о Вооруженных Силах и принимаемых российским военно-политическим руководством мерах в области обороны».

Для информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил как вида деятельности особенно характерна его двунаправленность: обращенность одновременно и на внутренние структуры организации (в этом плане информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил выступает как инструмент менеджмента и источник необходимой дополнительной информации для выработки оптимальных решений в сфере военного управления), и на внешние структуры, на многочисленных – реальных и потенциальных – партнеров: иные органы исполнительной власти, общественные движения, союзы и объединения, средства массовой информации, группы граждан и пр.

Своеобразие информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил заключается и в том, что оно обеспечивает согласование общесоциальных, корпоративных (групповых) и частных интересов. Если в какой-либо коммерческой фирме служба по связям с общественностью вполне эффективно соотносит корпоративный и частный интересы, помогает производителю и потребителю товара или услуги, то в сфере жизнедеятельности Вооруженных Сил, обороны и безопасности масштаб и уровень согласования интересов качественно иной. Приходится учитывать мнения гораздо большего числа партнеров, обобщать, типологизировать существующие точки зрения, позиции, требования. Значит, и соответствующие структуры по связям с общественностью должны разворачивать свою деятельность на ином плацдарме, на ином уровне контактов, на более развитой и масштабной технологической основе.

Наконец, наиболее важная особенность информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил РФ заключается в том, что основной связью с общественностью органов военного управления всех уровней является информационное обеспечение государственной политики в области обороны. Именно поэтому организация и проведение всего комплекса мероприятий информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил невозможны без знания основных принципов, задач и способов информационного обеспечения государственной политики в области обороны.

Основные принципы информационного обеспечения государственной политики в области обороны:

- соблюдение Конституции и законодательства РФ, норм международного права;
- целостность информационного пространства России;
- открытость в реализации функций федеральных органов государственной власти, органов власти субъектов Российской Федерации, Вооруженных Сил РФ, других войск и воинских формирований в сфере обороны;
- правовое равенство всех участников процесса информационного взаимодействия;
- взаимоприемлемость и идеологическая терпимость для всех участников информационного процесса;
- приоритетность развития современных отечественных информационных и телекоммуникационных технологий, производства технических и программных средств, способных обеспечить совершенствование национальных телекоммуникационных сетей, их совместимость с глобальными информационными сетями в целях соблюдения жизненно важных интересов РФ;
- опережающий информационный эффект в реализации принимаемых решений в области обороны;
- обеспечение оптимального уровня и адресности информационной поддержки деятельности ВС, других войск и воинских формирований.

Основные задачи информационного обеспечения государственной политики в области обороны:

- обеспечение широкого, оперативного, свободного в рамках российского законодательства распространения объективной информации о реализации военной политики государства, строительстве, подготовке, применении Вооруженных Сил, других войск и воинских формирований;

- доведение до общественности принятых государственных решений в области обороны;

- анализ и прогноз современных информационных процессов, затрагивающих интересы Вооруженных Сил, других войск и воинских формирований;

- создание системы быстрого реагирования на внезапные изменения информационной обстановки;

- достоверное, оперативное и объективное информирование населения страны и зарубежной общественности о кризисных ситуациях и чрезвычайных происшествиях, имеющих общественную значимость;

- совершенствование системы управления процессами формирования информации о военной политике, Вооруженных Силах, других войсках и воинских формированиях.

Способы информационного обеспечения государственной политики в области обороны (применительно к Вооруженным Силам РФ):

- тесное взаимодействие информационных структур Вооруженных Сил, других войск и воинских формирований;

- эффективное участие в реализации государственной информационной политики в области обороны государственных телерадиовещательных организаций, других государственных средств массовой информации;

- создание единой системы подготовки кадров для органов информационного обеспечения Вооруженных Сил;

- регулярное информирование общественности о деятельности Минобороны РФ, других органов исполнительной власти, имеющих войска (воинские формирования), о реализации военной политики государства, о важнейших событиях в их жизни и деятельности;

- информационное противодействие попыткам формирования негативного отношения к российскому военному присутствию на территории стран СНГ и других государств;

- широкое применение современных информационных и телекоммуникационных технологий;

- регулярный мониторинг информационной обстановки и анализ общественного мнения;

- международное сотрудничество в области реализации информационной политики с иностранными государствами и международными организациями, в том числе по вопросам обороны (Республика Беларусь, ОДКБ, ШОС, СНГ);

- распространение через аппарат военных атташе за рубежом, а также через сеть «Интернет» информации о реализации государственной политики России в области обороны;

- обеспечение информационной безопасности.

Научный подход к изучению информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил предполагает рассмотрение его как системы. В систему информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил в самом общем виде входят следующие компоненты: цели, задачи, принципы, закономерности, направления деятельности, силы и средства информационного обеспечения.

Выступая как самостоятельный процесс, информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил имеет свои цели и задачи. Содержание этих целей и задач обусловлено характером военной и информационной политики Российского государства и особенностями задач, решаемых органами государственной власти и общественностью.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ от 31 декабря 2015 г., подчеркивается, что на характер международной обстановки все большее влияние оказывает усиливающееся противоборство в глобальном информационном пространстве, обусловленное стремлением некоторых стран использовать информационные и коммуникационные технологии для достижения своих геополитических целей, в том числе путем манипулирования общественным сознанием и фальсификации истории. Поэтому особое внимание уделяется обеспечению информационной безопасности с учетом стратегических национальных приоритетов, среди которых: оборона страны, государственная и общественная безопасность, стратегическая стабильность и равноправное стратегическое партнерство и др.

Таким образом, информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил, как достаточно самостоятельный вид деятельности органов военного управления, имеет ясные цели, вытекающие из содержания государственной политики в области обороны.

К общим целям информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил относятся:

- информационная поддержка реализации государственной военной политики;
- духовная консолидация общественных сил в стране по вопросам обеспечения военной безопасности;
- анализ социально-политической и информационной обстановки в стране;
- плановое и оперативное информирование военнослужащих, членов их семей, СМИ и общественности по актуальным военно-политическим вопросам и вопросам развития Вооруженных Сил;

- удовлетворение потребностей органов государственной власти, населения и СМИ в информации о состоянии Вооруженных Сил;
- информационное взаимодействие органов военного управления с федеральными органами государственной власти Российской Федерации, государственными учреждениями, общественными организациями и СМИ в интересах военной деятельности.

Принципы информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил:

- достоверность предоставляемой СМИ информации;
- доминирование позитивной информации о Вооруженных Силах;
- формирование непрерывного информационного потока;
- упреждающее и инициативное информирование СМИ;
- целенаправленный поиск и создание информационных поводов;
- сотрудничество со СМИ, содействие в подготовке разножанровых информационных материалов о Вооруженных Силах;
- непрерывный мониторинг информационного поля вокруг Вооруженных Сил и по вопросам военной политики;
- оперативное реагирование на возникающие информационные угрозы;
- развитие конструктивных, профессионально-этических отношений с представителями СМИ.

Информационному обеспечению деятельности Вооруженных Сил как историческому процессу присущи определенные закономерности, которые представляют собой совокупность наиболее существенных, устойчивых, неоднократно повторяющихся информационных связей и отношений между субъектами и объектами, взаимодействующими в ходе выполнения Вооруженными Силами своих задач.

Сущностные характеристики информационного обеспечения Вооруженных Сил:

- обусловленность целей, содержания, организации и способов информационного обеспечения характером военно-политической обстановки и целями государственной политики в области обороны;
- зависимость эффективного влияния информационного обеспечения на формирование высокого морального духа войск (сил) от понимания войсками (силами) целей и задач, от степени укомплектованности частей и подразделений личным составом, оружием и боевой техникой, состояния боевой выучки и дисциплинированности военнослужащих;
- зависимость качества мероприятий информационного обеспечения от наличия в органах государственного и военного управления ква-

лифицированных кадров, имеющих достаточный уровень информационной и военной подготовки, высокие морально-боевые и деловые качества.

Важный компонент системы информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил – направления деятельности органов государственного и военного управления:

- информационно-аналитическая деятельность;
- информирование общественности и координация деятельности СМИ;
- защита войск (сил) от негативного информационно-психологического воздействия;
- деятельность в сети «Интернет».

Информационно-аналитическая деятельность представляет собой деятельность органов военного управления по сбору, обработке, анализу, хранению и передаче информации в целях решения задач военного управления и всестороннего обеспечения деятельности войск. Вместе с тем она выступает как творческий процесс, направленный на определение состояния и перспектив развития военно-политической обстановки в мире и отдельных регионах, определение состава и военного потенциала вероятного противника, его информационных возможностей, мест базирования, тактики и средств вооруженной борьбы и своевременное доведение сведений и выводов, касающихся оценки обстановки, до командования.

Информирование общественности и координация деятельности СМИ представляют собой организацию информирования через средства массовой информации российской и зарубежной общественности о деятельности Вооруженных Сил РФ, обеспечение взаимодействия Министерства обороны РФ со СМИ, информационную поддержку и информационное сопровождение открытых мероприятий, проводимых должностными лицами органов государственного и военного управления в российских и зарубежных СМИ.

Информирование общественности и координация деятельности СМИ включают организацию:

- взаимодействия с общественными организациями и союзами журналистов по вопросам информационной работы;
- работы представителей российских и иностранных СМИ;
- выездов российских и иностранных журналистов в воинские части и подразделения;
- методического обеспечения информационных мероприятий, обобщение опыта передовых методов информационной работы;

- взаимодействия с информационными структурами Администрации Президента РФ, Аппарата Правительства РФ, органов военного управления Министерства обороны РФ и других министерств и ведомств.

Организаторская деятельность органов государственного и военного управления по защите войск от негативного информационно-психологического воздействия играет важную роль в обеспечении высокой морально-психологической стойкости личного состава, в успешном решении боевых задач подразделениями и частями. Ее содержание, формы и методы по мере развития военных событий постоянно совершенствуются и определяются характером складывающейся военно-политической обстановки, особенностями негативного информационно-психологического воздействия и необходимостью обеспечить благоприятную информационно-психологическую обстановку для выполнения личным составом боевых задач.

Деятельность в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» представляет собой комплекс целенаправленных и согласованных мероприятий, осуществляемых органами государственного и военного управления по подготовке и размещению в Интернете полноценной и объективной информации о деятельности Вооруженных Сил в интересах формирования их позитивного имиджа, обеспечения поддержки своих действий широкой общественностью, а также оперативного доведения до органов военного управления, офицерского состава, всех военнослужащих и гражданского персонала основных политических установок руководства государства, в первую очередь касающихся сферы безопасности и обороны.

Организация деятельности органов военного управления по формированию позитивного общественного мнения о принимаемых российским военно-политическим руководством мерах в области обороны, обеспечению благоприятных условий в информационной сфере, способствующих эффективному функционированию армии и флота, возложена на Департамент информации и массовых коммуникаций Минобороны России. В данной деятельности непосредственно задействованы органы информационного обеспечения, являющиеся главным компонентом системы информационного обеспечения Вооруженных Сил.

Другой компонент системы информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил – средства информационного обеспечения. Они включают федеральные, региональные и военные средства массовой информации, другие информационные ресурсы, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Таким образом, сущность информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил определяется теми характеристиками, которые лежат в основе связей с общественностью. Конкретное содержание информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил обусловлено спецификой задач, возложенных на Министерство обороны РФ, а также принципами, задачами и способами информационного обеспечения государственной политики в области обороны.

1.3. Нормативно-правовое регулирование информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил РФ

Законодательные основы деятельности органов информационного обеспечения Вооруженных Сил изложены в Конституции Российской Федерации, федеральных конституционных законах, федеральных законах и законах субъектов Российской Федерации.

Кроме законов – основных юридических актов, имеющих силу обязательного исполнения всеми субъектами права, в сфере управления и правового регулирования информации, информационных потоков и процессов применяются также подзаконные акты органов законодательной и исполнительной власти. В российском законодательстве к ним относятся постановления Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, указы и распоряжения Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства России, приказы Министра обороны Российской Федерации, других федеральных органов исполнительной власти.

В Конституции Российской Федерации закреплено право граждан свободно получать и распространять информацию (ст. 29). В Основном законе каждому гарантируется свобода мысли и слова; недопустимость принуждения человека к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них; право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом; запрещается цензура. В данных правовых нормах закреплены главные принципы информирования общественности, которые, в свою очередь, являются обязательным элементом демократического режима и необходимым условием обеспечения политического плюрализма, идеологического и культурного разнообразия. Федеральные законы 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» и 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» основаны

на положениях Конституции РФ, в частности ст. 29 о свободе мысли, слова, массовой информации и запрете цензуры, а также закона РФ 1991 г. «О средствах массовой информации».

Кроме того, сотрудники органов информационного обеспечения при освещении деятельности Вооруженных Сил руководствуются:

- федеральными законами: 1996 г. № 61-ФЗ «Об обороне»; 1998 г. № 76-ФЗ «О статусе военнослужащих»; 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»; 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдумах граждан Российской Федерации»; 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции»;

- указами Президента Российской Федерации 2004 г. № 1082 «Вопросы Министерства обороны Российской Федерации»; 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления»;

- постановлением Правительства Российской Федерации 2009 г. № 953 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти»; распоряжением Правительства Российской Федерации 2014 г. № 93 об утверждении Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти;

- приказами Министра обороны РФ 2015 г. № 1 «Об утверждении Регламента Министерства обороны Российской Федерации» и 2014 г. № 555 «О мерах по реализации в Вооруженных Силах Российской Федерации Федерального закона от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации».

В частности, федеральным законом 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» установлен порядок регулирования отношений, возникающих в связи с распространением государственными средствами массовой информации материалов или сообщений о деятельности органов государственной власти и субъектов Российской Федерации. В ст. 3 данного закона определено, что государственные федеральные аудиовизуальные СМИ обязаны обеспечивать распространение теле- и радиопрограмм в полном объеме не менее чем по одному общероссийскому телеканалу и одному общероссийскому радиоканалу в удобное для телезрителей и радиослушателей время, но не позднее чем через двадцать четыре часа с момента совер-

шения соответствующих событий, касающихся деятельности высших органов государственной власти и должностных лиц.

Федеральный закон 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» регулирует отношения, возникающие при осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации; применение информационных технологий; обеспечение защиты информации. В этом законе определены принципы правового регулирования отношений в сфере информации, информационных технологий и защиты информации и право граждан и организаций на доступ к информации, дана классификация информации как объекта правовых отношений.

Правовое закрепление общих принципов свободы массовой информации, механизм организации и деятельности СМИ нашли отражение в законе РФ 1991 г. «О средствах массовой информации». Под свободой массовой информации понимается не подлежащая ограничениям деятельность по поиску, получению, производству и распространению массовой информации, учреждению средств массовой информации, владению, пользованию и распространению или изготовлению, приобретению, хранению и эксплуатации технических средств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации. Законом не допускаются злоупотребления свободой массовой информации, использование СМИ в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для распространения материалов, содержащих публичные призывы к террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости.

В настоящее время закон РФ «О средствах массовой информации» выступает в качестве основного правового регулятора во взаимоотношениях общества и его структур с журналистами и СМИ. Следует отметить, что он неоднократно дополнялся, конкретизировался. Одним из таких дополнений (2001 г. № 107-ФЗ) предусматривается, что иностранные граждане и юридические лица, а также лица с двойным гражданством не вправе ни учреждать телевизионные и видеопрограммы, ни владеть 50-ю и более процентами акций российских общенациональных телекомпаний. В своей деятельности должностные лица органов информационного обеспечения опираются также на положения о гражданских правах, зафиксированные в Гражданском кодексе Рос-

сийской Федерации (ГК РФ), в Уголовном кодексе Российской Федерации (УК РФ), в Уголовно-процессуальном кодексе Российской Федерации, в Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ) и в федеральном законе 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В частности, в ст. 5.39 КоАП РФ определено, что неправомерный отказ в предоставлении гражданину, в том числе адвокату в связи с поступившим от него адвокатским запросом, и (или) организации информации, предоставление которой предусмотрено федеральными законами, несвоевременное ее предоставление либо предоставление заведомо недостоверной информации влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей.

В УК РФ также устанавливается ответственность за отказ в предоставлении гражданину информации. В частности, в ст. 140 установлено, что неправомерный отказ должностного лица в предоставлении собранных в установленном порядке документов и материалов, непосредственно затрагивающих права и свободы гражданина, либо предоставление гражданину неполной или заведомо ложной информации, если эти деяния причинили вред правам и законным интересам граждан, наказываются штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев либо лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок от двух до пяти лет.

В последние годы органами государственной власти значительное внимание уделено разработке законодательных основ организации рекламной деятельности. Так, в ст. 10 закона «О рекламе» установлено, что рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические и юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

Заключение договора на распространение социальной рекламы обязательно для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций).

Конституция РФ устанавливает и определенные ограничения на распространение информации. Они касаются запрета пропаганды или

агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, а также пропаганды социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства (п. 2 ст. 29 Конституции РФ).

Законный способ поиска, получения, передачи, производства и распространения информации предполагает недопустимость разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну. При этом перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом (п. 4 ст. 29 Конституции РФ). В настоящее время данный перечень установлен законом РФ 1993 г. № 5485-1 «О государственной тайне» (с посл. изм. и доп.), ведомственными перечнями сведений, подлежащих засекречиванию.

Официальные взгляды на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информационной безопасности в нашей стране изложены в Доктрине информационной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ 2016 г. № 646.

Доктрина развивает Концепцию национальной безопасности Российской Федерации применительно к информационной сфере, переосмысливает положения более раннего документа и служит основой для формирования государственной политики в области обеспечения информационной безопасности; подготовки предложений по совершенствованию правового, методического, научно-технического и организационного обеспечения информационной безопасности; разработки целевых программ обеспечения информационной безопасности.

