

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра Отечественной истории в новейший период

**Политическая пропаганда в России на переломе эпох
(1985 – 2000 гг.)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

студента 2 курса 241 группы
направление подготовки 46.04.01 «История»,
уровень высшего образования - магистратура
Института истории и международных отношений
очная форма обучения

ПИВОВАРОВА ВЛАДИМИРА АЛЕКСАНДРОВИЧА

Научный руководитель
профессор,
доктор исторических наук

А.А. Герман

Зав. кафедрой
профессор,
доктор исторических наук

В.Н. Данилов

Введение

Актуальность темы исследования. Современное общество – общество информации. Информация сегодня – неотъемлемая часть жизни каждого человека в любой точке мира. СМИ сегодня далеко не просто источник новостей. Это оружие. Оружие пропаганды.

Наиболее ярким примером того, что может сделать пропаганда не просто с обществом, но и с целым государством, являются события периода «перестройки» в Советском Союзе а так же постперестроечного времени, в новой России (1991-2000).

Механизмы и рычаги, используемые «архитекторами информационной пропаганды» играют решающую роль в формировании общественного мнения, определяют исход политических конфликтов как межгосударственных, так и внутригосударственных. Поэтому необходимо и важно научное осмысление сущности политической пропаганды, а также ее роли в политических событиях России в 80-90-е годы.

Цель данного исследования заключается в определении роли СМИ как носителей информационной пропаганды во внутривнутриполитических процессах 1986-2000 годов в России.

Методологическая основа исследования базируются на основополагающих принципах научного исторического исследования: историзме и объективности, на активном использовании таких методов научного познания, как анализ, синтез, классификация, систематизация и др., на применении специальных методов исторического исследования; проблемно-хронологического, системно-структурны и др.

Материалы исследования. В рамках данного исследования изучено большое число источников – прежде всего, многочисленные документы и материалы по внешней и внутренней политике СССР, РСФСР, а затем РФ.

Среди важных источников следует также выделить научные труды и мемуары политических деятелей, участвовавших в изучаемых событиях.

Данное исследование опирается на научные разработки и концепции ведущих отечественных и зарубежных исследователей, работы которых посвящены изучению событий перестройки и становления новой России, а также понятия политической пропаганды и ее методов и механизмов.

Научно-практическое значение исследования определяется сформулированными в нем выводами, которые могут стать основой для дальнейшего более углубленного изучения темы, а также могут быть применены в учебном процессе в школах и вузах при изучении вопросов «перестройки» и распада СССР, первого десятилетия существования Российской Федерации.

Положения, выносимые на защиту:

1. Политическая пропаганда – оружие, влияющее на сознание общества, способное мобилизовывать его на определенные политические шаги, ведущие к изменениям в политической системе государства и общественной жизни.

2. В условиях идеологического плюрализма человек в демократическом обществе привыкает к многообразию политических идей и делает свой выбор, уважая при этом и право других людей руководствоваться другой идеологией.

3. Плюрализм идеологий порождает партийный плюрализм, междеологическую толерантность, проявляющуюся в ходе борьбы за политическую власть на выборах.

4. Советская коммунистическая пропаганда, представлявшая тотальную «систему внушения» в отсутствие альтернативных идеологических взглядов породила в общественном сознании не осмысленное убеждение, а слепую веру в марксистско-ленинские доктринальные установки. По этой причине ослабление, а потом и ликвидация монополизма коммунистической идеологии породили растерянность, дезориентацию, хаос в обществе.

5. Быстро зародившиеся и оформившиеся многочисленные политические силы, отражавшие широкий спектр идеологических

направлений, обрушили свою массированную пропаганду на дезориентированное общество. Началась идеологическая поляризация общества. Между полюсами оставалась огромная масса людей, плохо разбиравшаяся в идеологических и политических отличиях, часто руководствовавшаяся лишь эмоциями, а не здравым смыслом.

6. Создались условия, когда стало возможно реализовать планы, ранее казавшиеся невозможными, в частности – разрушение СССР. Важнейшую роль в этом деле сыграла националистическая пропаганда сформировавшихся национальных элит в ряде республик СССР. Неудачные попытки силовыми методами отстаивать старые отжившие идеологические принципы (ГКЧП) лишь увеличили конфронтацию и ускорили развал СССР.

7. В первое десятилетие формирования нового Российского государства продолжалась активная политическая борьба сторонников разных направлений развития России, проповедовавших разную идеологию: коммунистическую, либеральную, консервативную, националистическую и др. Разнонаправленность пропаганды этих сил, отсутствие опыта толерантных взаимоотношений приводила к острым политическим схваткам. Процесс формирования политического плюрализма и толерантности не завершился до сих пор.

Структура и содержание работы. Настоящая работа включает в себя введение, три главы, состоящие из шести параграфов, заключение и список использованных источников и литературы.

Основное содержание работы

Первая глава «Теоретико-методологические и историко-культурные основы пропаганды», состоящая из двух параграфов, посвящена теоретическому осмыслению понятия пропаганды как инструмента воздействия на общественное сознание.

В параграфе 1.1 «Формирование пропаганды как приоритетного элемента социального и политического управления обществом» изучается история становления и развития пропаганды с древнейших времен и до конца 20 века.

