

**ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ РАБОТА (ПРОПАГАНДА) В КНДР**

DOI: 10.25629/НС.2019.08.06

**Проворов А.В.<sup>1</sup>, Фасоля А.А.<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Военная академия РВСН имени Петра Великого  
Балашиха, Россия<sup>2</sup>Научно-исследовательский институт Федеральной службы исполнения наказания  
Москва, Россия

**Аннотация.** Рассмотрены средства и методы идеологической работы в Корейской Народной Демократической Республике. Сформулированы предложения по улучшению идеологической работы в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** пропаганда, Северная Корея, КНДР, идеологическая работа, идеология, чучхе, Ким Ир Сен, Ким Чжон Ир.

**Введение**

Северная Корея, Корейская народно-демократическая республика, поистине уникальное государство на нашей планете. Ее анализ необходим для повышения эффективности современной идеологической работы в Российской Федерации и необходимо исключить ошибки, допускаемые в аналогичной работе в КНДР. Целью настоящей статьи является – изучение основных тезисов и методов современной северокорейской пропаганды и рассмотрение возможности их применения для российской Федерации.

**Политический контекст**

Северокорейская националистическая государственная идеология, основанная на социализме и, по официальной версии, разработанная Ким Ир Сенем (руководителем страны в 1948-1994 годах в противовес «импортному марксизму»), называется чучхе. Этот термин принадлежит к категории ханмунных слов. «Чу» (주인) означает «хозяин», а «чхе» – «тело, сущность, субстанция, природа». Таким образом, «чучхе» означает такую ситуацию, когда человек является хозяином и себя самого, и всего окружающего мира. Корейско-русские словари дают этому термину толкование «самобытность».

«Субъектом общественного движения выступают народные массы», однако данный тезис не приводит к демократии в западном понимании этого слова, поскольку опора на народные массы не подразумевает равенства. Напротив, народ представляет собой сложный иерархический организм, не отрицающий авторитарной (вождистской) формы правления.

Нация (민족), обладающая высоким чувством национальной гордости и революционного достоинства, непобедима. В отличие от капиталистической экономики, стремящейся к прибыли, главной целью социалистической самостоятельной экономики является удовлетворение потребностей страны и населения». Идеология чучхе настаивает на приверженности идеалам социализма, однако под социализмом понимается приоритет коллективизма над индивидуализмом.

Народ (인민) каждой страны обязан бороться не только против агрессии и порабощения, за последовательную защиту своей самостоятельности, но и против империализма, посягающего на самостоятельность народов других стран» (изоляция, автаркия, антиглобализм).

Революция (혁명) – это борьба за реализацию народными массами их потребностей в самостоятельности. Фактически, революция понимается здесь предельно широко и включает в себя даже трудовую деятельность. Сидеть сложа руки, ожидая, пока созреют все необходимые

условия, равнозначно отказу от революции. «Чтобы установить общенародную и государственную систему обороны, надо вооружить весь народ и превратить всю страну в крепость». На этом положении основана доктрина «сонгун» (приоритета армии, милитаризм). Однако армия не противостоит народу, а представляет собой вооруженный народ, армия подразумевает принцип единоначалия, поскольку солдаты всегда готовы отдать свою жизнь ради своего полководца (вождя). «Чтобы выработать правильный взгляд на революцию, требуется обязательно положить в основу воспитания чувство беззаветной преданности вождю» («теории центральной роли вождя» – 수령중심론).

Человек (사람) – властелин мира и хозяин своей судьбы (гуманизм, антропоцентризм). Человек, заразившийся низкопоклонством, перестаёт адекватно воспринимать реальность. Сознание – высшая функция человеческого мозга.

Природа (자연) – объект труда человека и материальный источник человеческой жизни (материализм). Если обобщить все эти положения, то можно прийти к выводу что чучхе ставит во главу угла человеческое сознание и волю, способные преобразовать мир. Идея находится на первом месте по отношению к материи. Поэтому основную суть идеи чучхе можно сформулировать так «опора в развитии именно на собственные силы корейцев».