В Доктрине информационной безопасности РФ 2016 г. определены национальные интересы нашей страны в информационной сфере и основные направления их обеспечения, виды и источники угроз информационной безопасности, методы ее обеспечения, а также основные положения государственной политики обеспечения информационной безопасности России и первоочередные мероприятия по ее реализации; организационная основа отечественной системы обеспечения информационной безопасности. Система обеспечения информационной безопасности признается частью системы обеспечения национальной безопасности Российской Федерации.

Отнесение информации к государственной тайне осуществляется в соответствии с законом РФ 1993 г. «О государственной тайне». Перечни сведений конфиденциального характера изложены в указах Президента Российской Федерации 1997 г. № 188 «Об утверждении перечня сведений конфиденциального характера» и 2011 г. № 1063 «Об

утверждении перечня информации о деятельности Министерства обороны Российской Федерации, размещаемой в сети «Интернет».

В соответствии с Указом Президента РФ от 2008 г. № 351 «О мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации при использовании информационно-телекоммуникационных сетей международного информационного обмена» размещение технических средств, подключаемых к открытым информационным системам, сетям и сетям связи, включая сеть «Интернет», используемым при международном информационном обмене, в помещениях, предназначенных для ведения переговоров, в ходе которых обсуждаются вопросы, содержащие сведения, составляющие государственную тайну, может осуществляться только при наличии сертификата, разрешающего эксплуатацию таких технических средств в указанных помещениях.

Вопросы регулирования информации и информационных потоков рассмотрены в ряде нормативных правовых актов Правительства Российской Федерации:

- в постановлении Правительства РФ 1994 г. № 1055 «Об утверждении Правил аккредитации и пребывания корреспондентов иностранных средств массовой информации на территории Российской Федерации»;
- в постановлении Правительства РФ 1995 г. № 448 «О мерах по совершенствованию взаимодействия Правительства Российской Федерации со средствами массовой информации»;
- в постановлении Правительства РФ 2009 г. № 953 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти»;
- в постановлении Правительства РФ 2013 г. № 583 «Об обеспечении доступа к общедоступной информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления в сети «Интернет» в форме открытых данных».

Кроме этого, порядок регулирования информационных потоков осуществляется в соответствии с некоторыми ведомственными нормативными документами:

- приказом Министерства экономического развития РФ 2009 г. № 470 «О требованиях к технологическим, программным и лингвистическим средствам обеспечения пользования официальными сайтами федеральных органов исполнительной власти»;
- приказом Министерства связи и массовых коммуникаций 2009 г. № 104 «Об утверждении Требований по обеспечению целостности, устойчивости функционирования и безопасности информационных систем общего пользования»;

- приказом Федеральной службы безопасности Российской Федерации и Федеральной службы по техническому и экспортному контролю 2010 г. № 416/489 «Об утверждении Требований по защите информации, содержащейся в информационных системах общего пользования».

Основы информационного обеспечения деятельности органов государственной власти, соединений и воинских частей при различных правовых режимах подробно изложены в нескольких законодательных актах. Среди них – федеральные конституционные законы 2001 г. № 3-ФКЗ «О чрезвычайном положении» и 2002 г. № 1-ФКЗ «О военном положении»; федеральный закон 2006 г. № 35-ФЗ «О противодействии терроризму».

Работу органов информационного обеспечения Вооруженных Сил РФ регламентирует также ряд нормативных актов Министерства обороны РФ. В их числе приказы Министра обороны РФ:

- 2017 г. № 350 «Об утверждении Положения о Департаменте информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации»;

- 2017 г. № 355 «Об утверждении Положения об органах информационного обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации»;

- 2015 г. № 320 «Об издательской деятельности в Вооруженных Силах Российской Федерации», который вводит в действие Порядок организации издательской деятельности в Вооруженных Силах Российской Федерации и Инструкцию о порядке подготовки в Вооруженных Силах Российской Федерации материалов к открытому опубликованию и изданию с пометкой «Для служебного пользования»;

- 2014 г. № 870 «О военно-исторической работе в Вооруженных Силах Российской Федерации»;

- 2014 г. № 85 «Об определении Перечня информации о деятельности федеральных государственных организаций, осуществляющих образовательную деятельность и находящихся в ведении Министерства обороны Российской Федерации, для размещения в открытых информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе на официальном сайте Министерства обороны Российской Федерации в сети «Интернет», а также Порядка размещения этой информации»;

- 2014 г. № 600дсп «Об утверждении Порядка сбора и предоставления органам информационного обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации сведений о кризисных ситуациях, чрезвычайных происшествиях и иных событиях в Вооруженных Силах Российской Федерации, имеющих общественную значимость»;

- 2012 г. № 3905 «Об утверждении Регламента формирования, функционирования и наполнения контентом информационных ресур-

сов Министерства обороны Российской Федерации сведениями о кризисных ситуациях, чрезвычайных происшествиях и иных событиях в Вооруженных Силах Российской Федерации, имеющих общественную значимость в информационно-телекоммуникационной среде «Интернет»;

- Инструкция по организации работы с представителями средств массовой информации в Вооруженных Силах Российской Федерации (утверждена Министром обороны РФ 14 апреля 2010 г.).

К ведомственным актам также относится Перечень вопросов военно-технического сотрудничества с иностранными государствами, подлежащих согласованию, введенный в действие Министром обороны России в 2012 г. Представленная нормативная информация в этой сфере деятельности – лишь часть того, что разработано и принято законодательными и исполнительными федеральными органами власти за последнее время.

Однако это свидетельствует о тех процессах и переменах, которые произошли на этапе выработки и практического применения правовой базы органов информационного обеспечения Вооруженных Сил. Нормативные правовые положения об освещении деятельности органов государственной власти в государственных СМИ следует знать и руководствоваться ими каждому журналисту и специалисту по связям с общественностью, работающему в государственных организациях, в том числе в органах информационного обеспечения Вооруженных Сил.

1.4. Структура и основные задачи органов информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил РФ

Как уже отмечалось, в 2016 г. Управление пресс-службы и информации было реорганизовано в Департамент информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации, а в начале 2017 г. Департаменту были подчинены основные печатные средства массовой информации, учредителем которых является Минобороны России.

Такое решение было направлено на централизацию информационной политики и совершенствование системы распространения изданий. Департамент информации и массовых коммуникаций – центральный орган военного управления, организующий и координирующий информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил. Департаменту непосредственно подчинены: Центр подготовки информации и сопровождения интернет-ресурсов Министерства обороны Российской Федерации; Редакционно-издательский центр «Красная звезда».

В состав органов информационного обеспечения входят: помощники командующих войсками военных округов (Северным флотом) – начальники пресс-служб военных округов (Северного флота) и подчиненные им отделы информационного обеспечения, пресс-центры воинских контингентов и группировок в зонах проведения миротворческих и контртеррористических операций, чрезвычайных ситуаций, создаваемых на период выполнения соответствующих задач, а также иные должностные лица Вооруженных Сил, на которых возложены обязанности по информационному обеспечению деятельности Вооруженных Сил.

Основные задачи Департамента:

- реализация полномочий Министерства обороны по организации и осуществлению в пределах своей компетенции информационного обеспечения государственной политики в области обороны;
- организация информационного обеспечения деятельности Министра обороны и его заместителей;
- организация информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил;
- мониторинг и анализ сферы массовой информации, выявление фактов предвзятой оценки государственной политики Российской Федерации в области обороны и организация оперативного реагирования на них в целях ликвидации последствий их проявления;
- руководство органами информационного обеспечения Вооруженных Сил;
- организация размещения в сети «Интернет» информации о деятельности Министерства обороны и Вооруженных Сил, а также публичной информации, касающейся вопросов реализации государственной политики в области обороны в пределах компетенции Министерства обороны.

Органы информационного обеспечения подчинены соответствующим командующим войсками военных округов (Северным флотом), воинскими контингентами и группировками в зонах проведения миротворческих и иных операций, а по вопросам информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил – руководителю Департамента информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации.

Основные задачи органов информационного обеспечения:

- участие в осуществлении Министерством обороны государственной политики в области обороны;
- осуществление в пределах территориальных зон ответственности информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил;

- мониторинг сферы массовой информации по вопросам деятельности Вооруженных Сил, выявление информационных угроз в СМИ и оперативное реагирование на них в целях ликвидации последствий их проявления.

Пресс-службы военных округов (Северного флота) осуществляют свою деятельность в зонах ответственности объединенных стратегических командований, включая регионы дислокации зарубежных контингентов Вооруженных Сил: в Киргизии, Таджикистане, Армении, Абхазии и Южной Осетии.

Местами дислокации офицеров пресс-служб военных округов по большей части являются штабы объединений Вооруженных Сил. Географическое расположение органов информационного обеспечения обусловлено следующими факторами: с одной стороны, это плотность концентрации частей и соединений в определенных географических зонах, с другой – количество средств массовой информации, работающих в этих зонах.

Такое размещение органов информационного обеспечения направлено на достижение максимальной оперативности в их работе. В первую очередь оперативность необходима при возникновении в Вооруженных Силах кризисных ситуаций и чрезвычайных происшествий, а также любых других резонансных и общественно значимых событий. К таким событиям, например, можно отнести проведение внезапных проверок боеготовности в военных округах.

Существующая территориальная схема ответственности органов информационного обеспечения позволяет сотрудникам этих органов вместе с аккредитованными журналистами оперативно прибыть на место происшествия и организовать работу СМИ на местах. В данном случае оперативность предопределяет объем и объективность материалов, которые в дальнейшем будут опубликованы средствами массовой информации.

Современная система органов информационного обеспечения позволяет ей в полной мере участвовать в информационном обеспечении реализации государственной политики в области обороны и деятельности Вооруженных Сил, о чем свидетельствуют показатели и результаты работы органов информационного обеспечения.

В 2012 – 2017 гг. новостной поток о деятельности Вооруженных Сил вырос более чем в семь раз. При содействии сотрудников органов информационного обеспечения еженедельно готовится не менее 100-120 телесюжетов. Количество мероприятий информационного обеспечения с участием представителей СМИ в частях и соединениях Вооруженных Сил увеличилось более чем в пять раз.

Требование времени – активная работа в Интернете, являющемся основным источником новостной информации для аудитории от 12 до 30 лет. Прежде всего это касается развития интернет-портала Минобороны РФ (<http://mil.ru>), состоящего сегодня более чем из двухсот сайтов.

В последние несколько лет портал занимал лидирующие позиции в рейтингах официальных сайтов российских органов власти. Ежедневно на новостной ленте выходит от 60 до 100 информационных материалов, что фактически сделало интернет-портал Минобороны России полноценным информационным агентством. Количество ежедневных посетителей сайта Минобороны выросло с 20 тыс. до 100 тыс. в сутки. Круглосуточно ведутся английская, французская, испанская и арабская версии сайта, и их аудитория постоянно растёт. Объём размещенных на интернет-портале информационных и мультимедийных материалов только за период 2012 – 2017 гг. вырос более чем в 30 раз, видеоматериалов – в 100 раз. При этом принципиально повысилась эффективность информационной работы.

Стала нормой демонстрация на российских и зарубежных телеканалах уникальных видеоклипов, включая боевое применение российского оружия. Создан и активно наполняется мультимедийный банк данных, где хранятся фото- и видеоматериалы о жизнедеятельности Вооруженных Сил, а также документальные работы служебного характера. Все эти материалы используются в интересах не только органов информационного обеспечения и редакций журналов и газет, но также для федеральных и региональных российских СМИ, для наполнения интернет-портала Минобороны России и социальных сетей. Мультимедийный банк активно используется для подготовки наглядной агитации в войсках, а также различных фотовыставок, календарей и других наглядных материалов.

Значительно усилена работа Департамента в социальных сетях: «Одноклассники» и «ВКонтакте», аккаунтами в «Instagram», «Twitter» и «Facebook», каналом на видеохостинге «YouTube», более того, в трех последних перечисленных сетях с конца 2016 г. ведётся активная работа на иностранных языках.

Дежурной сменой осуществляется круглосуточный мониторинг российских и ведущих иностранных (английских, французских, немецких, испаноязычных, а также арабоязычных) средств массовой информации с переводом их на русский язык и ежедневной подготовкой специальных тематических обзоров и дайджестов руководству Минобороны России и всем заинтересованным центральным органам военного управления.

Таким образом, преобразованная структура органов информационного обеспечения позволила:

- существенно увеличить эффективность, и прежде всего результативность, информационной работы на российскую и зарубежную аудиторию;
- увеличить объем потока новостной информации о Вооруженных Силах для последующего использования в интересах информационного обеспечения и выполнения задач по предназначению заинтересованными органами военного управления;
- расширить спектр каналов коммуникации с освоением самых современных методов доведения широкой российской и зарубежной общественности приоритетов государственной политики Российской Федерации в сфере обороны и деятельности Минобороны России.

Органы информационного обеспечения в своей деятельности руководствуются Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, актами Президента Российской Федерации, в том числе издаваемыми им как Верховным Главнокомандующим Вооруженными Силами Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, изданными в пределах их компетенции, правовыми актами Министерства обороны.

Центральным органом военного управления, предназначенным для организации и осуществления в пределах компетенции Министерства обороны РФ информационного обеспечения государственной политики в области обороны, а также информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил, является Департамент информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации. Департамент обладает исключительным правом на распространение в средствах массовой информации официальных заявлений и сообщений Министерства обороны, а также на взаимодействие со средствами массовой информации.

1.5. Сущность информационной безопасности и открытость органов исполнительной власти

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ от 31 декабря 2015 г., подчеркивается, что на характер международной обстановки все большее влияние оказывает усиливающееся противоборство в глобальном информа-

ционном пространстве, обусловленное стремлением некоторых стран использовать информационные и коммуникационные технологии для достижения своих геополитических целей, в том числе путем манипулирования общественным сознанием и фальсификации истории. Поэтому при решении задач по реализации Стратегии особое внимание уделяется обеспечению информационной безопасности с учетом стратегических национальных приоритетов, среди которых оборона страны, государственная и общественная безопасность, стратегическая стабильность и равноправное стратегическое партнерство. Официальные взгляды на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информационной безопасности в нашей стране изложены в Доктрине информационной безопасности РФ (утверждена Указом Президента РФ № 646 от 5 декабря 2016 г.).

Доктрина информационной безопасности представляет собой систему официальных взглядов на обеспечение национальной безопасности Российской Федерации в информационной сфере. Под информационной сферой понимается совокупность информации, объектов информатизации, информационных систем, сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», сетей связи, информационных технологий, субъектов, деятельность которых связана с формированием и обработкой информации, развитием и использованием названных технологий, обеспечением информационной безопасности, а также совокупность механизмов регулирования соответствующих общественных отношений. Система обеспечения информационной безопасности в данном документе признается частью системы обеспечения национальной безопасности Российской Федерации.

Информационная безопасность Российской Федерации – это состояние защищенности личности, общества и государства от внутренних и внешних информационных угроз, при котором обеспечиваются реализация конституционных прав и свобод человека и гражданина, достойные качество и уровень жизни граждан, суверенитет, территориальная целостность и устойчивое социально-экономическое развитие Российской Федерации, оборона и безопасность государства.

В Доктрине информационной безопасности определены:

- национальные интересы в информационной сфере;
- основные информационные угрозы и состояние информационной безопасности;
- стратегические цели и основные направления обеспечения информационной безопасности;

- организационные основы обеспечения информационной безопасности.

Основные национальные интересы в сфере информации:

- соблюдение основных прав и свобод человека и гражданина в области передачи, производства и распространения информации;

- обеспечение доступа граждан к открытым государственным информационным ресурсам;

- обеспечение духовного обновления страны, сохранение и укрепление ее нравственных ценностей, традиций патриотизма и гуманизма, культурного и научного потенциала;

- информационное обеспечение государственной политики, доведение до российской и международной общественности достоверной информации о политике России, ее позиции по социально значимым событиям;

- развитие современных информационных технологий, отечественной индустрии информации, в том числе средств информатизации, коммуникации и связи;

- защита информационных ресурсов от несанкционированного доступа, обеспечение безопасности информационных и телекоммуникационных систем на территории России.

Согласно российскому законодательству, информационные ресурсы являются собственностью государства, организаций, частных лиц и т.д. Собственник может установить плату за их использование.

Интересы личности в информационной сфере заключаются в реализации конституционных прав человека и гражданина на доступ к информации, на ее использование в ходе работы, на всестороннее развитие, а также на защиту информации, обеспечивающей личную безопасность.

Интересы общества в информационной сфере предполагают в первую очередь защиту интересов личности в этой сфере, а также укрепление демократии, создание правового социального государства, достижение и поддержание общественного согласия, духовное обновление России.

Интересы государства в информационной сфере означают создание условий для гармоничного развития российской информационной инфраструктуры в целях обеспечения незыблемости конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности России, ее политической, экономической и социальной стабильности, развитие равноправного и взаимовыгодного международного сотрудничества, а также обеспечение законности и правопорядка в стране.

Однако на первом месте остается реализация конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и пользования ею. В Доктрине информационной безопасности содержатся основные виды угроз информационной безопасности и их классификация, подробно называются основные из них, а также внешние и внутренние источники этих угроз.

Угрозы информационной безопасности представляют собой совокупность условий и факторов, способных нанести вред общественным отношениям, включенным в реализацию национальных интересов в информационной сфере. Изучение угроз информационного характера – один из компонентов деятельности по обеспечению информационной безопасности.

Угрозы информационной безопасности, нейтрализация которых относится к компетенции военных пресс-служб:

- препятствование эффективному и качественному информированию общественности о жизни и деятельности ВС;
- опубликование в СМИ (размещение в сети «Интернет») заведомо ложной информации о жизни и деятельности ВС;
- опубликование в СМИ (размещение в сети «Интернет») сведений, составляющих государственную тайну, и другой информации ограниченного доступа;
- опубликование в СМИ (размещение в сети «Интернет») сведений, порочащих честь и достоинство военнослужащих;
- несанкционированные выступления в СМИ должностных лиц Минобороны России, не предусмотренные планами информационного обеспечения;
- использование возможностей Минобороны России и привлечение военнослужащих для информационного сопровождения деятельности политических партий (общественных организаций, занимающихся достижением политических целей);
- использование СМИ, учредителем которых является Минобороны России, в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокость;
- выпуск продукции СМИ с официальной символикой Минобороны и Вооруженных Сил РФ для введения граждан в заблуждение о

принадлежности издания к перечню СМИ, учредителем которых является Минобороны России;

- несанкционированный доступ представителей СМИ на территории войсковых частей и учреждений Минобороны России, сбор и документирование информации, интервьюирование ими военнослужащих и гражданского персонала Вооруженных Сил.