Пропаганда в Северной Корее, как и любая другая имеет свои особенности, проведенный анализ литературы позволяет выделить следующие черты северокорейской пропаганды:

- проведение политики жесткой информационной самоизоляции;
- полная монополия официальных правительственных органов на информацию;
- жесткий информационный контроль;
- высокая интенсивность пропаганды;
- культ личности вождя, его обожествление;
- особая структура государства и наличие новой правящей элиты из числа чиновников – функционеров правящей партии;
- беспримерный репрессивный аппарат и всяческое подавление свободы личности;
- милитаризация общества, распространение на гражданское общество многих элементов военной культуры – главным образом, ее командно-административного элемента;
- разрыв с традиционной культурой и замена ее искусственным культурным слоем;
- нормированное распределение благ, товаров и услуг;
- отсутствие какого бы то ни было плюрализма или даже социальных структур, представляющих альтернативу государству (включая семью);
- стабильность основных тезисов.

Остановимся подробнее на каждой из этих деталей. Население КНДР находится в своего рода информационном вакууме и лишено возможности пользоваться какими-либо иными, кроме официальных, источниками сведений о внешнем мире, северокорейцы знают о внешнем мире только то, что им разрешает знать правительство, и отбор этой разрешенной информации проводится по жестким критериям. Большое внимание правительство КНДР уделяет радио, так как это очень простой и дешёвый способ получения информации. Власти Севера продают приемники, имеющие фиксированную настройку на волну официального пхеньянского радио, органы безопасности время от времени проводят инспекторские проверки всех зарегистрированных приемников. Так же существуют народные группы, главы которых следят за «правильным» использованием радиоприемников. В КНДР полностью запрещено распространение иностранных газет и журналов. Они сразу поступают в спецхраны крупнейших библиотек, до-

ступ к ним чрезвычайно ограничен, ими, как правило, не могут пользоваться даже специалисты-филологи. Из зарубежных книг в открытых отделах библиотек находятся только технические справочники и издания по естественным наукам, художественная же и общественно-политическая литература вся поступает в спецхран. Возможности получения какой-либо нежелательной информации посредством личных контактов с иностранцами у северокорейцев тоже отсутствуют, так как несанкционированное общение с иностранцами категорически запрещено. Корейцы не ездят за границу. Вся литература, вышедшая более чем 10 или 15 лет назад, находится в спецхране и выдаётся только специалистам с особого разрешения «компетентных органов». Данное правило не распространяется лишь на техническую и справочную литературу. Это сделано для того, чтобы избежать проникновения в умы идей, противоречащих официальным установкам. Монополия на информацию в КНДР носит абсолютный характер, официальной пропаганде не приходится иметь дело не только с внутренними, но и внешними соперниками. Нет никакой необходимости в ведении контрпропагандистской деятельности. Рядовые граждане страны получают лишь ту информацию, которую считают необходимым довести до них официальные органы. Таким образом, создаются практически идеальные условия для формирования в умах северокорейцев того образа мира, который выгоден правящему слою.

Другой характерной чертой корейской пропагандистской системы является то, что она без каких-либо принципиальных изменений существует уже около четырёх десятилетий. Нынешний северокорейский режим в общем и целом сформировался уже к середине 1950-х годов. Основные ее положения:

- величие Ким Ир Сена и его семьи;
- чучхейский национализм;
- атаки на США и Южную Корею.

В результате в Корее уже два-три поколения людей выросли под интенсивнейшим воздействием одних и тех же пропагандистских постулатов. Все эти факторы в сочетании делают корейскую пропаганду очень эффективной.

Главной темой северокорейской пропаганды – это Ким Ир Сен, его жизнь, семья и заслуги перед страной. «Воспитание любви к Вождю» во всех официальных документах рассматривается как важнейшая задача пропаганды. Так как это тема является главенствующей рассмотрим ее подробнее. И у Ким Ир Сена и Ким Чжон Ира, есть чёткая титулатура, список почётных прозваний. Например, у самого Ким Ир Сена есть, среди прочих, следующие титулы: «Великий Вождь нашей партии и народа, Маршал могучей республики, Солнце нации, Железный всепобеждающий полководец». В 1970-х гг. к большинству этих титулов часто добавляется и слово «отец». Вообще, патерналистские идеи о «правителе – отце народа», столь популярные в конфуцианстве, обычны и в северокорейской пропаганде. Ким Ир Сен обычно изображается как мудрый и заботливый отец, не оставляющий своим вниманием всех своих подданных. Установлены специальные слова и даже грамматические формы, которые могут употребляться только по отношению к Ким Ир Сену или Ким Чжон Иру. Их имена всегда набираются в северокорейских печатных изданиях специальным жирным шрифтом. Северокорейцев уже в начальной школе учат «правильному» построению фраз с упоминанием имени, предписывается следить за тем, чтобы ни одно из этих двух священных имен не оказалось в середине и конце фразы, а обязательно бы находилось в ее начале.