Цели информационной безопасности:

- обеспечение защищенности интересов личности, национальных интересов общества и государства в информационной сфере;

- создание условий для всестороннего развития отдельной личности и сбалансированного устойчивого развития общества в целом.

К целям более частного характера относится информационное обеспечение того или иного вида общественной деятельности. Важнейшим таким видом является вооруженная защита Отечества.

Цель обеспечения информационной безопасности Вооруженных Сил – создание благоприятных условий в информационной сфере, способствующих эффективному решению стоящих перед ними задач.

Таким образом, важнейшая цель информационной безопасности Вооруженных Сил – информационное обеспечение повседневной деятельности армии и флота, несения боевого дежурства, выполнения боевых и учебно-боевых задач. В качестве объекта информационной безопасности следует рассматривать и военную организацию государства, и Вооруженные Силы (как и любую другую силовую структуру страны, орган государственной власти и местного самоуправления).

Главный объект информационной безопасности в Вооруженных Силах – конкретный человек: военнослужащий или представитель гражданского персонала, его сознание, интересы, права и свободы.

Задачи по обеспечению информационной безопасности Вооруженных Сил в сфере массовой информации:

- мониторинг материалов СМИ, выявление, прогнозирование и парирование угроз информационной безопасности Вооруженных Сил;

- участие в планировании мероприятий информационного обеспечения Вооруженных Сил;

- сопровождение мероприятий информационного обеспечения Вооруженных Сил (в том числе непредусмотренных перспективным, среднесрочным и ежемесячным планами работ по информационному обеспечению).

К сопровождению мероприятий информационного обеспечения Вооруженных Сил также относится:

- деятельность по подготовке материалов к изданию (открытому опубликованию), вывозу за границу; по организации и проведению меж-

дународных встреч, симпозиумов, конференций, ярмарок, салонов, иных мероприятий; по организации музейно-выставочной деятельности;

- организация экспертных оценок материалов в области обороны;
- участие в разработке проектов нормативных актов и руководящих документов в сфере массовой информации.

Средства информационной безопасности:

- специализированные службы и подразделения органов государственной власти, государственных институтов, общественных и политических организаций, обладающие специально подготовленными кадрами, оснащенные необходимым оборудованием и имеющие конкретные задачи в данной сфере;

- СМИ (в качестве мощных и эффективных средств информационной безопасности);

- собственно информация, которая способствует реализации интересов личности, общества и государства в информационной сфере.

На практике спектр средств информационной безопасности гораздо шире, их классификация может быть осуществлена по самым различным основаниям. Система обеспечения информационной безопасности Вооруженных Сил является частью системы информационного обеспечения Вооруженных Сил и строится на основе принципов единого руководства, координации и разграничения полномочий в пределах компетенции.

Основные элементы организационной основы системы обеспечения информационной безопасности Вооруженных Сил в сфере массовой информации – органы информационного обеспечения. Центральным органом военного управления, отвечающим за обеспечение информационной безопасности Вооруженных Сил в сфере массовой информации, является Восьмое управление Генерального штаба Вооруженных Сил Российской Федерации. Успешное решение задач по обеспечению информационной безопасности Вооруженных Сил в сфере массовой информации заключается не в сокрытии информации о деятельности органов военного управления и воинских коллективов, а в достоверном и своевременном освещении событий и процессов, проходящих в воинских частях. При этом необходимо учитывать возможные последствия опубликования той или иной информации, ее общественный резонанс, соотношение ее с официальной позицией Минобороны России.

Концепция открытости федеральных органов исполнительной власти. В развитых странах основным направлением совершенствования государственного управления является построение структур управления и использование управленческих подходов, нацеленных,

прежде всего, на обеспечение потребностей и интересов граждан, регулярное распространение достоверной информации и активное взаимодействие между органами государственной власти, экспертным сообществом и институтами гражданского общества. В целях повышения прозрачности и подотчетности государственного управления, качественного изменения уровня информационной открытости федеральных органов исполнительной власти и развития механизмов общественного контроля за их деятельностью распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 января 2014 г. № 93 была утверждена Концепция открытости федеральных органов исполнительной власти.

Концепция разработана с учетом отечественного и международного опыта обеспечения открытости государственных органов, а также в продолжение Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации (утверждена Президентом России 7 февраля 2008 г. № Пр212), Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р) и государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)» (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. №1815р).

В Концепции закреплены основные принципы открытости федеральных органов исполнительной власти, задачи и механизмы (инструменты) их реализации, содержится система стратегических ориентиров в области обеспечения открытости и прозрачности государственного управления, подотчетности и подконтрольности власти гражданскому обществу и формирования эффективного диалога государственных органов с гражданами и общественными объединениями.

Наряду с другими федеральными министерствами, федеральными службами и федеральными агентствами, деятельностью которых руководит Президент Российской Федерации, Министерство обороны РФ и подведомственные ему федеральные службы внедряют механизмы (инструменты) открытости, а также руководствуются основными принципами открытости, закрепленными Концепцией.

Открытость Минобороны России как федерального органа исполнительной власти – это последовательное и неукоснительное соблюдение следующих принципов при реализации государственных полномочий и функций:

- принцип информационной открытости – своевременное предоставление информации о деятельности министерства, доступ к которой

специально не ограничен федеральными законами и которая является общедоступной и достоверной, в формате, удобном для ее поиска, обработки и дальнейшего использования, в том числе в форме открытых данных;

- принцип понятности – представление целей, задач, планов и результатов деятельности министерства в форме, обеспечивающей простое и доступное восприятие обществом;

- принцип подотчетности – раскрытие информации о деятельности министерства с учетом запросов и приоритетов гражданского общества, с обеспечением возможности гражданам и общественным объединениям контролировать его деятельность.

Для соблюдения принципов открытости необходимо решать следующие задачи:

- предоставлять в понятной и доступной форме полную и достоверную информацию о целях, задачах, планах деятельности министерства на ближайший год, а также информацию о ходе их исполнения;

- обеспечивать полноту, достоверность, объективность и своевременность предоставления информации о своей деятельности, подлежащей раскрытию в обязательном порядке в соответствии с требованиями законодательства РФ и предоставляемой по запросам российских граждан и общественных объединений;

- совершенствовать технологии предоставления и разъяснения информации путем расширения способов и форм ее получения разными пользователями и группами пользователей, обеспечивая при этом возможность выбора удобного формата, доступность, простоту, понятность и визуализацию предоставленной информации;

- повышать доступность открытых государственных данных для использования гражданами и общественными объединениями, в том числе для повторного использования, обеспечивая свободный доступ в сети «Интернет» к открытым данным, содержащимся в информационных системах министерства, без каких-либо ограничений на их безопасное использование;

- совершенствовать процессы публикации и инфраструктуру открытия данных, определяя приоритеты их формирования и раскрытия с учетом их ценности для общества и затрат на открытие, в том числе на основе обратной связи с пользователями, выявляя и распространяя передовой опыт раскрытия государственных данных, повышая качество опубликованных данных, переводя их в более удобные форматы, добавляя описания (классификацию) и интегрируя (связывая) данные из разных наборов;

- внедрять электронные сервисы и услуги для проведения публичных онлайн-консультаций с гражданами и организациями, а также осуществлять онлайн-информирование, обслуживание и предоставление информации о деятельности министерства, одновременно упрощая способы взаимодействия с гражданским обществом;

- формировать и развивать действенные механизмы оперативного реагирования на обращения граждан, общественных объединений по существу поставленных в обращениях вопросов; совершенствовать формы, методы и способы работы со средствами массовой информации, социальными сетями и форумами в сети «Интернет».

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ

Для достижения стабильного высокого уровня интереса российской и зарубежной общественности к деятельности Вооруженных Сил необходимо обеспечивать регулярное присутствие представителей руководящего состава на «информационных площадках».

Выступление руководящего состава Вооруженных Сил в СМИ – одна из основных форм создания благоприятных условий в информационной сфере, способствующих эффективному решению стоящих перед Вооруженными Силами задач. В зависимости от разновидности СМИ (телевидение, радио, информационные агентства, интернет-порталы, печатные СМИ и др.) применяются различные формы выступлений должностных лиц на так называемых «информационных площадках».

«Информационная площадка» – тематическая программа или рубрика в электронных или печатных СМИ, посвященная вопросам деятельности Вооруженных Сил РФ. На «информационной площадке» по согласованию с соответствующими СМИ с установленной периодичностью планируются и проводятся выступления руководящего состава Вооруженных Сил в прямом эфире или с предварительной записью и последующей трансляцией.

Основные виды «информационных площадок» – тематические теле-, радиoproграммы на центральных телеканалах и ведущих радиостанциях, имеющих широкий охват целевой аудитории. Кроме того, в качестве «информационных площадок» могут быть использованы тематические рубрики в ведущих информационных агентствах, а также в печатных СМИ, интернет-изданиях, в том числе региональных.

2.1. Правила поведения в ходе выступления в теле- и радиопрограмме

Существует множество практических советов, которые помогут выступающему комфортно чувствовать себя перед камерами и микрофонами, достойно выглядеть на экране и уверенно оперировать информацией в ходе общения с ведущим программы. Приведем некоторые из них.

Держите в уме заготовленные заранее вопросы. При любом ответе на вопрос старайтесь развернуть его так, чтобы ваш ответ убедил зрителя, что вы прокомментировали именно ту проблему, которая была перед вами поставлена.

Не спешите отвечать на вопрос, подумайте, даже если интервью идет в прямом эфире.

Старайтесь вести свою линию. Если вы чувствуете, что интервью идет к своему завершению, а нужный вам тезис не прозвучал, следует выбрать удобный момент и задать самому вслух вопрос, на который у вас готов ответ.

Избегайте односложных ответов. Вам предоставлена возможность довести свою точку зрения до зрителя, и ваша задача – максимально ее использовать. Короткие фразы могут быть использованы лишь для усиления драматичности ситуации, демонстрации решимости исправить положение.

Не отвечайте вопросом на вопрос. Зритель рассчитывает получить вашу точку зрения, а не дополнительную головоломку.

Используйте простой разговорный язык, так вас не уличат в зазубривании текста ответов, подготовленных заранее и поэтому, как правило, имеющих характер формальных, четко нарезанных фраз.

Не будьте фамильярным, не обращайтесь к корреспонденту на «ты». В противном случае может сложиться впечатление, что вы давно находитесь в приятельских отношениях. Это может вызвать недоверие у зрителя к сказанному вами.

Используйте принцип акцентированной концовки. Корреспондент заинтересован в завершении интервью «на высокой ноте». Помогите ему в этом, когда почувствуете, что ваша беседа близится к завершению.

Старайтесь вести себя естественно.

Никогда не смотрите в камеру. Лучше всего о ней вообще забыть. Вы разговариваете со своим собеседником, поэтому и смотреть надо на него. Если вы общаетесь с группой журналистов, обращайтесь к тому, кто задал вопрос.

Не опускайте глаза и не отводите взгляд в сторону. Иначе вас можно уличить в неискренности, хуже того – в «даче заведомо ложных показаний».

Не поднимайте глаза к потолку, а тем более не закатывайте. Кроме эстетически неприглядного вида белков ваших глаз, может сложиться впечатление, что мероприятие вам порядком надоело.

Держитесь спокойно, с достоинством. Не раскачивайтесь в кресле из стороны в сторону, взад-вперед. Это не свидетельствует о расслабленности, но дает повод говорить о внутреннем волнении или психологическом дискомфорте. Кроме того, стоящий перед вами микрофон не повторяет в такт ваши движения, поэтому звук скорее всего будет «плавать». Не держитесь за микрофон.

Следите за выражением лица. Оно должно гармонировать с содержанием сказанного. Понятно, что улыбка производит более благоприятное впечатление, чем печальный вид, однако она не всегда уместна.

Сохраняйте внутреннее спокойствие. Даже если вам кажется, что вопрос поставлен некорректно, а то и провокационно, не теряйте самообладания. Ваше раздражение по отношению к корреспонденту может вызвать ответный всплеск неприятия вас у зрителя, а при умелом монтаже и неприязнь.

Не складывайте руки на груди. Это демонстрация того, что вы не готовы к открытому диалогу или вообще ушли в глухую защиту.

Не держите руки в карманах. Это говорит о вашей неопрятности, неуважении к собеседнику и даже может свидетельствовать о недостоверности предоставляемых вами сведений. Кроме того, неизбежно возникнет соблазн поиграть мелочью и позвенеть ключами, а это ненужное шумовое сопровождение.

Если вы сидите, положите руки на стол. Можно держать кулак одной руки в ладони другой, однако при этом не перебирайте большими пальцами, ибо эти движения отвлекают зрителя.

Не стучите по столу кулаком, пальцами или каким-либо предметом, оказавшимся в руках. Если это авторучка, не шелкайте ею, а тем более не разбирайте ее на части.

В ходе интервью стоя позвольте рукам принять естественное положение, пусть даже они располагаются вдоль туловища. В этом случае ваш вид не будет таким уж неловким, как это вам самим может показаться.

Не размахивайте руками, подкрепляя жестами сказанное. Оператор может не рассчитать длину ваших верхних конечностей, и они просто-напросто «выпадут из кадра». Но если вы обычно помогаете себе жестикуляцией, держитесь в рамках приличия.

Не прикрывайте рукою рот. Кроме нарушения артикуляции, этот жест может рассматриваться как неуверенность и стыдливость.

Не кладите/закидывайте ногу на ногу. Учтите, что не вы смотрите телевизор, а смотрят на вас. Мнимая расслабленность – не лучший для вас союзник. Кроме того, такая поза создает невидимый барьер между вами и корреспондентом. Вполне допустимо скрестить ноги в области лодыжек. При этом надо следить за тем, чтобы носки были темного цвета и прикрывали икры.

Во время выступления в программе, по возможности, следует избегать ношения крупных блестящих знаков. Они не только отвлекают зрителя от содержательной части разговора, но и дают блики в объектив камеры. Не следует надевать солнцезащитные очки или очки типа «хамелеон». Они скрывают глаза выступающего, а аудитория оценивает честность говорящего по движению глаз.

После завершения программы наступает момент расслабления, и операторы обычно используют это время для того, чтобы снять перебивки. При этом микрофон на камере может быть включен, что позволяет записывать ваши реплики. Большинство журналистов не использует эту возможность для получения информации, но если будет сказано что-то экстраординарное, это как минимум сохранится в архиве.

Особое значение на данном этапе имеет контроль распространения в СМИ озвученной информации.

Представителю органа информационного обеспечения необходимо лично присутствовать на выступлении ответственного лица на информационной площадке как в прямом эфире, так и в записи. В случае если в прямом эфире выступающий сделает не предусмотренное утвержденными тезисами заявление, имеющее высокую общественную значимость, представители ведущих информационных агентств и других центральных СМИ, прослушивающие выступление с целью получения полезной информации, могут оперативно выставить на своих лентах новостей срочные сообщения со ссылкой на сделанное заявление. После этого данная информация получит стремительное распространение и цитирование в ведущих российских и зарубежных СМИ.

Чтобы избежать негативных последствий подобных необдуманных заявлений, сотрудник органа информационного обеспечения, присутствующий в студии при выступлении ответственного лица, должен внимательно контролировать все заявления и высказывания своего подопечного. Как только прозвучит нежелательное заявление, в макси-

мально короткие сроки он должен сообщить об этом факте руководителю органа информационного обеспечения, дежурному по ОИО.

В то же время для получения максимального положительного эффекта от выступления ответственного лица можно предложить кому-либо из благожелательно настроенных корреспондентов одного из ведущих информагентств (ТАСС, МИА «Россия Сегодня», Интерфакс) утвержденные тезисы выступления заблаговременно. Совместно с ним подготовить и заранее согласовать с выступающим формулировки информационных сообщений и определить точное время распространения этих сообщений по пулу во все ведущие информационные агентства, начиная с первых минут программы.

2.2. Информационное реагирование в кризисных ситуациях

В условиях многократного увеличения потока информации о деятельности Вооруженных Сил и совершенствования каналов передачи информации данное направление информационной работы выходит на передний план.

Оперативное информационное реагирование – комплекс мероприятий, осуществляемых должностными лицами органов информационного обеспечения во взаимодействии с органами военного управления и органами исполнительной власти по сбору, обработке и распространению сведений о чрезвычайных происшествиях, связанных с деятельностью Вооруженных Сил, коммуникативное взаимодействие со средствами массовой информации, удовлетворение их информационных потребностей и запросов, а также снижение вероятности возникновения информационных рисков и угроз для Минобороны России.

Чрезвычайное происшествие – событие, происходящее кратковременно и обладающее высоким уровнем негативного воздействия на людей, природные и материальные ресурсы. К чрезвычайным происшествиям относятся аварии, катастрофы и стихийные бедствия.

Авария – происшествие в технической системе, не сопровождающееся гибелью людей, при котором восстановление технических средств невозможно или экономически нецелесообразно. Это повреждение техники, систем энергоснабжения, оборудования, здания или сооружения. На военных объектах и предприятиях они, как правило, сопровождаются взрывами, пожарами, обрушениями, выбросом или разливом сильно действующих ядовитых веществ (СДЯВ), а также возможным радиоактивным заражением.

Катастрофа – событие с трагическими последствиями, крупная авария с гибелью военнослужащих и (или) гражданских лиц. Непредвиденная и неожиданная ситуация, с которой пострадавшее население не способно справиться самостоятельно. Различают следующие виды катастроф:

- экологическая катастрофа – стихийное бедствие, крупная производственная или транспортная авария (катастрофа), приводящие к чрезвычайно неблагоприятным изменениям в сфере обитания и, как правило, к массовому поражению флоры, фауны, почвы, воздушной среды и в целом природы;

- производственная или транспортная катастрофа – крупная авария, повлекшая за собой человеческие жертвы и значительный материальный ущерб;

- техногенная катастрофа – внезапное, непредусмотренное освобождение механической, химической, термической, радиационной и иной энергии.

Стихийные бедствия – опасные явления или процессы геофизического, геологического, гидрологического, атмосферного и другого происхождения таких масштабов, при которых возникают катастрофические ситуации, характеризующиеся внезапным нарушением жизнедеятельности людей, разрушением и уничтожением материальных ценностей.

Чрезвычайная ситуация – нарушение нормальных условий жизни и деятельности человека на объекте или территории, вызванное природными катаклизмами, авариями и катастрофами, применением средств массового поражения, эпидемиями, которые привели или могут привести к людским и материальным потерям.

Оперативное информационное реагирование проводится в целях своевременного и упреждающего информирования граждан, организаций, представителей средств массовой информации, российской и зарубежной общественности при чрезвычайных происшествиях, кризисных ситуациях и возникновении резонансных информационных поводов, связанных с деятельностью Вооруженных Сил. Также оно направлено на снижение и ликвидацию возможных информационных рисков распространения некорректных, недостоверных или заведомо ложных публикаций в СМИ.

Оперативное информационное реагирование осуществляется на основе принципа информационной открытости Минобороны России, но при строгом соблюдении порядка и правил защиты сведений, составляющих государственную тайну.

Своевременное выявление и качественное реагирование на негативные материалы позволяет в большинстве случаев оперативно минимизировать информационный ущерб.

Основные задачи оперативного информационного реагирования:

- управление каналами распространения информации о происшествии (негативном событии);
- оперативное, бесперебойное и своевременное обеспечение целевых аудиторий через средства массовой информации объективной, достоверной и полной официальной информацией (с учетом неразглашения информации для служебного пользования и сведений, составляющих государственную тайну) о характере происшествия, степени его негативного воздействия на жизнедеятельность населения и состояние окружающей среды, а также о мерах, принимаемых Минобороны России для скорейшей ликвидации последствий происшествия (негативного события);
- предотвращение искажения и (или) распространения недостоверной информации о происшествии и возникновения негативных настроений среди населения в связи со сложившейся ситуацией;
- снижение информационных рисков и угроз, а также размеров репутационного ущерба и имиджевых потерь в связи с происшествием, поддержание благоприятного общественного отношения к действиям Минобороны России, направленным на ликвидацию последствий нештатной ситуации, и к его деятельности в целом;
- формирование благоприятного общественного мнения в отношении подразделений Минобороны России, работающих в условиях нештатной ситуации;
- обеспечение защиты информации и режима секретности;
- профилактика возникновения чрезвычайных происшествий.

Началу информационного реагирования всегда предшествует некий фактор или событие (в подавляющем большинстве случаев негативные), вызывающие повышенный интерес в обществе и со стороны средств массовой информации.

Перечень кризисных ситуаций, чрезвычайных происшествий и иных событий в Вооруженных Силах, имеющих общественную значимость, определяется в приказе Министра обороны РФ 2014 г. №600дсп «Об утверждении Порядка сбора и представления органам информационного обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации сведений о кризисных ситуациях, чрезвычайных происшествиях и иных событиях в Вооруженных Силах Российской Федерации, имеющих общественную значимость». Ситуации, перечисленные в приказе, свя-

заны прежде всего с безопасностью, угрозами жизни и здоровью военнослужащих и гражданских лиц, с нарушениями законодательства, направленными в том числе против военной службы.

Кроме этого, поводами для информационного реагирования могут быть:

- публичные заявления, направленные на дискредитацию Вооруженных Сил РФ и Минобороны России либо действий руководящего состава;
- размещенные очевидцами в СМИ, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» материалы о непрофессиональном, недостойном поведении личного состава или служащих Минобороны России (видео- и аудиозаписи, расшифровки переговоров, совещаний, случаи нахождения в состоянии алкогольного или наркотического опьянения в общественном месте и т.п.);
- опубликованные в СМИ, сети «Интернет» жалобы граждан, органов государственной власти и местного самоуправления, юридических лиц, общественных деятелей на действия личного состава, представителей органов военного управления или организаций, подведомственных Минобороны России;
- распространение в СМИ некорректных информационных материалов или заведомо ложных публикаций.

Информацию о возникновении кризисной ситуации, чрезвычайного происшествия и иных событиях в Вооруженных Силах, имеющих общественную значимость, Департамент информации и массовых коммуникаций получает от дежурной смены Национального центра управления обороной (взаимодействующего напрямую и с федеральными органами исполнительной власти), органов информационного обеспечения, организаций, подведомственных Минобороны России, а также по результатам мониторинга СМИ и иных источников.

В соответствии с указаниями Министра обороны РФ в 2016 г. введена в действие система оперативного и всестороннего мониторинга СМИ на федеральном и региональном уровнях. Ежедневно осуществляется мониторинг более 1000 источников, из которых более 200 – на иностранных языках.

При получении информации по чрезвычайным происшествиям и иным общественно значимым событиям, связанным с деятельностью Вооруженных Сил и Минобороны России, проводится информационное взаимодействие с целью получения достоверных сведений и необходимых справочных материалов. По запросу Департамента органы военного управления оперативно готовят справочные материалы с обо-

значением фактической ситуации (официальной позиции). Вырабатывается замысел информационного реагирования на негативные (критические) материалы или резонансные публикации.

Органы информационного обеспечения получают информацию от соответствующих оперативных дежурных смен регионального и территориального уровней, Департамента и из региональных СМИ. На основе полученных объективных сведений готовится и утверждается проект официального сообщения для СМИ (официальный пресс-релиз Минобороны России). При необходимости принимается решение о проведении брифинга или пресс-конференции для подробного информирования представителей СМИ о происшествии. Возможно привлечение представителей Минобороны России, а также специалистов по правовым вопросам и экспертов по линии деятельности Минобороны России (представителей общественных советов, институтов гражданского общества и т.д.), уполномоченных комментировать и оценивать событие в СМИ.

Если происшествие имеет потенциал дальнейшего развития, организуется дополнительный целевой мониторинг сферы массовой информации, создается рабочая группа, на место события направляется сотрудник Департамента или соответствующего органа информационного обеспечения с целью получения объективной информации о развитии ситуации, взаимодействия с органами военного управления, организации работы представителей СМИ и оказания им необходимой помощи в пределах своей компетенции.

В случае выхода негативных материалов, публикаций, содержащих некорректную, недостоверную или заведомо ложную информацию, также проводится оперативное информационное реагирование, результатом которого должно стать либо размещение в СМИ официального комментария, либо опубликование опровержения.

После завершения активной фазы информационной работы по чрезвычайному происшествию руководитель органа информационного обеспечения обязан проанализировать проделанную работу и внести коррективы в планирование предстоящих мероприятий.

Особого внимания требует информационная работа в регионах, с региональными СМИ. На современном этапе развития системы массовой информации и коммуникации прежняя модель распространения информации – с центрального на местный уровень (сверху вниз) – претерпела изменение. В результате развития интернет-технологий и социальных сетей теперь информация часто рождается в регионах, а уже затем «подхватывается» центральными СМИ. Особенно это касается информации о кризисных ситуациях и чрезвычайных происшествиях.

Эффективное взаимодействие с региональными СМИ необходимо для того, чтобы командование объединений и соединений было узнаваемым в регионах дислокации и имело больше возможностей устанавливать доверительные отношения с журналистами, разъяснять в рамках своих полномочий как проблемные, так и просто интересующие общественность вопросы о деятельности подчиненных войск. В первую очередь это касается социального обеспечения военнослужащих и жизнедеятельности мест дислокации войск (сил).

Необходимо отметить, что только при своевременной и полноценной с точки зрения актуальности и достоверности распространяемой информации активной и настойчивой работе по оперативному реагированию на материалы о происшествиях, а также на публикации, содержащие искаженные, недостоверные сведения, способные нанести вред имиджу Вооруженных Сил, можно достичь результата и снижения вероятности возникновения информационных рисков и угроз для Минобороны России в дальнейшем.

2.3. Информационное обеспечение мероприятий, проводимых в войсках

Это одна из основных и эффективных форм взаимодействия со средствами массовой информации. В течение учебного года в войсках проходит более 10 тыс. мероприятий оперативной и боевой подготовки, общественно-политических, культурных, спортивных и других событий. Все они представляют безусловный интерес для средств массовой информации и позволяют создать положительный имидж Вооруженных Сил РФ для российской и международной общественности.

Органами информационного обеспечения ежедневно организуется до 100 посещений представителями средств массовой информации воинских частей и других мероприятий, проводимых под эгидой Минобороны России.

Работа представителей средств массовой информации может быть организована как на плановых мероприятиях подготовки войск (учения, занятия), так и инициирована органами информационного обеспечения или самими средствами массовой информации.

Успеху работы в ходе выездных мероприятий во многом способствует тщательно продуманный план их проведения. Как правило, он состоит из перечисления основных событий мероприятия. Их последовательность должна выстраиваться таким образом, чтобы добиться у приглашаемых СМИ заинтересованности к участию в мероприятии,

понимания места проведения, вопросов логистики. Это достигается интригующей темой, продуманными организационными вопросами, готовностью оказать помощь в выполнении профессиональных обязанностей, интересным и развернутым пресс-релизом. Приоритетным должно быть убеждение журналистов в актуальности и новизне предложенной темы, ее значимости в обеспечении национальных интересов государства, его военной безопасности.

Органы информационного обеспечения организуют работу по подготовке принятия решения о проведении информационного мероприятия на территориях воинских частей и организаций Вооруженных Сил в порядке, установленном Минобороны России.

Решение о проведении информационного мероприятия с участием представителей центральных российских (иностраных) СМИ принимается руководителем Департамента и согласовывается в установленном порядке с подразделениями, осуществляющими защиту государственной тайны.

В случае подчиненности воинской части центральным органам военного управления (ЦОВУ) разрешение на работу центральных российских представителей средств массовой информации оформляется в виде телеграммы с указаниями руководителя ЦОВУ.

Решение о проведении информационного мероприятия с участием представителей региональных и местных СМИ и допуске их в воинские части принимается командующими войсками военных округов, Северного флота в пределах своей компетенции на основании письменных обращений заявителей и предложений начальников органов информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил, согласованных в установленном порядке с подразделениями органов военного управления, осуществляющими защиту государственной тайны.

Решение о проведении информационного мероприятия с участием представителей зарубежных СМИ и допуске их в воинские части принимается начальником Генерального штаба ВС РФ на основании письменных обращений заявителей и предложений руководителя Департамента, согласованных с заместителями Министра обороны РФ, начальниками служб Минобороны России, главными командованиями видов ВС, военных округов, командованием родов войск ВС, Главным оперативным управлением Генерального штаба и Восьмым управлением Генерального штаба ВС РФ, и оформляется в виде телеграммы соответствующему должностному лицу, в подчинении которого находится воинская часть, посещение которой планируется. В телеграмме указы-

вается: наименование СМИ, состав группы журналистов, сроки, объект и цель посещения, распоряжения по обеспечению защиты государственной и иной специально охраняемой законом тайны.

Работа представителей СМИ страны пребывания, включая представителей корреспондентских пунктов, дирекций, бюро центральных российских СМИ в государстве места пребывания воинской части, организуется в порядке, установленном для работы представителей региональных СМИ.

Основанием для работы в воинских частях представителей военных СМИ является наличие командировочного удостоверения редакции и плана-задания на работу в воинской части, утвержденного главным (ответственным) редактором.

Командиру воинской части, в которой планируется проведение информационного мероприятия с представителями СМИ, решение на его проведение и допуск журналистов на территорию доводится телеграммой соответствующего должностного лица, в подчинении которого находится воинская часть.

Непосредственную организацию работы представителей российских и зарубежных СМИ на территории воинских частей осуществляет командир воинской части по заранее разработанным маршрутам и утвержденным объектам съемки в соответствии с требованиями нормативных правовых актов Российской Федерации и Минобороны России.

Командиры воинских частей, осуществляющие непосредственный прием представителей СМИ, обязаны принимать установленные меры по обеспечению защиты сведений о Вооруженных Силах с ограниченным доступом и несут ответственность за нарушение или ненадлежащее исполнение требований соответствующих нормативных правовых актов.

Для оказания помощи представителям СМИ в организации их работы в воинских частях назначаются:

- при работе представителей зарубежных СМИ – представитель командования воинской части, сотрудники органа информационного обеспечения и органа защиты государственной тайны;

- при работе представителей центральных российских СМИ – представитель командования воинской части, сотрудники органа информационного обеспечения;

- при работе представителей региональных и местных российских СМИ – представитель командования воинской части, другой назначенный решением командира воинской части офицер или сотрудник органа информационного обеспечения;

- при работе представителей СМИ Вооруженных Сил – назначенный решением командира воинской части офицер.

При посещении представителями СМИ воинских частей перевозка, проживание и питание журналистов осуществляются за счет средств редакции, командировавшей их для подготовки информационных материалов. В командировках представителей СМИ, проводимых по инициативе Минобороны России, перевозка журналистов осуществляется на безвозмездной основе за счет средств Минобороны России. По возможности предусматривается бесплатное размещение и питание.

Офицеров, назначенных для оказания помощи журналистам, целесообразно проинструктировать лично командиру воинской части и представителю органа информационного обеспечения.

Оказание помощи, организация сопровождения представителей СМИ массовой информации в период их работы в части должны стать правилом для должностных лиц органов военного управления. Для журналистов главное – добывать информацию. Это означает, что любой из них при следовании по территории части может увидеть проблемную ситуацию, вокруг которой, не получив своевременного объяснения, построит будущий материал или попытается завязать беседу с военнослужащими, чтобы «вытянуть» из них больше информации, которую он не может получить иным способом. Сопровождающий в данном случае не только окажет помощь журналисту, объяснит при необходимости суть происходящего, но и будет стоять на страже служебной информации, не предназначенной для открытого опубликования.

Полезно проведение инструктажа журналистов по правилам поведения на территории воинской части с разъяснением налагаемых ограничений. Тактичное объяснение причин предлагаемых ракурсов съемок, порядка использования аппаратуры, выполнения требований техники безопасности и т.п. будет способствовать установлению нормальных рабочих отношений с представителями СМИ.

Мероприятия боевой подготовки. Ежегодно в Вооруженных Силах проводится немало мероприятий, заслуживающих внимания общественности. Грамотная организация их информационного обеспечения – основа деятельности по формированию адекватного восприятия, понимания и поддержки обществом политики государства в области военного строительства. Особая потребность в опубликованной информации появляется при подготовке и проведении крупных учений и маневров, внезапных проверок боеготовности войск, сбор-походов кораблей ВМФ, совместных учений с подразделениями иностранных государств. Такие мероприятия оперативной и боевой подготовки войск и

сил флота привлекают особое внимание российской и зарубежной общественности.

Информационное обеспечение крупных мероприятий боевой подготовки войск требует скрупулезной предварительной подготовки и соответствующего планирования. Планирование и реализация комплекса информационных мероприятий при подготовке и проведении учений – отдельное направление деятельности органов информационного обеспечения.

Имея план-календарь предстоящих учений, необходимо определить ключевые моменты мероприятия и места работы представителей СМИ, которые позволят наиболее объективно отразить замысел учения и показать его самые интересные моменты (как правило, практические действия войск с боевой стрельбой).

План информационного обеспечения должен включать дату и содержание проводимого мероприятия, место проведения, привлекаемые СМИ, ответственного от органа информационного обеспечения. План составляется с учетом мероприятий подготовительного этапа и проведения практических действий войск. В соответствии с планом назначается администрация временного пресс-центра, распределяются представители информационных структур по местам проведения, определяется состав представителей СМИ, которые могут быть задействованы в освещении учений (других мероприятий боевой подготовки). Также решаются проблемы перемещения журналистов, бытовые и организационные вопросы, планируются пресс-туры.

На основании базовой информации, полученной в органе военного управления, проводящего учение, готовятся пресс-релизы и другие информационные материалы о предстоящем мероприятии боевой подготовки. В них отражается круг задач, которые предполагается отрабатывать в ходе учения, общий сценарий проведения, состав привлекаемых сил и средств, персональные данные руководителей.

Практика показывает, что в ходе подготовки к учениям желательно составить список агентств, изданий, теле- и радиоканалов, аккредитация и соответствующая организация работы которых представляется важной. Они приглашаются к аккредитации специальными письмами, в которых также содержится соответствующая информация (пресс-релиз) о предстоящих учениях. В предварительном порядке достигается устная договоренность с отдельными журналистами, чье присутствие на учениях желательно.

Количеством аккредитованных журналистов определяется необходимость проведения специализированных пресс-конференций, тиражирование материалов.

Для организации оперативного информирования, оказания помощи журналистам в создании информационных материалов в подготовительный период разворачивается временный пресс-центр и готовятся указания о порядке обеспечения автотранспортом, оргтехникой, средствами связи. Данный пресс-центр является основным органом, координирующим непосредственную работу по информационному обеспечению учений.

Администрация временного пресс-центра формируется из числа сотрудников информационных структур по направлению деятельности и задач учений, способных организовать работу журналистов в полевых условиях. Как правило, временный пресс-центр разворачивается в месте проведения заключительного практического этапа действий войск (сил), на котором будут работать руководители государства, Минобороны России, центральных органов военного управления.

В подготовительный период важно провести отдельные съемки действий войск (крупные планы) в труднодоступных местах для задачи их основному пулу журналистов.