Биография Ким Ир Сена (которая по большей своей части является вымышленной – это один из важнейших предметов, изучаемый в северокорейской школе. С 1980-х гг. к ней добавилась и биография Ким Чжон Ира. Школьники должны не только заучивать бесчисленные истории о подвигах Ким Ир Сена, но и знать наизусть всю его родословную. Цитатой из произведений Ким Ир Сена должны начинаться не только любая статья, книга, но и лекция в институте или университете. Биографию вождя начинают изучать еще в детском саду, а после еды все малыши должны хором благодарить Ким Ир Сена за заботу о них. Когда малыш переходит из детского сада в начальную школу, он снова начинает изучать «историю Великого

Вождя», по следующему кругу он проходит ее в средней школе и, наконец, четыре семестра читается все та же «революционная история Великого Вождя» в институте. События давней истории активно используются в пропаганде, причем изображаются они очень модернизировано. Дела давно минувших дней, подвиги средневековых полководцев и древних царей описываются в совершенно газетных выражениях, во время войн Корея всегда обороняется и всегда успешно, если терпит неудачу, то по вине бездарных правителей. Если корейские войска действуют за пределами страны, то это либо «борьба за возвращение исконных земель», либо же «удары по базам агрессии». В газетах и книгах постоянно цитируются указания Ким Ир Сена о том, что в первую очередь необходимо изучать свою историю и культуру. В школах не преподается история и литература других стран.

Самими корейцами идеи чучхе воспринимаются как простая совокупность трудов Ким Ир Сена и Ким Чжон Ира. Эти труды издаются огромными тиражами, и изучаются на обязательных собраниях по «изучению идей Вождя». В основном эти произведения заучивают наизусть. Так же в большинстве учреждений и предприятий существуют специальные «комнаты изучения идей Вождя» (явное влияние советских «ленинских комнат» в их первоначальном виде). Очень большое распространение получили цитатники, они попали в Корею из Китая времен «культурной революции». Студенты периодически сдают зачеты по знанию этих цитатников. Для студентов издается небольшой сборник отрывков из работ Маркса, Энгельса, Ленина, который больше напоминает обычный цитатник. В этом сборнике цитаты подобраны такие, которые не противоречат идеям чучхе и нынешней «линии партии».

Так же в пропаганде КНДР есть такая тема, как прославление экономических и политических успехов КНДР. Корейская пресса, печать неустанно подчеркивает, что все эти успехи стали возможными только благодаря мудрому руководству Великого Вождя и его преемника. Корейцам постоянно внушается, что КНДР – «страна образцового социализма», «страна чучхе и Чхоллима», является одной из самых развитых и богатых стран современного мира, а счастливая жизнь её граждан вызывает повсюду зависть. Инструментом этой пропаганды даже стали деньги. На купюре достоинством в одну вону написано: «Не завидуем никому на свете!». Фраза о «революционном духе опоры на собственные силы» стала просто дежурной в любом материале на экономические темы, будь то газетная статья или радиопередача. Всячески пропагандируется деятельность тех предприятий, которые особо успешно претворяют этот лозунг в жизнь, «опоры на собственные силы» связано и характерное для северокорейских средств массовой информации стремление замалчивать экономическое сотрудничество КНДР с зарубежными странами. Начиная с шестидесятых годов, корейцы часто просто снимают с полученного из-за рубежа оборудования таблички, которые бы могли указать на его иностранное происхождение. Разумеется, не упоминается обычно в печати и участие иностранных специалистов в тех или иных проектах.

Вторая по значению тема в северокорейской пропаганде – это «объединение Кореи». В северокорейских СМИ нищета и страдания южан постоянно противопоставляются изобильной и счастливой жизни их северных сограждан. Южная Корея постоянно в северокорейской пропаганде показывается бедной и угнетаемой странной. Так же постоянным мотивом пропаганды в КНДР стала противопоставление «ада» – Юга «краю» – Северу.

Хотелось бы сказать несколько слов и о средствах и методах пропагандистской работы. Большинство методов корейской политической сводится к вдалбливанию в головы граждан определенного набора аксиом и постулатов, а не к логическому или псевдологическому обоснованию того, «чем мы лучше них». Вместо воздействия на логический аппарат корейская пропаганда как на Севере, так и на Юге, действует скорее эмоциональную сферу, оперируя не столько цифрами и фактами, сколько леденящими душу историями. Рациональная составляющая подается, как правило, через оценки экспертов – неких уважаемых и авторитетных людей, которым принято доверять. Поток очень плотен, и можно сказать, что пропагандистская линия построена так, чтобы на фоне его постоянного давления левые мысли у людей просто не могли возникнуть.

**Основными способами и методами являются:**

1. Газеты. Основной газетой КНДР является «Нодонсинмун» – орган ЦК ТПК, занимающий совершенно особое положение среди всей северокорейской печати, проанализировав можно легко выявить ее структуру:

- Первая и вторая страницы – послания Ким Ир Сэну из-за границы и его собственные официальные телеграммы, статьи об экономических успехах Кореи, можно прочесть сообщения о визитах иностранных делегаций, статьи о величии Ким Ир Сэна.
- Третья страница носит экономический характер, а четвертая заполнена хроникальными заметками и очерками на разные темы.
- Последние страницы – это международный раздел. Практически все заметки на международные темы либо говорят о достижениях экономики развивающихся стран, либо критикуют внешнюю политику США.
- Пятая страница – Специальный раздел, посвящен Южной Корее. Интонация статей газеты по разным вопросам, конечно, та же, что и у всей северокорейской пропаганды: восхваление Ким Ир Сэна и Ким Чен Ира, прославление экономических достижений КНДР (в подавляющем большинстве случаев – мнимых), пропаганда идей чучхе и рассказы об их огромной популярности во всем мире.

Существуют и иные средства массовой информации, простому человеку недоступные, но предназначенные для чиновников. Проведя анализ можно сказать, что по своей тональности оно практически не отличается от обычных корейских.

2. Радио. Программы пхеньянского радио выглядят довольно своеобразно. В его программах музыкальные передачи чередуются с краткими информационно-пропагандистскими выпусками. Можно выделить определенную структуру этих выпусков:

- Каждый час передач начинается выпуском новостей;
- После, в течение нескольких минут звучит маршевая музыка;
- После, одна-две песни о Ким Ир Сэне, Ким Чжон Ире, Ким Чен Ире или партии;
- За песнями следует короткая, 5-10 минут, передача;
- После опять гремят песни и марши;
- Потом снова передается следующая.

По своему содержанию передачи соответствуют «Нодонсинмун». Жители Кореи вынуждены слушать радио почти постоянно. Радиоточки – репродукторы – есть в каждом доме. Радио постоянно и на полную громкость работает во всех вагонах метро, на заводах. Таким образом создается постоянная звуковая среда, в условиях которого корейцы проводят значительную часть дня. Среда эта состоит из воинственных маршей и патетических лозунгов. Как следствие, постоянно повторяющиеся пропагандистские аксиомы глубоко проникают в сознание местного населения. Можно сделать вывод что северокорейской пропаганда направлена на создание постоянного и чрезвычайно насыщенного идеологический фон всей повседневной жизни. Она стремится к тому, чтобы основные лозунги всегда звучали в ушах людей и всегда были перед их глазами. Это, как представляется, должно обеспечивать автоматическое, на полубессознательном уровне восприятие важнейших постулатов. Отсюда – не только вездесущее радио, но и широкое применение наглядной агитации.

3. Устная агитация. Широко применяется и устная агитация, которая как бы дополняет постоянное воздействие радиопередач. На улицах городов часто можно увидеть специальные микроавтобусы с громкоговорителем и, иногда, с небольшим балкончиком сзади, предназначенными для выступающего агитатора. Через громкоговорители транслируется музыка, пре-

рываемая лозунгами, которые время от времени выкрикивает сидящая в машине девушка, образ которой стал символом пропагандистской деятельности, воодушевляющей массы на трудовые подвиги. Образ этот очень популярен в современном корейском искусстве, он кочует из книги в книгу, из фильма в фильм, из картины в картину.

4. Собрания. Характерной чертой существующей в Корее системы идеологической работы является чрезвычайно широкое, можно сказать, массированное, применение собраний. В Северной Корее часто цитируется высказывание Ким Ир Сена о том, что каждый кореец должен восемь часов трудиться, восемь часов учиться, восемь часов отдыхать. Собрания в Корее – часть повседневного обихода, они обычны, как обед или сон. Рабочий день в стране начинается собранием, им же он и заканчивается, собраниям целиком отдана вся вторая половина субботнего дня, от собраний не избавлены даже отдыхающие. Находясь в санаториях и домах отдыха, корейцы все равно обязаны посещать проходящие там собрания и проводить на них в среднем 2-3 часа в день. Корейская политико-пропагандистская практика выработала довольно многочисленные формы собраний, которые периодически проводятся на предприятиях и в организациях. Основными являются:

- «Собрания читки газет»;
- «Собрания учёбы у Великого Вождя и Любимого Руководителя»;
- «Собрания толкования лозунгов»;
- «Собрания идеологической борьбы»;
- «Собрания разучивания песен».