С аккредитованными журналистами накануне учения, как правило, проводится инструкторское занятие по порядку выполнения ими своих обязанностей. Содержание инструктажа может варьироваться в зависимости от складывающейся обстановки, однако при любом развитии событий необходимо осветить следующие вопросы:

- цели и задачи предстоящего учения, его особенности, время и районы проведения, привлекаемые силы и средства (в рамках информации, предназначенной для открытого опубликования в СМИ);
- основные информационные мероприятия, планируемые к проведению в ходе учения (пресс-конференции, брифинги должностных лиц, выезды прессы в районы проведения учения и т.д.);
- контактные телефоны должностных лиц пресс-центра;
- порядок работы представителей СМИ на учении;
- порядок представления журналистам оперативной информации о проводимых мероприятиях (размещение на официальном сайте Минобороны в сети «Интернет», централизованная рассылка в информационные агентства и СМИ);
- меры безопасности в районе учения;
- порядок использования осветительной, видео- и звукозаписывающей аппаратуры, собственных средств связи корреспондентов с учетом требований электромагнитной совместимости и маскировки;
- порядок передвижения в районе учения;

- возможность и порядок организации интервью, комментариев участников учения;
- порядок подачи и рассмотрения заявок на проведение съемок и посещение мест непосредственной отработки задач учения и получения интервью;
- возможности обеспечения питания и отдыха представителей СМИ;
- рекомендуемая степень детализации информации об учениях.

Для того чтобы работа представителей СМИ по освещению учения была максимально эффективной и вместе с тем не мешала выполнению основных задач, его участникам необходимо досконально проработать все элементы в системе организации информационной деятельности в течение подготовительного периода. Прежде всего в плановых документах следует свести воедино элементы действий войск, силы и средства информационного обеспечения (СМИ), время и место проведения информационного мероприятия, состав должностных лиц, ответственных за предоставление комментариев (интервью) прессе и ответственных за организацию каждого подобного мероприятия. Причем эта деятельность должна не только «сводиться» на бумаге, но и отрабатываться в ходе командно-штабных (штабных) тренировок в подготовительный период. При таком раскладе каждое должностное лицо и каждый журналист, привлекаемые к информационному обеспечению учения, будут знать «свой маневр» и, таким образом, гарантировать положительный результат информационного освещения учений.

В ходе проведения учений работа сотрудников временного пресс-центра должна быть направлена на максимально полное обеспечение журналистов информационными материалами и предоставление возможности зафиксировать в видео- и фотоматериалах самые интересные моменты действия войск (сил), получить интервью у руководства учений и его участников с учетом особенностей режима работы электронных и печатных СМИ.

Ежедневно в ходе учения аккредитованные представители СМИ должны быть обеспечены пресс-релизом и возможностью подготовить новый видеосюжет. Вместе с тем следует отметить, что журналисты нуждаются и в пространстве для маневра, поэтому излишняя «заорганизованность» может помешать им подготовить качественные репортажи.

Для максимального распространения материалов в информационных агентствах важно следить, чтобы информация распространялась агентами одновременно или по пулу. Также необходимо всячески со-

действовать скорейшей передаче рабочего материала или видеосюжета на центральные телеканалы посредством спутниковой связи, сети «Интернет». При необходимости надо предусмотреть наличие и возможность использования специальных транспортных средств (вертолет, корабль, автомобиль) для доставки информационного материала к месту передачи.

Ежедневно сотрудники пресс-центра должны готовить итоговый дайджест для информирования руководства учения об информационной обстановке, складывающейся вокруг учения.

После учений не менее важно оценить материалы, вышедшие в средствах массовой информации. При этом все материалы можно обработать и проанализировать следующим образом:

- сравнить общее количество материалов с числом аккредитованных на учениях журналистов;
- определить частоту выхода в свет этих материалов;
- установить объем опубликованного;
- оценить направленность материалов, степень их объективности;
- выявить процент необъективных материалов и материалов деструктивной направленности (провокационных), если такие имеются;
- выявить наиболее качественные, «яркие» материалы;
- определить журналистов и редакции, чаще и качественнее других готовившие материалы;
- сравнить количество и степень объективности опубликованных материалов с подобными материалами, вышедшими в период и по итогам проводившихся ранее учений.

На основе этих сведений по итогам учения составляется аналитическая записка о проделанной работе по организации информационного обеспечения учения. В ней определяется степень реализации замысла информационного обеспечения учения, достижение информационных целей и задач, меры по дальнейшей оптимизации системы информационной деятельности, внесению корректив в организацию отдельных информационных мероприятий.

Для упрочения связи со СМИ необходимо предусмотреть поощрение наиболее активных журналистов, а также редакций. Это станет весомым признанием вклада творческих работников и коллективов в информационное обеспечение учений и, как результат, в формирование соответствующего общественного мнения о проводимых мероприятиях.

Внезапные проверки боеготовности войск. Более сложным видом деятельности органов информационного обеспечения является

освещение внезапных проверок войск. Особенность информационного обеспечения такого рода мероприятий – отсутствие подготовительного периода как такового и решение задач освещения хода внезапной проверки параллельно с разворачиванием сил и средств, привлечением СМИ и т.д.

Рассмотрим в качестве примера информационное обеспечение внезапной комплексной проверки войск (сил) Северного флота, Западного военного округа и стратегической командно-штабной тренировки с центральными органами военного управления.

Для организации информационного обеспечения внезапной комплексной проверки боевой готовности войск (сил) и Стратегической командно-штабной тренировки (СКШТ) с учетом внезапности получения сигналов о приведении в высшие степени боевой готовности объединений, соединений и воинских частей, а также отсутствия заранее согласованных планов и задач Управлением пресс-службы и информации Минобороны России (УПСИ МО РФ) были направлены вместе с посредническим аппаратом девять офицеров УПСИ МО РФ и организована работа 15 сотрудников пресс-служб объединенных стратегических командований.

Самолетом военно-транспортной авиации под руководством офицеров УПСИ МО РФ были оперативно переброшены к местам действий проверяемых войск группы представителей следующих телеканалов: «Первый канал», «Россия-1», «Россия-24», «Пятый канал», Life news, «Россия сегодня», «Звезда» и печатных изданий: «Комсомольская правда», «Красная звезда», «Парламентская газета», «Коммерсант».

На всех этапах проверки в российских регионах активно задействовалась сеть региональных филиалов ВГТРК.

В целях организации оперативного приема, обработки и распространения информации о действиях войск в УПСИ МО РФ была развернута оперативная группа в составе 12 офицеров, которая в режиме реального времени принимала, обрабатывала и распространяла в центральных российских СМИ все видео- и информационные материалы из военных округов о ходе внезапной проверки. Это позволило организовать освещение проводимых мероприятий в рамках единой информационной политики, сохраняя возможность оперативного реагирования и маневрирования при возникновении информационных угроз, а также по линии информационного противоборства.

Так, размещенные УПСИ МО РФ в центральных СМИ со ссылкой на «источники в военном ведомстве» материалы о планируемой переброске в Калининградскую область оперативно-тактических ракетных

комплексов «Искандер», а также перебазировании стратегических ракетоносцев ТУ22М3 до завершения СКШТ не заставили усомниться в их достоверности российские, а также западные СМИ.

За период проведения проверки органами информационного обеспечения было подготовлено и распространено 192 информационных материала, организована работа более 60 съемочных групп центральных и около 180 региональных телевизионных каналов, более 50 печатных изданий и информационных агентств.

В общей сложности в информационных мероприятиях, реализуемых в рамках внезапной проверки и СКШТ, было задействовано свыше 500 представителей российских СМИ.

Работу съемочных групп в местах проведения учения контролировали офицеры Центра сопровождения интернет-портала Минобороны России.

По итогам учения в российских СМИ вышло более 4 тыс. информационных материалов, более 7 тыс. материалов в сетевых интернет-ресурсах; более 14 500 комментариев в социальных сетях (более 90 процентов положительных).

Резкий всплеск интенсивности освещения деятельности Вооруженных Сил был зафиксирован и на зарубежных интернет-ресурсах СМИ западноевропейских стран и США, где было опубликовано по тематике внезапной проверки российских Вооруженных Сил более 300 информационных материалов.

В ходе проверки на официальном сайте Минобороны России круглосуточно функционировал специальный раздел, который в режиме реального времени наполнялся новостной и мультимедийной информацией.

Уникальные информационные, фото- и видеоматериалы оперативно размещались на страницах военного ведомства в основных социальных сетях. Их читателями и подписчиками стали свыше 2,5 млн пользователей.

Статистика посещаемости страниц Минобороны России в соцсетях:

- более 2,4 млн читателей и подписчиков в Twitter;
- более 150 тыс. пользователей в Facebook;
- около 1 тыс. просмотров в Instagram;
- более 10 тыс. просмотров видеоматериалов на Youtube.

В результате реализованного Управлением пресс-службы и информации Минобороны России комплекса информационных мероприятий российской и зарубежной общественности был наглядно продемонстрирован высокий уровень боевой готовности войск, что способ-

ствовало укреплению позитивного имиджа Вооруженных Сил в Российской Федерации и на международной арене.

Выполнение специальных задач Вооруженными Силами за пределами страны пользуется повышенным вниманием со стороны средств массовой информации и общественности. Работа представителей российских СМИ, представителей корреспондентских пунктов, дирекций, бюро центральных российских СМИ, а также СМИ страны пребывания в воинских контингентах Вооруженных Сил за рубежом организуется в порядке, установленном Минобороны России для работы центральных и региональных российских СМИ. Приглашение и аккредитация центральных российских СМИ проводится Департаментом, СМИ страны пребывания, пресс-службой военного округа, Северного флота.

При подготовке мероприятия составляется план работы, готовятся разрешительные документы, пресс-релизы и другие информационные материалы для раздачи представителям СМИ. Прорабатываются вопросы доставки журналистов к месту работы, вопросы проживания, питания, обеспечения безопасности, согласовываются места и объекты для работы представителей СМИ.

При проведении аккредитации проводится тщательный отбор СМИ и их представителей, исключающий возможность возникновения конфликтных ситуаций при пересечении границы государства пребывания воинского контингента.

До журналистов заранее доводятся требования к выбору формы одежды (особенно для женщин). Необходимо также проверить подготовку таможенных деклараций на ввозимое профессиональное фото- и видеооборудование. С руководством СМИ согласуется возможность обеспечения выезжающих корреспондентов техническими средствами передачи информационных материалов. При необходимости в состав корреспондентского пула включают переводчика, владеющего языком страны пребывания.

В остальном работа в контингентах Вооруженных Сил за рубежом организуется аналогично работе представителей СМИ на мероприятиях боевой подготовки.

Для обеспечения взаимодействия со СМИ, своевременного информирования общественности о ходе выполнения задач, о результатах проведения специальных операций и о других актуальных темах, как правило, в соответствующем районе выполнения задач формируется временный пресс-центр. Его руководителем назначается наиболее подготовленный офицер Департамента или пресс-службы военного округа. Он подчиняется старшему руководителю (командиру), выпол-

няющему специальные задачи в обозначенном районе ответственности. Кроме того, по вопросам информационного обеспечения руководитель временного пресс-центра следует указаниям руководителя Департамента (или его заместителя) либо начальника пресс-службы округа. Все мероприятия информационного обеспечения деятельности подразделений Вооруженных Сил в районе ответственности выполняются только по согласованию с руководством Департамента.

Перед прибытием в районы выполнения специальных задач по заданию редакций представителям СМИ необходимо пройти аккредитацию. Аккредитация как российских, так и зарубежных представителей СМИ для работы в подобных районах осуществляется Департаментом, местных СМИ – временным пресс-центром (только по согласованию с Департаментом). СМИ, не имеющие аккредитации, в расположение и районы выполнения задач не допускаются.

Руководитель пресс-центра не должен препятствовать работе во временном пресс-центре представителям СМИ, получившим аккредитацию Департамента. Тем не менее ему необходимо убедиться, что у каждой группы журналистов имеется письменное задание за подписью главного редактора СМИ, а каждый член группы обеспечен индивидуальными средствами защиты и имеет оформленную страховку жизни и здоровья.

По прибытии представителей СМИ в район выполнения специальных задач руководитель временного пресс-центра должен проинструктировать их по особенностям поведения в зоне кризисных ситуаций, правилам работы в местах дислокации подразделений Вооруженных Сил и требованиям информационной безопасности. Отдельно стоит оговорить с журналистами заранее согласованный с командованием маршрут их передвижения, а также места их работы за пределами лагеря, оборудованного пресс-центром, особенно при организации выезда представителей СМИ для подготовки материалов вне мест дислокации воинских подразделений.

В обязанности руководителя временного пресс-центра входит сопровождение представителей СМИ при перемещениях по району выполнения специальных задач и в местах дислокации подразделений Вооруженных Сил, а также организация транспорта и охранения (при необходимости) на весь период работы журналистов вне основного лагеря, оборудованного пресс-центром. Во время работы журналистов в обозначенном районе в темное время суток их деятельность обеспечивается светомаскировкой в соответствии с установленными требованиями.

Временный пресс-центр также отвечает за своевременный инструктаж должностных лиц соединений, частей и подразделений Вооруженных Сил, действующих в районах проведения специальных операций, перед выступлением в СМИ и согласовывает тексты выступления, фото-, видео- и графические материалы, публикуемые в СМИ.

2.4. Особенности публикации информационных материалов в разных социальных сетях

Любая социальная сеть предполагает добавление «друзей», публикацию и обмен «личной» и «публичной информацией» между участниками, комментирование публичных записей. Социальные сети, хотя и обладают схожими функциями, различаются по характеру использования и возможностям.

Особенности социальных сетей:

- практически неограниченный простор для обмена самой разнообразной информацией (текстовой, фото-, видео; сервисы сообществ и микроблогов; возможность указывать место, отмечать фотографии и т.д.);

- индивидуальные профили с максимальным количеством личной информации (ФИО, вуз, место работы, фото и т.д.);

- добавление в «друзья» в первую очередь по принципу наличия реальной связи (друзья, знакомые, одноклассники, однокурсники, родственники и т.д.) и во вторую – по принципу схожести интересов (группы, сообщества и т.д.); сайт социальной сети также предоставляет пользователям возможность отслеживать связи между своими «друзьями», вступать в различные сообщества, создавать группы, открывать или закрывать информацию своего профиля, комментировать контент, который выкладывают его «друзья», и многое другое.

Социальные сети используются для поиска людей со схожими интересами и объектов этих интересов. Контент в социальных медиа может принимать разные формы и очертания:

- текст – обычно используется, чтобы написать или объяснить собственное мнение или публикацию;

- изображения – используются для придания наглядности тексту;

- аудио–подкасты создаются, чтобы их можно было скачать;

- видео–контентом делятся с целью привлечь, развлечь или обучить.

Twitter, созданный как сервис обмена короткими сообщениями, приобретает все больше функциональных возможностей (рис. 1). Те-

перь пользователи не только обмениваются текстовыми сообщениями, но и могут использовать любые мультимедийные файлы, а разработка приложения Periscope позволяет вести прямые трансляции.



Рис. 1

Преимущества Twitter – скорость передачи информации. В момент его запуска (2006 г.) это был единственный веб-сервис, где можно было моментально делиться событиями, происходящими рядом с пользователем, с участниками Сети, а самое важное – моментально находить информацию на этом сервисе.

Сегодня, когда контент создают сами пользователи, скорость передачи информации и возможность её быстро найти делают Twitter очень популярным как среди простых пользователей, так и среди медийных лиц, органов государственной власти, политических деятелей.

Данный интернет-сервис нередко критикуют за засорение информационного пространства незначительной информацией: «я почистил зубы», «выпил чай», «погулял с собакой». Однако нельзя не отметить, что сервис с 2008 г. стал приобретать социально-политическую направленность. Его начали активно использовать и политики в качестве ка-

нала коммуникации для продвижения своих взглядов или политических программ. Часто пользователи Twitter узнают и распространяют новости быстрее, чем это делают журналисты. По этой причине и сами журналисты бывают вынуждены обращаться к ресурсу сервиса в поисках новостей. Однако журналист в такой ситуации рискует опубликовать недостоверные сведения, что и происходит в последнее время в западной прессе. Кроме того, журналисты используют twitter-сообщения пользователей как жанр оперативного комментария, выражающий мнения людей на событие.

Важный показатель популярности аккаунта в Twitter – количество «последователей» (*англ.* follower), которые просматривают всю твитленту аккаунта и оставляют комментарии, а также регулярно делятся прочитанными публикациями в своих аккаунтах.

Для определения статистических показателей и проведения аналитики посещаемости аккаунта существует большое количество сторонних ресурсов, но наиболее эффективен функционал вкладки «Аналитика». Анализ необходим для выбора направлений дальнейшего наполнения контентом ленты и планирования информационного сопровождения различных мероприятий на основании выводов о популярности тех или иных подходов к освещению событий.

В социальной сети **Facebook** (продукт компании Meta Platforms Inc., признанной экстремистской организацией) передача информации возможна по нескольким каналам (рис. 2). Функционал Facebook допускает возможность перевода текста, состоящего из большого количества знаков, на несколько языков как в автоматическом, так и в ручном режиме. Кроме того, функционал позволяет иллюстрировать публикации фото-, видеоконтентом, встраивать ссылки на публикации других сайтов. Страницы СМИ используют для распространения, помимо традиционных публичных страниц (групп), еще и приложения (applications), к которым можно отнести и разного типа социальные ридеры (social readers), которые позволяют:

- иметь более быстрый доступ к новостям издания, не покидая социальной сети;
- обращаться к прочитанным новостям повторно без использования закладок;
- видеть в своей новостной ленте, какие материалы читал пользователь данного приложения (даже если новость прочитана с сайта) – такая функция получила название «расширенный лайк» (frictionless sharing);
- сортировать новости в социальной сети по рубрикам своего издания (возможность для СМИ).



Рис. 2

Отметим, что свои приложения имеют не все СМИ и не все читатели используют возможности приложений, поэтому все еще актуальны публичные страницы. Данный способ более трудоемок по сравнению с обращением к приложениям. Во-первых, помимо сайта СМИ, приходится вести и публичную страницу. Во-вторых, нет никаких гарантий, что пользователь, прочитавший новость, поделится ссылкой со своими друзьями в социальной сети. В-третьих, все новости идут в хронологическом порядке, не будучи структурированными по рубрикам, что усложняет процесс поиска для пользователей.

Тем не менее, пользователи все-таки активнее читают новости из публичных страниц и делятся ссылками со своими друзьями при помощи кнопки Like. Кроме того, ведение публичной страницы больше подходит для продвижения бренда и ведения сбалансированной информационной политики, так как позволяет более гибко реагировать на комментарии и пожелания аудитории. Также в функционале

Facebook предполагается использовать большое количество как платных, так и бесплатных приложений. В частности, такие приложения способствуют реализации кросс-постинга между официальными аккаунтами в разных социальных сетях, например Instagram feed, который отображает фотоленту аккаунта в Instagram.

Встроенные инструменты Facebook для анализа популярности аккаунта не требуют привлечения каких-либо дополнительных приложений. Достаточно перейти на своей или управляемой странице во вкладку «Статистика страницы» и сделать экспорт данных, их более чем достаточно для мониторинга активности аудитории и планирования информационного сопровождения.

Социальная сеть *Instagram* (продукт компании Meta Platforms Inc., признанной экстремистской организацией) ориентирована на пользователей мобильных устройств, всегда находящихся в движении (рис. 3). Основной контент данной социальной сети – визуальный: это фотографии, видео, фотогалереи. Текстовые описания публикуемых фотографий носят вторичный, вспомогательный характер и не годятся для распространения важной информации, поскольку внимание пользователя сосредоточено на изображении.

Такая концепция построения соцсети соответствует ожиданиям аудитории, которую составляют молодые люди с активной жизненной позицией, умеющие беречь свободные минуты. Чтобы не терять напрасно времени, например, находясь в общественном транспорте, они зайдут в Instagram проверить обновления ленты подписок. Значит, основная задача разработчиков сайта – привлечь пользователей уникальностью и содержательностью изображений, вызвать у них волнующие впечатления от созерцания ярких образов.

Поскольку фотографии и видео – это основное, что предлагает пользователям Instagram, к качеству публикуемого визуального контента предъявляются повышенные требования: они должны быть безупречными с художественной точки зрения, репортажно-содержательными (описывать суть события даже без текстового сопровождения).

Важная особенность сопровождения аккаунта в Instagram – равномерность его наполнения разнообразной информацией. Необходимо следить за тем, чтобы не «перекормить» подписчиков регулярным размещением однотипных фотографий: снятых под одинаковыми ракурсами, показывающих один и тот же вид деятельности, один вид или род войск.

Большое количество пользователей ищет новый контент в Instagram, используя поиск по незнакомым хэштегам или по хэштегам под понравившимися фотографиями. Важно поддержать баланс между публикацией, лишенной тэгов, а значит и выхода на незнакомых с ва-

шим аккаунтом пользователей Instagram, и большим облаком тэгов (более 15), которое пользователей, напротив, будет раздражать. Целесообразно указание постоянных хэштегов, присущих вашему аккаунту, тематических тэгов, описывающих характер деятельности людей или назначение образцов техники и вооружений, представленных на фото или видео, и описательных тэгов, указывающих на принадлежность изображенных на фотографии лиц к какой-либо структуре, с помощью которых пользователи смогут подробнее ознакомиться с ее деятельностью. Важно отметить, что при переходе по хэштегу происходит поиск по контенту всей социальной сети, а не только вашего аккаунта. Поэтому перед размещением нового или нестандартного тэга необходимо предварительно убедиться в том, что его публикация не повлечет негативного результата для репутации аккаунта.

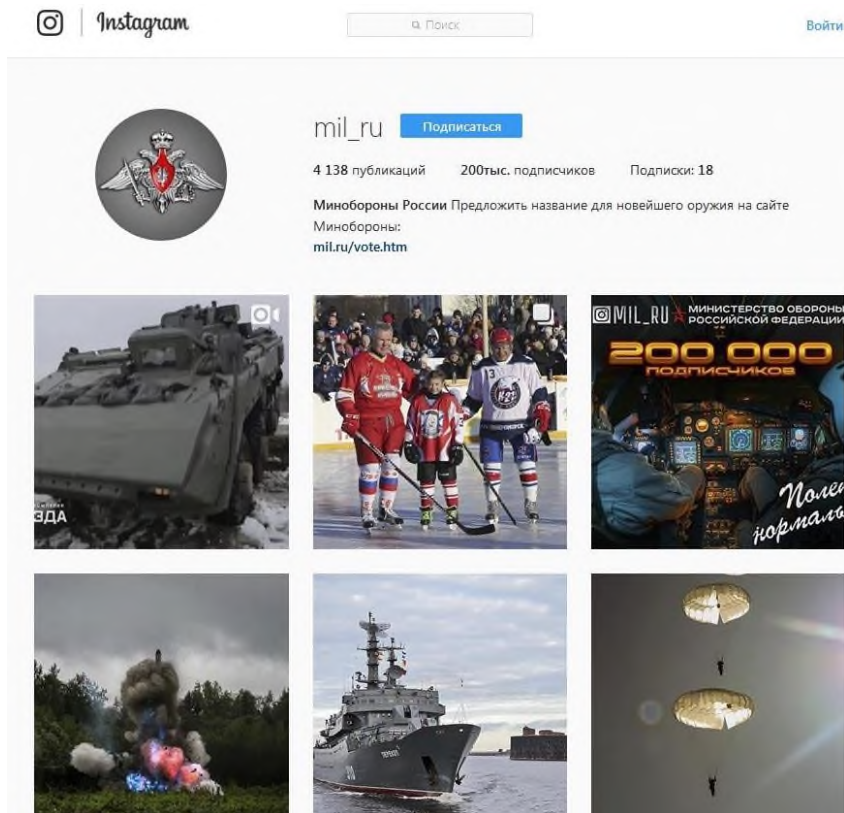


Рис. 3

Для просмотра статистики Instagram с помощью внутреннего сервиса статистики, необходимо, во-первых, связать свой аккаунт в Facebook с аккаунтом в Instagram, во-вторых – преобразовать свою учетную запись в «рабочий аккаунт». После этого прямо в приложении станет доступна вкладка «Статистика», в которой можно получить информацию о следующих метриках: общем количестве показов фотографий, охвате аудитории, количестве просмотров профиля и количестве кликов по ссылке на сайте в течение недели.

Ежедневно в сеть **«ВКонтакте»** (VK) заходят порядка 60 млн человек (рис. 4). Общее же количество зарегистрированных пользователей достигает 330 млн. Это самая крупная по числу активных русскоязычных пользователей социальная сеть. Модель «ВКонтакте» в своем большинстве копирует модель Facebook.

В сети «ВКонтакте» есть возможность создавать приложения, в том числе и новостные. Кроме того, если есть необходимость сделать оригинальный дизайн страницы или вписать что-то, что невозможно добавить на страницу с помощью стандартных инструментов «ВКонтакте», то всегда имеется возможность прибегнуть к специальным функциям, например, разработать специальное приложение или создать с помощью «вики-разметки страницы» свое оформление публикации или меню страницы, при этом навыке нет необходимости иметь углубленные знания программирования.

Специфика аудитории, а это прежде всего молодые люди до 25 лет, обуславливает использование в данной социальной сети большого количества мультимедийного контента, носящего развлекательный характер. Поэтому ведение официального аккаунта в «ВКонтакте» – это, прежде всего, поддержание баланса между развлекательным контентом для привлечения аудитории и официальной информацией. Относительно недавно в русскоязычных социальных сетях также появилась функция ведения прямой видеотрансляции без использования сложного телевизионного оборудования: достаточно хорошего мобильного Интернета с телефона, установленного приложения VK Life – и можно вести прямой репортаж с любого места события.

Для мониторинга активности аудитории и анализа активности подписчиков в социальной сети «ВКонтакте» имеется свой сервис «Статистика страницы», в котором можно узнать динамику изменения числа пользователей, реакцию на те или иные публикации, половозрастной состав аудитории, географическое расположение подписчиков и многое другое. Этих данных достаточно для анализа развития страницы и планирования дальнейшего информационного сопровождения.

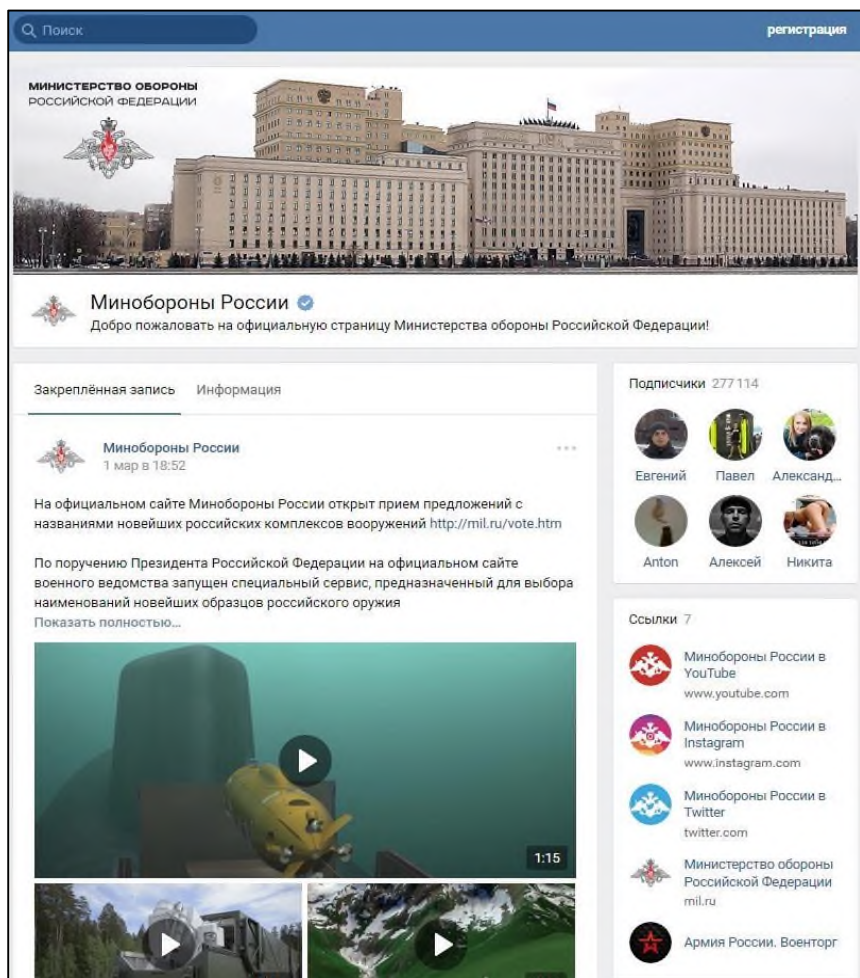


Рис. 4

«Одноклассники» (ОК) – социальная сеть более старшей возрастной категории пользователей социальных сетей (как считается).

Пользователи ОК – аудитория по-настоящему уникальная, это люди, которые каждый день появляются в Сети и тем не менее твердят, что они не пользуются Интернетом или умышленно ограничивают свое присутствие в глобальной паутине.

Контент, которым делятся «одноклассники» на своих страницах, практически не политизирован, но в связи с последними событиями в

мире здесь также стали присутствовать официальные группы ведомств и организаций, с помощью которых пользователи информируются о важных событиях в мире и в стране (рис. 5).

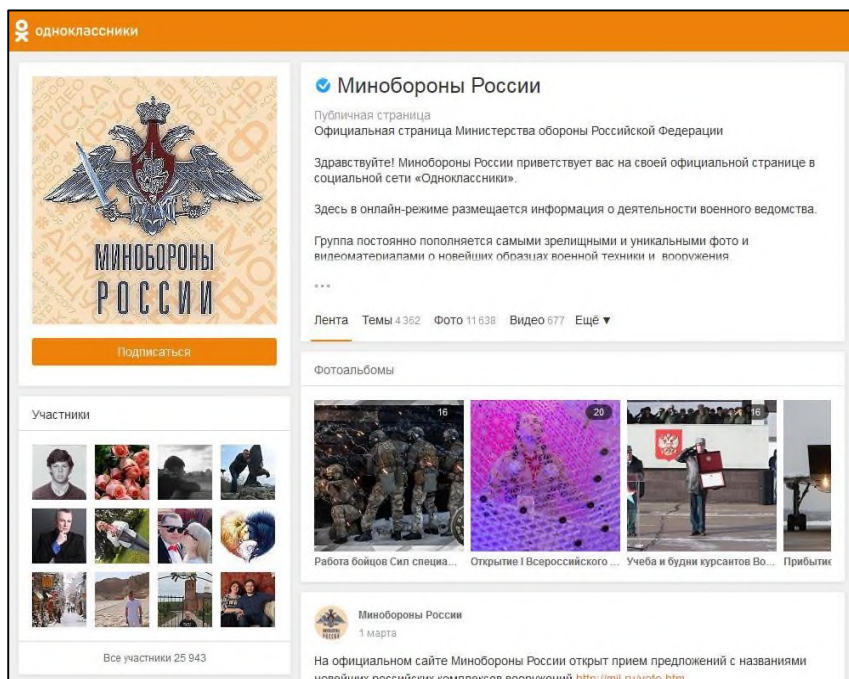


Рис. 5

Набор инструментов для публикаций в «Одноклассниках» схож с Facebook и «ВКонтакте» и не имеет особых ограничителей. Особенность заключается в аудитории, которая не будет читать сложные и громоздкие тексты о политике или научных трудах, поэтому все должно быть изложено просто, в формате разговорной речи. По сравнению с пользователями Facebook «одноклассники» менее модные, а также и менее социально активные – если сравнивать их с подписчиками «ВКонтакте».

Основа контента в «Одноклассниках» – текстовые материалы, хотя в последнее время по количеству просмотров видео «Одноклассники» обогнали в русском сегменте Интернета практически всех.

Для мониторинга активности пользователей и сбора статистических данных в «Одноклассниках» также имеется свой сервис, который

дает возможность отследить основные метрика-изменения активности и интересов аудитории аккаунта.

YouTube – видеохостинг, который позволяет показывать, обмениваться, хранить видео (рис. 6). Писать много о контенте на YouTube бессмысленно, так как это прежде всего видео. Если вы умеете пользоваться программами-видеоредакторами и снимать красивые кадры на видеокамеру, то этого достаточно для того, чтобы привлечь аудиторию на свой канал в YouTube.

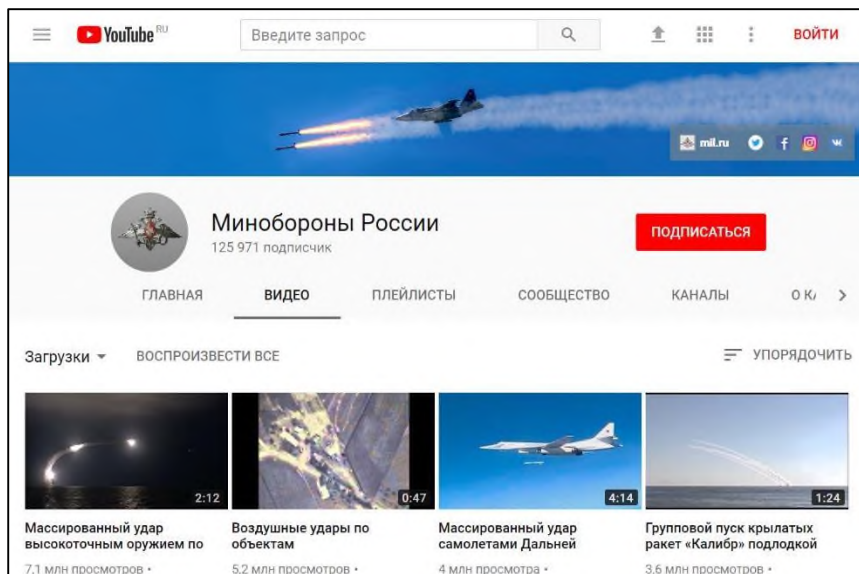


Рис. 6

Все остальные функциональные возможности призваны лишь привлечь дополнительных подписчиков. Прежде всего, это тэгируемые размещаемые материалы, использование субтитров для привлечения иностранной аудитории, написание броских заголовков с тем, чтобы по случайному запросу пользователя выдавалось ваше видео.

Функционал YouTube подразумевает встраивание размещаемого видео в другие аккаунты в социальных сетях, а также на сайты.

Основные статистические показатели на видеохостинге – это количество просмотров видео и количество подписчиков на канал. Статистические показатели можно проверить как во вкладке «Творческая студия», так и сторонними интернет-приложениями.

Также существует огромное количество других социальных медиаресурсов как в русскоязычном сегменте Интернета, так и в зарубежном, например, такие, как «Мой мир».

Мессенджеры представляют собой особый класс программных приложений для устройств, предназначенных для мгновенного обмена сообщениями через Интернет. Современные мессенджеры, такие как Telegram, Viber, Whatsapp (продукт компании Meta Platforms Inc., признанной экстремистской организацией) и др. позволяют осуществлять обмен текстовой, графической, аудио- и видеоинформацией, обеспечивать аудио- и видеозвонки.

Изначально предназначенные для общения между двумя абонентами, со временем мессенджеры обрели функционал, позволяющий пользователям объединяться в группы (беседы, чаты) для коллективного общения. Группы (чаты) могут быть «открытыми», к ним может присоединиться любой пользователь, и «закрытыми», в состав которых нового пользователя добавляют другие участники (администраторы).

Основным фактором, способствовавшим стремительному росту популярности мессенджеров, стало развитие аппаратов и сетей мобильной связи до уровня, обеспечивающего доступ пользователей к сети «Интернет» практически круглосуточно. В результате мессенджеры превратились в распространенный инструмент частного и делового общения. Они используются не только для обсуждения любой тематики между друзьями, коллегами, сообществами, но и для управления деятельностью коллективов.

Возможность ведения публичных «каналов» (аналог блогов или микроблогов), впервые реализованная в мессенджере Telegram, обусловила начало интеграции мессенджеров в систему массовой информации и коммуникации.