5. Подарки. В Корее есть система «подарков Великого Вождя», предприятиям и гражданам вручаются какие-либо ценные, дефицитные вещи, им объясняют, что это «Великий Вождь» лично позаботился о них и послал им подарки, чаще всего это то, чего в магазинах не купишь ни по каким карточкам: сахар, мясо, фрукты, либо вещи очень дорогие и в то же время дефицитные: часы, телевизоры, проигрыватели. Над такой вещью укрепляется небольшая красная табличка, где указывается, что это – «подарок Великого Вождя».

6. Кинематограф. Правительство КНДР полностью контролирует кинематограф который находится под управлением Пхеньянского университета кинематографии и драматического искусства. Ким Чен Ир полагал, что кинематограф – один из главных видов искусства. Внутри страны эти фильмы получали хорошие рецензии, хотя международные критики отзывались о них как о пропаганде, из-за неправдоподобного показа жизни в КНДР. Ключевой ролью для северокорейских фильмов является поддержание на экране роли массовки. В последнее время увеличилось количество анимационных фильмов. Анимационные фильмы содержат в себе политические и военные послы для молодёжи КНДР.

7. Социальные сети. В 2010 году КНДР начала проявлять себя в социальных сетях и на медиа-рынке, запустив свой собственный сайт «Уриминджоккири», а также создав страницы на Facebook и Flickr, канал на YouTube, аккаунт на Twitter. Картинки профилей во всех соцсетях: «Мемориальная башня трёх хартий за национальное объединение» – 30 метровый памятник в Пхеньяне, который отражает «сильную волю 70 миллионов корейцев достичь воссоединения страны совместными усилиями».

8. Плакаты. На улицах корейских городов неисчислимое множество всяческих лозунгов и плакатов: от простых красных полотнищ на стенах домов до огромных бетонных стелл с изображениями эпизодов из жизни Ким вождя, которые установлены на каждом крупном перекрестке. Плакаты изображают правильные действия во всех случаях жизни, вплоть до ношения соответствующей одежды.

9. Портреты. Так же символом являются Портреты Ким Ир Сена, которые висят в каждой комнате любого учреждения, в каждом цехе, классе или аудитории, наконец, даже в вагонах метро и поездах. В жилых комнатах частных домов портрет Ким Ир Сена с начала 1980-х годов

неизменно соседствовал с портретом его сына-преемника Ким Чжон Ира. Они являются объектами религиозного культа. Каждое утро портреты чистятся специальной щеткой. Повреждение портрета, даже неумышленное, может кончиться очень печально.

10. Архитектура. Все корейские музеи можно разделить на две категории: музеи обычные и «музеи заслуг». Первых немного, в Пхеньяне – не более полудюжины, а вот вторых – огромное количество, они есть едва ли не в каждом крупном городе, при некоторых предприятиях и учреждениях.

Одним из главных пропагандистским центром страны является «Выставка дружбы между народами». Этот «шедевр архитектуры – грандиозное здание площадью 23 тысячи квадратных метров, национальное по форму и социалистическое по содержанию» представляет из себя выставку подарков Ким Ир Сёну, она должна служить доказательством того, что Ким Ир Сен – самый популярный политический деятель современного мира, и посещение ее является обязательной частью программы пребывания в Корею большинства иностранцев.

Один из главных северокорейских символов Объединения страны – Арка Воссоединения (кор. 조국통일 3대헌장기념탑), именуемую также Аркой Трёх Хартий в честь трёх деклараций, подписанных представителями КНДР и РК 4 июля 1972 года. Тогда было опубликовано Совместное заявление Севера и Юга, в котором содержались три основных принципа объединения:

- осуществить объединение самостоятельно, без вмешательства третьих сил;
- обеспечить национальное единство независимо от различий в идеологии, убеждениях и разном политическом строе;
- воссоединить Родину мирным путём без вмешательства вооружённых сил.

Арка была воздвигнута в 2001 году в ознаменование указанной совместной декларации на проспекте Тхониль у южного въезда в Пхеньян и символизирует воссоединение Северной и Южной Кореи.