«Каналы», как и «группы», могут быть «открытыми» и «закрытыми». От других разновидностей групповых чатов их отличает односторонний характер распространения информации. Сообщения публикуются автором или группой авторов и доступны только подписчикам «закрытых каналов» или неограниченному кругу пользователей мессенджера в случае, если «канал» является «открытым». При этом возможность обратной связи определяется по усмотрению авторов «канала».

Анонимность авторов «каналов» и, как следствие, отсутствие возможности привлечения их к ответственности за нарушение законодательства в сфере информации и массовых коммуникаций позволяют публиковать в мессенджерах непроверенную, недостоверную, конфиденциальную или порочащую честь и достоинство граждан, организа-

ций и должностных лиц информацию, всевозможные «инсайды», «сливы», слухи и т.д.

Оперативность опубликования информации от «осведомленных источников», ее резонансный потенциал, отсутствие комментариев со стороны затронутых органов власти и организаций способствуют росту уверенности пользователей, а иногда и журналистов в объективности этой информации, увеличению числа подписчиков отдельных «каналов».

Еще одной особенностью мессенджеров является возможность создания чат-ботов – аккаунтов под управлением специальных компьютерных программ, упрощающих взаимодействие пользователя с источниками информации. Чат-боты могут имитировать разговор с пользователем, отвечать на простые вопросы, заказывать такси и подбирать билеты, выдавать справочную информацию по запросам, помогать в выборе нужного рецепта и многое другое.

Функционал первых чат-ботов, запущенных редакциями классических СМИ, предусматривал рассылку новостей, оформление подписки, предоставление пользователям сервисов проверки на достоверность новостей и заявлений политиков, информирование о погоде, курсах валют и т.д.

Взаимопроникновение классических, зарегистрированных в установленном порядке, СМИ и «новых медиа» имеет обоюдонаправленный характер. С одной стороны, мессенджеры могут выступать источником информации для классических массмедиа. Некоторые издания «не брезгают» перепечатывать сообщения, появляющиеся на каналах в мессенджерах. Это позволяет публиковать «рейтинговые», «горячие», т.е. способствующие повышению собственной цитируемости новости, формально не нарушая законодательства, поскольку дается объективная ссылка на источник информации.

С другой стороны, «новые медиа» выступают и как канал распространения новостной информации. Классические СМИ открывают собственные «каналы» в мессенджерах и группы в социальных сетях, а также цитируются в других «каналах», группах и сообществах.

С развитием новостных сервисов социальных сетей и продолжающейся интеграцией «новых медиа» (включая мессенджеры) и классических СМИ в системе массовой информации и коммуникации происходит постепенный переход от модели массового информирования к модели персонализированного медиапотребления.

Этому также способствуют удобные для пользователей возможности «подписок» и рекомендательные сервисы, позволяющие формиро-

вать собственную, персонализированную ленту новостей на основе своих предпочтений.

Сообщения в социальных сетях имеют ряд отличий от всего того, что публикуется в средствах массовой информации.

Во-первых, есть определенные технические требования, которые в различных социальных сетях требуют от авторов разных подходов к подаче информации. Кроме того, в современном мире пользователи все чаще используют для входа в социальные сети разнообразные гаджеты: смартфоны, планшеты, электронные часы. На разных устройствах отображение текстовой и визуальной информации, опубликованной в социальных сетях, имеет свои особенности. Для того чтобы донести до пользователя содержательную часть публикации, необходимо следовать основному правилу: выносить наиболее важную новость или главную мысль в первое предложение либо составлять первое предложение таким образом, чтобы оно вызвало любопытство пользователя социальной сети и побудило его перейти по ссылке на полную версию текста.

Во-вторых, специфика потребления контента в социальных сетях предполагает небольшое количество времени для его прочтения, поэтому в данном случае имеет значение размер текста. Не стоит утомлять читателя затянутыми умозаключениями. В социальные сети люди приходят, чтобы быстро узнать актуальные новости, интересные факты и немного отдохнуть от информации, накопленной за целый день. Необходимо отбросить все, что не имеет отношения к теме сообщения. Нужно использовать меньше штампованных и «заумных» фраз. Человек должен получить ту информацию, за которой пришел, иначе он перейдет на другую страницу.

Если тема не подразумевает обратного, не нужно публиковать слишком серьезные материалы. Не стоит совмещать в небольшом тексте несколько тем, пусть даже очень важных. У пользователя останется только та информация, на которую был сделан акцент в тексте, и та, которую он получит визуально на фотографии или видео, сопровождающих текст. Если имеется большое количество информационных поводов, то проще делать большее количество коротких публикаций по каждой отдельной теме – так необходимая информация будет прочитана пользователем. Для объединения большого количества сообщений по одной и той же теме или относящихся к одному и тому же мероприятию можно использовать объединяющий хэштег, по которому пользователь может прочесть все сообщения по выбранной тематике. Кроме того, хэштеги позволяют привлечь пользователей социальной

сети к публикации сообщений в своих аккаунтах с таким же хэштегом, что вызывает вирусный эффект и увеличивает аудиторию ваших сообщений.

В-третьих, необходимо помнить, что сейчас в социальных сетях зарегистрированы люди разных профессий. При публикации информационных сообщений с использованием узкоспециализированных терминов, сленговых выражений, тактико-технических характеристик и других материалов неправильно использованное слово или ошибка в данных обязательно вызовет негативный комментарий специалиста. Это, в свою очередь, может спровоцировать скептическое отношение других пользователей к следующим публикациям на странице аккаунта.

В-четвертых, большая часть пользователей обращает внимание в первую очередь на визуальную информацию. Для этого необходимо иллюстрировать свои информационные сообщения подборками красивых, качественных фотографий. На современном этапе именно качественный мультимедийный контент привлекает наибольшее внимание аудитории социальных сетей. Поэтому необходимо на страницах аккаунтов создавать фотоальбомы, выкладывать отдельные фотографии, запечатлевшие те или иные моменты, с кратким описанием происходящего.

В-пятых, для привлечения аудитории, которая потенциально готова читать большие материалы, можно использовать функцию ссылки на блог или сайт, где подробно и объемно изложена информация. Короткое сообщение и ссылка на более подробный текст позволят сохранить интерес как аудитории, пришедшей прочитать объемный материал, так и той ее части, которая прочитает короткую часть и не будет переходить по ссылке.

В-шестых, один из самых популярных и востребованных видов контента в социальных сетях – видео. Современные сервисы в социальных сетях позволяют использовать как специально смонтированные видеоролики (имиджевые, репортажные и др.), так и вести прямую трансляцию с места события или мероприятия.

«ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook имеют наиболее широкий набор инструментов и позволяют использовать как текстовую информацию в практически неограниченном объеме, так и мультимедийный контент. Кроме того, стало нормой иллюстрировать информационное сообщение в данных социальных сетях актуальной иллюстрацией или видео. Более того, отсутствие иллюстрации скорее всего сделает вашу публикацию абсолютно непопулярной.

Twitter – социальная сеть для публичного обмена сообщениями. Особенность написания материалов в данной социальной сети заключается в ограниченном числе символов, которые можно использовать в информационном сообщении. Всего допускается написание сообщения, состоящего из 140 символов (включая пробелы), кроме того, если использовать ссылку в «твите», то необходимо помнить, что она включает 23 символа, таким образом, на текст останется 116 знаков.

Instagram – бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети. Подпись к фотографии может содержать 2200 символов, однако будут видны только первые три строки описания, поэтому важная информация должна также содержаться в начале. Кроме того, подпись в Instagram, как правило, содержит большое количество хэштегов.

В YouTube важно правильно и емко написать заголовок к видео, который может содержать лишь 100 символов. Но если есть необходимость подробно описать видео, допускается использование еще 5000 символов в поле «Описание». При написании заголовка следует также учитывать, что поисковые роботы ищут видео на YouTube по словам, написанным в начале названия.

2.5. Сайт Министерства обороны Российской Федерации

Сайт Министерства обороны России – основной информационный ресурс военного ведомства в сети «Интернет». Он является источником официальной информации о деятельности Вооруженных Сил Российской Федерации.

Основная задача официального сайта – всестороннее, достоверное и своевременное информирование российской и зарубежной аудитории о мероприятиях и событиях, проводимых в Вооруженных Силах России.

Основные нормативно-правовые акты, определяющие информационную структуру официального сайта Минобороны России: Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ, указ Президента Российской Федерации от 10 августа 2011 г. № 1063 «Об утверждении перечня информации о деятельности Министерства обороны Российской Федерации, полностью размещаемой в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и постановление Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2009 г. № 953 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти».

В соответствии с требованиями российского законодательства на официальном сайте Минобороны России размещается информация, обязательная к опубликованию на сайте федерального органа исполнительной власти (например, структура, полномочия ведомства, задачи и функции его структурных подразделений, перечень органов военного управления и территориальных органов ведомства, сведения о руководящем составе, нормативно-правовые акты), информация о нормотворческой и текущей деятельности ведомства, о кадровом обеспечении, о работе в Минобороны России с обращениями граждан, отчетные документы о деятельности ведомства и другая информация.

На сайте Минобороны России размещается и постоянно обновляется большой массив справочной информации: сведения о военно-территориальном делении, составе и предназначении видов и родов Вооруженных Сил, военных округов и флотов, задачах органов военного управления, служб и подведомственных Минобороны России организаций, правовые акты, отчеты (рис. 7).



Рис. 7

Информация, размещаемая на официальном сайте, предназначена для самой широкой аудитории: молодежи призывного возраста, абиту-

риентов и учащихся военных вузов, военнослужащих, членов их семей, ветеранов военной службы, а также представителей ряда профессиональных сообществ, прежде всего СМИ и военных экспертов.

Для удовлетворения запросов зарубежной аудитории в объективных сведениях о деятельности военного ведомства информация официального сайта сопровождается на английском языке, основных европейских языках: французском и испанском, а также на арабском языке.

В настоящее время комплексное сопровождение (информационное и контентное) интернет-ресурсов Минобороны России возложено на Центр подготовки информации и сопровождения интернет-ресурсов Минобороны России. Одна из главных задач Центра – создание в интересах Вооруженных Сил и распространение в сети «Интернет» всех видов контента: текстовой информации (информационные сообщения, релизы и др.), фото- и видеoinформации (интерактивная фото- и видеографика, презентации, инфографика, видеосюжеты, видеоролики и др.), а также веб-контента (интернет-приложений, интерактивных карт, специальных тематических интернет-проектов).

Сотрудники Центра обеспечивают круглосуточное, с учетом часовых поясов на территории Российской Федерации, сопровождение новостного раздела официального сайта и аккаунтов Минобороны в социальных сетях, а также создание и наполнение информацией структурных и тематических разделов сайта.

Основными источниками информации для подготовки материалов к публикации на сайте являются Департамент, пресс-службы военных округов и флотов, органы информационного обеспечения видов и родов войск, корреспондентская сеть из редакций окружных и флотских изданий, а также газет соединений, информационные отделы военных учебных заведений.

Кроме того, информация может быть подготовлена и направлена для размещения на официальном сайте непосредственно органами военного управления в пределах своей компетенции.

Регламент размещения информации на официальном сайте Минобороны России. Порядок размещения информации на сайте Минобороны России определяется приказом Министра обороны Российской Федерации от 30 декабря 2012 г. № 3905 «Об утверждении Регламента формирования, функционирования и наполнения контентом информационных ресурсов Министерства обороны Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Информация для наполнения разделов официального сайта направляется через систему электронного документооборота или поч-

той на носителе информации (CD/DVD-диск). При этом обязательно прилагается заключение органов информационной безопасности о возможности открытого опубликования такой информации.

Также допускаются направление и обмен информацией новостного характера по электронной почте с использованием учетных записей почтового сервера Минобороны России.

Информация для опубликования на сайте предоставляется в электронных форматах, имеющих наибольшую распространенность:

- информационные текстовые материалы (нормативно-правовые акты, методические материалы, сообщения) – в формате .docx;
- информационные табличные материалы (таблицы, диаграммы) – в форматах .xls, .pptx, .pdf;
- информационные материалы, представляющие собой выборку сведений из баз данных, – в форматах .xml или .csv;
- графические материалы – в графическом (растровом) формате .jpeg или .png (разрешение – 72 dpi, цветность – 16 млн цветов, размер – не менее 1200 пикселей по наибольшей стороне).

Срочная и оперативная информация размещается на официальном сайте ведомства не позже двух часов с момента получения материалов. Иная информация – не позднее следующего за днем получения информации рабочего дня или в иной срок по согласованию.

Информация, направленная для размещения на официальном сайте по решению руководителя Департамента информации и массовых коммуникаций, может быть возвращена в орган военного управления для доработки с обязательным указанием замечаний и предложений по ее содержанию.

Все материалы после полного или частичного размещения на официальном сайте Минобороны России хранятся в Департаменте.

Структура, сопровождение и наполнение сайта Минобороны России. Для удобства навигации пользователей по официальному сайту реализована иерархическая структура размещения информации в виде тематических рубрик, которые содержат:

- информацию о руководящем составе Министерства обороны РФ, его задачах и функциях;
- информацию о структуре Вооруженных Сил, составе и назначении органов военного управления, их задачах и функциях;
- информацию о порядке прохождения службы в военном ведомстве различными категориями служащих: военнослужащими по призыву и контракту, федеральными государственными служащими, гражданским персоналом;

- информацию об организации системы военного образования в Вооруженных Силах;
- информацию об организации культуры и досуга в Вооруженных Силах;
- правовую и нормативную информацию;
- справочно-энциклопедическую информацию;
- интерактивную и мультимедийную информацию.

Кроме того, на официальном сайте размещаются специальные разделы о деятельности центральных органов военного управления, организаций и учреждений ведомства.

Особое внимание на сайте Минобороны России уделяется реализации Концепции открытости федерального органа исполнительной власти, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации № 93-р от 30 января 2014 г. Работа по внедрению механизмов открытости федерального органа исполнительной власти в рамках программы «Открытое правительство» ведется на сайте постоянно.

Информационное содержание официального сайта формируется не только из постоянно действующих рубрик и разделов, но и из специальных событийных разделов и интернет-сервисов, создаваемых к конкретным датам, событиям и мероприятиям. Такие разделы, как правило, представляют собой мультимедийные интерактивные интернет-приложения, призванные максимально заинтересовать и проинформировать о мероприятии пользователей сайта. Яркими примерами событийных интернет-проектов на сайте Минобороны РФ являются сайты «Армигры» и МВТФ «АРМИЯ» (рис. 8).

Высокие темпы деятельности военного ведомства в различных сферах военной и общественной жизни отражают и количество созданных в 2017 г. на официальном сайте Министерства обороны РФ новых мультимедийных проектов и специальных разделов – их насчитывается 45, а всего за все время работы сайта с 2010 г. – более 300.

Также отмечается тенденция к увеличению доли новостных сообщений в ежедневном потоке информации официального сайта. По сравнению с 2010–2015 гг., в 2015–2016 гг. она выросла более чем в 10 раз.

Работа с новостной информацией, поступающей для размещения на сайте Минобороны, имеет ряд особенностей. Информационные сообщения, направленные из военных округов, видов и родов войск, органов военного управления, готовятся специалистами разного уровня редакторской и литературной подготовки. Нередко такие сообщения требуют значительной переработки и правки для придания им единого стиля и формы информационного сообщения сайта военного ведомства.



Р.Х.

Рис. 8

Тенденции к мультимедийности информации и разнообразию форматов ее подачи в полной мере коснулись и сайта Минобороны. Сообщения, содержащие минимум визуальной информации, практически остаются без внимания пользователя, в то время как дополненные фотогалереями или видеосюжетом вызывают значительный интерес у аудитории.

Повсеместное распространение доступа к Интернету, а также наличие у большинства пользователей мобильных устройств для просмотра интернет-содержания диктует особые требования к актуальности и ритму обновления информации на официальном сайте Минобороны России. Анализ статистики посещаемости интернет-ресурсов Минобороны РФ показывает: пользователя не интересует информация о событии, опубликованная спустя 3-5 часов после его завершения, поскольку он может получить ее из других, более оперативных источников.

Для удовлетворения пользовательских предпочтений и запросов сегодня на официальном сайте сформирована полноценная новостная

редакция, которая не только готовит и размещает официальную информацию, но часто и сама выступает в роли ньюсмейкера. В 2017 г. более 80 информационных сообщений были процитированы ведущими российскими информационными агентствами и СМИ со ссылкой на сайт военного ведомства.

Ежедневная аудитория интернет-портала Минобороны России (80-100 тыс. посетителей) превышает среднюю аудиторию региональных информационных агентств, значительно превышает, порою в десятки раз, аудиторию сайтов других федеральных органов исполнительной власти, за исключением сайта ФНС, и сопоставима с аудиторией сайтов ряда СМИ: «Независимой газеты», «Вечерней Москвы», «Иносми», региональных сайтов газеты «Комсомольская правда» и др.

3. ОПЫТ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППИРОВКИ ВС РФ В СИРИЙСКОЙ АРАБСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

В ходе операции в Сирии Вооруженные Силы России получили колоссальный практический опыт организации информационного обеспечения действий российской группировки войск в боевых условиях.

Освещение деятельности российских ВС по стабилизации ситуации в Сирийской Арабской Республике (САР) стало одним из ключевых направлений информационной работы военного ведомства.

Главные приоритеты информационного обеспечения действий российской группировки войск:

- освещение действий авиационной группы ВКС России по борьбе с террористическими группировками в САР;
- освещение применения высокоточного оружия по объектам террористов;
- освещение проведения уникальных крупномасштабных гуманитарных операций в Алеппо, Восточной Гуте и других районах Сирии;
- освещение деятельности российского Центра по примирению враждующих сторон;
- информационное противодействие распространению фейковой информации.

Основные формы информационной работы на этом направлении:

- проведение регулярных брифингов представителей руководящего состава Вооруженных Сил и центральных органов военного управления для представителей российских и зарубежных СМИ;

- организация работы пресс-центра российской группировки войск в САР;
- проведение пресс-туров в Сирию для представителей российских и зарубежных СМИ;
- разъяснительная работа в ходе встреч с военными обозревателями и экспертами;
- размещение мультимедийных материалов на интернет-портале и в официальных аккаунтах Минобороны России в социальных сетях;
- распространение пресс-релизов (сообщений и комментариев).

3.1. Брифинги руководящего состава

Регулярные брифинги для российских и зарубежных журналистов в Национальном центре управления обороной проводились с самого начала операции российских ВКС (рис. 9).



_____ для представителей зар_____ ходе
пресс-_____

Рис. 9

На первом этапе сирийской операции в ходе брифингов представители руководящего состава Вооруженных Сил рассказывали о ре-

зультатах ударов российской военной авиации и применения высокоточного оружия по объектам террористов.

Для демонстрации российской и мировой общественности объективной информации было организовано теснейшее взаимодействие информационных структур и органов военного управления всех уровней (Генеральный штаб, Воздушно-космические силы, штаб группировки в Сирии и др.). Выступления должностных лиц сопровождались демонстрацией карт и схем, видеозаписей применения вооружений, материалов объективного контроля, включая кадры, снятые с беспилотных летательных аппаратов и средств космической разведки.

В ходе брифингов неоднократно осуществлялись прямые включения из Сирии по видеоконференцсвязи, и журналисты, находясь в Национальном центре управления обороной, получали информацию «из первых рук», например, непосредственно от командующего российской группировкой в САР.

Использованный формат, который можно условно обозначить как «война в режиме онлайн», традиционно пользуется спросом у СМИ и аудитории и в значительной степени способствует повышению доверия и более взвешенному отношению к получаемой информации.

С началом работы российского Центра по примирению враждующих сторон тематика брифингов расширилась и стала включать вопросы функционирования зон деэскалации, соблюдения режима прекращения огня, проведения гуманитарных операций, организации восстановления мирной жизни в САР и др.

Выбор должностных лиц для проведения брифинга определяется тематикой раскрываемой информации. В большинстве таких мероприятий принимают участие представители руководства Генерального штаба Вооруженных Сил Российской Федерации, включая начальника Генерального штаба, начальника Главного оперативного управления или их заместителей.

По отдельным тематическим направлениям (например, разминирование, беспилотная авиация, вопросы РХБЗ и т.д.) к проведению брифингов привлекаются руководители или авторитетные специалисты профильных органов военного управления и организаций Вооруженных Сил.

Брифинги для российских и зарубежных журналистов во время их участия в пресс-турах в САР проводятся руководителем ДИМК, начальником пресс-центра российской группировки войск или представителем командования группировки.

Актуальная и оперативная информация, получаемая корреспондентами «из первых рук», непосредственно на месте событий, востре-

бована журналистами. В подавляющем большинстве материалов СМИ, подготовленных на ее основе, деятельность российской группировки войск в САР освещается объективно.

В качестве еще одного примера брифинга можно привести ежедневные выступления начальника российского Центра по примирению враждующих сторон в САР. В ходе этого брифинга начальник ЦПВС приводит данные об обстановке в зонах деэскалации, соблюдении режима прекращения боевых действий или случаях его нарушений, подробно информирует о проведенных за прошедшие сутки мероприятиях по всем направлениям деятельности ЦПВС, включая примирение сторон, восстановление инфраструктуры, оказание гуманитарной и медицинской помощи, возвращение беженцев и т.д.

Главное и обязательное условие при подготовке к проведению брифинга – всесторонняя проработка и проверка информации, предназначенной для опубликования, и ее согласование с заинтересованными ЦОВУ и органами информационной безопасности.

3.2. Пресс-туры в Сирию

Проведение регулярных пресс-туров для журналистов российских и зарубежных СМИ в САР – один из важнейших факторов повышения объективности освещения действий России в Сирии (рис. 10, 11).

Подходы к организации и проведению пресс-туров:

- обеспечение участия в пресс-турах представителей максимально возможного количества разнонаправленных СМИ, включая наиболее одиозные западные издания и либерально-оппозиционные российские медиа;

- демонстрация максимально допустимой открытости и прозрачности в ходе работы журналистов на авиабазе Хмеймим и других объектах российской группировки войск, кораблях оперативного соединения ВМФ в Средиземном море;

- предоставление возможности запечатлеть уникальные зрелищные кадры применения высокоточного оружия (например, пусков крылатых ракет из подводного положения), боевой работы авиации, ознакомиться с условиями службы и быта российских военнослужащих в САР;

- организация самостоятельной работы участвующих в пресс-туре представителей СМИ в населенных пунктах Сирии с обеспечением их вооруженной охраной в ходе работы и транспортировки, предоставле-

ние журналистам возможности интервьюирования местных жителей, съемки непостановочных кадров жизни рядовых сирийских граждан;

- организация работы журналистов в местах, имеющих наибольшее значение с точки зрения сирийской культуры, истории страны и вооруженного конфликта на её территории, объектах всемирного культурно-исторического наследия – цитадель Алеппо, Пальмира, Акербат, Дейр-эз-Зор и т.д.



В [redacted] -тура
[redacted] . Январь 2016 г.

Рис. 10

Одной из уникальных информационных акций стало освещение концерта симфонического оркестра под управлением Валерия Гергиева, проведенного в мае 2016 г. в освобожденной Пальмире.

Ключевые моменты организации этого события: транспортировка более 150 журналистов в «бронекapsулах» в Пальмиру и обратно, боевое охранение с участием армейской авиации, переброска авиатранспортом из России телевизионных студийных комплексов (несколько грузовых автомобилей), установка и настройка светового и звукового

оборудования, организация прямой трансляции на российских и зарубежных телеканалах, съемок с применением квадрокоптеров и т.д.



пресс-туре

Рис. 11

Тема стала ключевым событием в мировой информационной повестке дня и обсуждалась на протяжении нескольких месяцев. Эта имиджевая акция привела к кардинальному перелому в мировом общественном мнении о роли и месте России в сирийском урегулировании.

Еще один пример нешаблонной работы с журналистами в ходе пресс-тура в Сирию – организация их работы на одном из боевых кораблей ВМФ России в Средиземном море. Само по себе посещение иностранными журналистами российских боевых кораблей к тому моменту уже было не внове. Неожиданностью для представителей СМИ стал массированный пуск с российских подводных лодок крылатых ракет из подводного положения, уникальные кадры которого смогли запечатлеть фотокорреспонденты и телеоператоры (рис. 12).

В рамках организованных Минобороны России пресс-туров Сирию посетили более 5 тыс. представителей СМИ, в том числе более 1 тыс. иностранных журналистов. Они могли своими глазами увидеть реаль-

ную обстановку. Программа каждого пресс-туров была интересной, уникальной.



Представители [REDACTED] на
крейсера «Москва» [REDACTED]

[REDACTED] Сентябрь 2017 г.

Рис. 12

Особое внимание при организации работы журналистов в САР уделялось посещению недавно освобожденных от боевиков населенных пунктов, где представители иностранных СМИ могли беспрепятственно общаться с местными жителями. Это позволило существенно изменить как их личное представление о происходящем в Сирии, так и общую содержательную и эмоциональную направленность информационных материалов СМИ.

Предоставленная журналистам возможность наблюдать работу боевой авиации и – впервые в мире – применение высокоточного оружия с подводных лодок способствовала укреплению имиджа российской армии как современных высокотехнологичных вооруженных сил, способных гарантированно защищать интересы Российской Федерации на значительном удалении от ее территории.

3.3. Организация работы пресс-центра в САР

В целях формирования непрерывного и ритмичного медиапотока о деятельности российской группировки войск в Сирии на авиабазе Хмеймим был развернут временный пресс-центр, функционирующий фактически в круглосуточном режиме.

На первом этапе операции ВКС России в Сирии основной задачей пресс-центра являлось освещение работы боевой авиации и результатов ударов по объектам террористов. В дальнейшем, с началом работы российского Центра по примирению враждующих сторон, география работы сотрудников пресс-центра и представителей СМИ расширилась, постепенно охватив практически всю территорию Сирии.

В зависимости от задач и операций, проводимых группировкой российских войск и ЦПВС, сформировались обособленные подразделения пресс-центра в Алеппо, Дамаске (Восточной Гуте), Дейр-эз-Зоре.

При пресс-центре российской группировки войск аккредитованы работающие в Сирии на ротационной основе постоянные корреспонденты и съемочные группы центральных российских телеканалов, представители ведущих информационных агентств, развернуто оборудование спутниковой передачи данных, обеспечивающее ежедневный выход сюжетов из Сирии в новостных телепрограммах на российском телевидении и иноязычных ресурсах (телеканал «Russia Today», информационное агентство «Sputnik»).

Основные задачи пресс-центра:

- планирование и организация работы съемочных групп центральных российских телеканалов и сирийских СМИ;
- освещение деятельности авиабазы Хмеймим и пункта МТО ВМФ России в Тартусе;
- освещение деятельности российского Центра по примирению враждующих сторон и подразделений Военной полиции; проведения гуманитарных акций, разминирования и восстановления инфраструктуры населенных пунктов; оказания медицинской помощи местному населению;
- освещение налаживания мирной жизни, возвращения беженцев в свои дома;
- обеспечение онлайн-трансляций с мест проведения масштабных гуманитарных операций, например, вывода боевиков из Алеппо, Восточной Гуты и других районов Сирии;

- организация подготовки высококачественного медиаконтента о деятельности подразделений ВС РФ в САР, видеороликов, документальных фильмов и другой продукции в новостных жанрах;
- подготовка и проведение ежедневных брифингов российского Центра по примирению враждующих сторон, распространение ежедневного бюллетеня ЦПВС.

Выполнение перечисленных задач было бы невозможным без взаимодействия и координации информационной работы с представителями органов государственной власти и военного руководства САР. Организация этой деятельности и поддержание контактов с должностными лицами сирийских органов власти различных уровней в интересах выполнения задач информационного обеспечения также возложена на руководителя пресс-центра российской группировки войск в САР.

Кроме того, во взаимодействии с представителями политического управления Сирийской Арабской армии организуется совместная работа с сирийскими СМИ, привлекаемыми для освещения тех или иных событий и мероприятий.

3.4. Опровержение фейковой информации

В условиях антироссийской пропагандистской кампании, развернутой в ряде зарубежных СМИ с началом операции российских ВКС в Сирии, особое внимание уделялось оперативному парированию информационных угроз, связанных с многочисленными вбросами и инсинуациями от различных «общественных», «правозащитных» и других неправительственных организаций, поддерживаемых Западом и традиционно лояльно транслируемых рядом западных СМИ (рис. 13). В связи с этим кардинальному пересмотру подверглись критерии оперативности мониторинга российских и зарубежных СМИ, организации оперативного информационного реагирования.

Дежурной сменой ДИМК ведется круглосуточный мониторинг материалов основных российских и более 400 ведущих иностранных (английских, французских, немецких, испанских и арабских) средств массовой информации с переводом их на русский язык и ежедневной подготовкой специальных тематических обзоров и дайджестов руководству Минобороны России и всем заинтересованным ЦОВУ.

Среди всего потока информации о сирийском конфликте отдельное место занимают публикации, инициируемые так называемыми «гражданскими журналистами», «активистами», «правозащитниками» и т.д.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ФАКТОВ

| Девочка которую постоянно «спасают» в разных городах



генерал-майор И.Е. Конашенков

МО РФ

Рис. 13

Например, в западных СМИ часто цитируется одна из подобных организаций – «Сирийская обсерватория по правам человека» – базирующийся в Лондоне информационный ресурс, причисляющий себя к правозащитным, который, как выяснилось, на самом деле ведет один человек. В публикуемых им сообщениях чаще всего содержатся ссылки на неназванных «активистов», «врачей» и т.д., якобы работающих на территории Сирии и желающих сохранить анонимность из-за «угрозы своим жизням».

Другая организация – «Белые каски» или «Сирийская гражданская оборона» – действительно работает на территории Сирии. Но ее профиль – производство видеоконтента, который впоследствии выдается за доказательства ударов или свидетельства страданий мирного населения.

Схема работы «Сирийской обсерватории по правам человека», «белых касок», «гражданских активистов» и т.д. хорошо известна: первичное сообщение («вброс») размещается на сайте организации или в социальных сетях. Кроме того, возможно включение подготовленных данных в промежуточные формы, например, доклады международных правозащитных организаций, таких как «Human Rights Watch» или «Amnesty International». Не меньшим успехом эти сообщения пользуются у ресурсов «BellingCat» и «Conflict Intelligence Team», занимающихся «гражданским расследованием военных конфликтов».

Подготовленные ими «доклады» изобилуют допущениями и приемами демагогии, но, на первый взгляд, выглядят убедительно и аргументированно, отчего пользуются определенным спросом у отдельных СМИ.

В подобные доклады также может включаться множество размещенных пользователями сообщений, фотографий с указанием геолокации, общедоступных аэрофотоснимков, карт и т.д.

В результате для массовой аудитории или для некоторых журналистов количество этих псевдодоказательств способно заменить качество.

После опубликования доклад, или первичный вброс, цитируется авторитетным международным информационным ресурсом: «BBC», «Associated Press», «AFP», «Reuters» и т.д., а затем информация тиражируется другими СМИ уже без какого-либо намека на то, что она может быть недостоверной.

Такой подход позволяет вбрасывать ложную информацию без ощутимых последствий для репутации медиакорпораций, поскольку контролируемые ими СМИ транслируют информацию не «от себя», а со ссылкой на «белых касок», «правозащитников», «Сирийскую обсер-

ваторию» и другие источники, «авторитетность» которых также является результатом искусственного поддержания их цитируемости в этих же СМИ.

Разоблачение подобных вбросов требует титанических усилий. Это и повторный разбор спутниковых фотографий, кропотливая проверка приведенных свидетельств, изучение профилей процитированных пользователей, анализ фактической информации и материалов объективного контроля.

Слаженная работа органов информационного обеспечения, Генерального штаба, Воздушно-космических сил, НЦУО и других органов военного управления позволила выйти на новый уровень оперативности в вопросах информационного реагирования. Например, опубликованный поздней ночью доклад «Amnesty International» уже утром убедительно «раскладывался по полочкам» и опровергался в ходе брифинга с применением исчерпывающих и наглядных доказательств его необъективности.

Даже если какое-то СМИ успевало процитировать доклад и вопреки законодательству и нормам журналистской этики не опровергало недостоверную информацию после брифинга Минобороны России, главный эффект здесь – серьезный, сокрушительный удар по степени доверия к первичным источникам вбросов. Получив мощный «ответный удар», подтвержденный неопровержимыми аргументами и фактами, в следующий раз редакция СМИ, разместившего недостоверную информацию, как минимум задумается, можно ли доверять информации «правозащитников» и «активистов» или же это очередной вброс.

Такой подход оправдал себя – со временем интенсивность попыток подобных вбросов значительно снизилась.

Оперативное разоблачение фейковой информации стало одним из основных направлений деятельности информационных структур Минобороны России. Опровержение информационных вбросов осуществляется не только в ходе брифингов и пресс-конференций, но и путем распространения пресс-релизов, сообщений и комментариев, их размещения на интернет-портале и в официальных аккаунтах Минобороны России в социальных сетях, а также при общении с журналистами и экспертами, в том числе во время пресс-туров. Интенсивность данной работы порой достигала 120 опровержений, комментариев и сообщений в месяц.

Эффективная организация оперативного информационного реагирования позволяет не только минимизировать возможный ущерб, но и

в ряде случаев скорректировать информационную обстановку в позитивном для Минобороны России ключе.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы основные цели информационной работы?
2. Что такое информационное обеспечение?
3. Перечислите основные задачи информационного обеспечения государственной политики в области обороны.
4. Раскройте общие цели информационного обеспечения деятельности ВС РФ.
5. Что такое информационная безопасность Российской Федерации?
6. Каковы цели информационной безопасности?
7. Сформулируйте основные правила поведения в ходе выступления в теле- и радиопрограмме.
8. Что такое оперативное информационное реагирование?
9. В чем состоят основные задачи оперативного информационного реагирования?
10. Каковы особенности социальных сетей?
11. Назовите основную задачу официального сайта Министерства обороны РФ.
12. Каковы главные приоритеты информационного обеспечения действий российской группировки войск в САР?
13. Приведите основные формы информационной работы в САР.
14. Каковы основные подходы к организации и проведению пресс-туров в САР?
15. Перечислите основные задачи пресс-центра.
16. Каковы основные пути опровержения информационных вбросов?

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ РФ.....	4
1.1. История системы информирования общественности о деятельности ВС РФ.....	4
1.2. Сущность информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил РФ.....	16
1.3. Нормативно-правовое регулирование информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил РФ.....	25
1.4. Структура и основные задачи органов информационного обеспечения деятельности Вооруженных Сил РФ.....	32
1.5. Сущность информационной безопасности и открытость органов исполнительной власти.....	36
2. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ.....	44
2.1. Правила поведения в ходе выступления в теле- и радиопрограмме.....	45
2.2. Информационное реагирование в кризисных ситуациях.....	48
2.3. Информационное обеспечение мероприятий, проводимых в войсках.....	53
2.4. Особенности публикации информационных материалов в разных социальных сетях.....	65
2.5. Сайт Министерства обороны Российской Федерации.....	79
3. ОПЫТ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППИРОВКИ ВС РФ В СИРИЙСКОЙ АРАБСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	85
3.1. Брифинги руководящего состава.....	86
3.2. Пресс-туры в Сирию.....	88
3.3. Организация работы пресс-центра в САР.....	92
3.4. Опровержение фейковой информации.....	93
Вопросы для самоконтроля.....	97

*Смагин Олег Валентинович, Смагин Сергей Олегович,
Костюченко Катерина Александровна*

Информационное обеспечение деятельности Вооружённых Сил Российской Федерации

Редактор *А.А. Баутдинова*
Корректор *Л.А. Петрова*

Компьютерная верстка *В. С. Крицанова*

Подписано в печать 10.11.2023. Формат 60×84/16. Бумага документная.

Печать цифровая. Усл. печ. л. 5,7. Тираж 500 экз. Заказ № 335.

Издательство БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова
190005, С.-Петербург, 1-я Красноармейская ул., д. 1