11. Памятники и надписи. Особым средством пропаганды стали высекаемые на скалах надписи. Обычно они содержат здравницы в честь Ким Ир Сёна и Ким Чжон Ира, так надпись «чучхе» на скале Чхонен имеет высоту 27 м, ширину – 8 м, глубину букв – 1,2 м.

По всей стране разбросано великое множество памятников Ким Ир Сёну. 16 апреля, в день рождения северокорейского руководителя (этот день является главным праздником КНДР) эти памятники становятся местом обязательного паломничества местного населения. Все корейцы обязаны в этот день прийти к той статуе Ким Ир Сёна, что расположена поблизости от их дома и, совершив перед ней несколько поясных поклонов, возложить к ее подножию букет цветов. Сохраняются скамейки и участки, на которых отдыхал Ким Ир Сен во время своих поездок по стране. Вокруг участка или скамейки натягивается цепь, а рядом устанавливается таблица с той мудростью которую изрек на этом месте великий руководитель.

**Заключение.** В ходе работы изучив пропаганду КНДР можно сформулировать определённое правило успешной идеологической работы, которое звучит следующим образом. Пропаганда, основанная на полной самоизоляции, принуждении и жестком административном контроле – эффективна только в краткосрочной перспективе, сильная, стабильная идеология должна выстраиваться путем воздействия на логический аппарат населения, а не на эмоциональный (страхе и принуждении) как в КНДР, так как даже слабый отход от политики информационной самоизоляции и минимальное расширение контактов с внешним миром приведёт к быстрому разрушению официального мировоззрения. Позиции официального мировоззрения в корейском обществе не являются особо прочными.

Руководствуясь данным правилом, сформированным в ходе анализа деятельности в КНДР, можно улучшить идеологическую работу в Российской Федерации, а рациональное использование некоторых способов и методов в более мягком их варианте необходимо для укрепления современного строя России.

### Литература

1. Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). – М., 2008. – 372 с.
2. Ланьков А.Н. Статья Проблемы Дальнего Востока. – М., 1992.
3. Почепцов Г.Г. Политическая психология. М., 1992. – 244 с.
4. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. – М., 1981. – 277 с.
5. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А. И. История мировой журналистики. Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2003. – 578 с.
6. Драчук В. Дорогами тысячелетий. М., 2001. – 256 с.
7. Информация. Дипломатия. Психология. – М., Известия, 2002. – 420 с.
8. Контрпропаганда: вопросы теории и практики. – М.: 1988. – 240 с.
9. Курносов Ю. В., Конотопов П. Ю. Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы. – М., 2004. – 512 с.
10. Лайнбарджер П. Психологическая война. – М., 1962. – 345 с.
11. Дмитриевский Р.С., Лаптев Л.Г., Хачатурян М.В., Григорьева М.А., Григорьев С.М. Инновационная стратегия морально-психологического обеспечения высокого морально-идеологического состояния субъектов воинского труда // Человеческий капитал. 2018. № 11-2 (119). С. 62-68.
12. Шестаков М.Л., Пешехонов А.М., Григорьев С.М. Психологические проблемы обеспечения безопасности человека и общества в условиях современных информационно-психологических войн // Человеческий капитал. 2018. № 11-2 (119). С. 150-156.

**Проворов Александр Викторович.** E-mail: provorova@mail.ru

**Фасоля Алексей Анатольевич.** E-mail: fasolix@mail.ru

Дата поступления: 24.06.2019

Дата принятия к публикации 10.08.2019

### IDEOLOGICAL WORK (PROPAGANDA) IN THE DPRK

DOI: 10.25629/HC.2019.08.06

**Provorov Aleksandr<sup>1</sup>, Fasolya Aleksei<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Military Academy of strategic missile forces Peter the Great  
Balashiha, Russia

<sup>2</sup>Research Institute of the Federal Penitentiary Service  
Russia, Moscow

**Abstract.** The means and methods of ideological work in the Korean People's Democratic Republic are reconsidered. Proposals on improving ideological work in the Russian Federation are formulated.

**Key words:** propaganda, North Korea, DPRK, ideological work, ideology, Juche, Kim Il Sung, Kim Jong Il.

**Aleksandr Provorov.** E-mail: provorova@mail.ru

**Fasolya Alexey.** E-mail: fasolix@mail.ru

Date of receipt 24.06.2019

Date of acceptance 10.08.2019