С развитием информационных технологий, появлением радио, телевидения, интернета, пропаганда приобрела совершенно новое значение. В условиях глобализации, массового смешения культур, с выходом экономических, политических и социальных отношений на совершенно новый уровень, пропаганда стала играть одну из ведущих ролей в жизни целых государств, огромной массы людей на различных континентах. По своей сути, вся современная политика – это пропаганда, транслирование тех или иных мыслей в головы человеческих масс, с целью их направления в нужное «кукловодам» русло.

Коренной перелом, возникновение «новой пропаганды», происходит, как мы видим, на исходе Первой и Второй мировых войн. Новая пропаганда стала принимать во внимание не только отдельную личность и даже не массовое сознание, но структуру общества, состоящую из пересекающихся групп и связей типа «лидер-последователь». Человек стал рассматривается не просто как клетка социального организма, но и как составляющая социальной единицы.

В параграфе 1.2 «Эволюция организации, методов и механизмов,

материально-технической базы пропаганды» проводится анализ конкретных форм и методов информационного воздействия.

Внушению индивид наиболее подвержен в ситуации нестабильной, критической. Это могут быть социальные потрясения, личные переживания и т.д. То же самое и с обществом. Находясь в состоянии нестабильности, общество начинает терять устойчивую систему восприятия информации. Общество в критической, кризисной ситуации становится, за частую, «послушным ребенком», готовым поверить практически во все, что ему скажут. В такие моменты в обществе происходит эмоционально-психологический надлом, который, как правило, приводит к катастрофическим последствиям.

Именно такой перелом произошел в Советском союзе в последние годы его существования, а именно в период так называемой «Перестройки» (1985-1991).

Вторая глава «Пропаганда в СССР в годы «перестройки» (1985 – 1991)», состоящая из двух параграфов, нацелена на выявление роли пропаганды в событиях перестройки и становления новой России.

В параграфе 2.1 «Кризис и крах советской государственной классической пропаганды как следствие новой внутренней и внешней политики Советского государства» проводится изучение внешней и внутренней политики М.С. Горбачева и реакции общества на политику государства.

В период «перестройки» роль средств массовой информации особенно возросла. Попытка проведения так называемой «демократизации» всех и вся – СМИ, общества, экономики и руководства страны – привела к настоящему хаосу в умах людей.

В параграфе 2.2 «Пропагандистские войны как фактор дезориентации и раскола советского общества и распада СССР» изучается роль политической пропаганды в крушении Советского союза.

Проблемы, стоявшие перед СССР в начале перестройки лишь усугубились попытками непродуманной демократизации. А главной трагедией стал не крах экономики – а беспорядок в голове людей.

Третья глава «Пропаганда в новой России», состоящая из двух параграфов, нацелена на определение роли пропаганды в политическом развитии современной России.

В параграфе 3.1 «Новая власть в Новой России» рассматривается история внутривнутриполитического развития Новой России.

Страна в 90-е годы переживала коренные изменения в экономике, социальной сфере. Эти перемены внесли свой вклад в укрепление хаоса в головах людей.

В параграфе 3.2 «Пропагандистское наследие» Новой России» проводится анализ особенностей политической пропаганды в Новой России.

Методы и механизмы пропаганды Новой России не претерпели коренных изменений, был позаимствован советский инструментарий.

Главной отличительной чертой стало изменение образа исполнителя - пропаганда перешла из государственных рук в частные.

На ключевое место в пропагандистском поприще выходит телевидение.

Население уже не так горячо реагировало на информационные раздражители, ввиду тяжелой экономической ситуации в стране, и, как следствие, концентрации на личных, «своих» проблемах.

Заключение

С самого начала своего существования СМИ представляли собой потенциальное оружие массового влияния.

Постепенно СМИ как инструмент информирования выродились в мощный пропагандистский механизм, нацеленный на формирование положительного отношения к власти. Была выработана система манипулятивного воздействия на общество, способствующая упрощенному, не критическому восприятию в массовом сознании окружающей действительности. Манипулятивность СМИ проявлялась и проявляется в существовании стереотипизации и мифологизации, способствующей формированию единой идеологии, главным образом – единого политического мировоззрения, позитивного отношения к власти как основы для сохранения своей народности, национальности и самобытности, способности противостоять чуждым влияниям во время информационных войн – в этом и состоит необходимость владения методами, приемами и способами пропаганды и контрпропаганды.

С течением времени пропаганда развивалась, порождая новые способы «незаметного программирования общества». С появлением печатного станка, а с ним и периодики, распространение информации приобрело внушительные масштабы.

Войны и конфликты XX века заставили правительства по-новому взглянуть на возможности СМИ и пропаганды и пришли к осознанию необходимости подчинения таких инструментов политического влияния государству.

Постепенно пропаганда начинает приобретать не столько внутреннюю, сколько внешнюю направленность. Начинают функционировать

специальные государственные структуры, целью которых стала защита жителей своего государства от пагубного воздействия вражеского информационного влияния.

С появлением радио происходит «революция» методов и средств пропаганды. Дальнейшее развитие техники, приведшее к созданию телевидения, а, позднее и интернета, окончательно закрепляет роль СМИ как, уже в первую очередь, средства манипуляции обществом, а уже затем средство его информирования.

Таким образом, к середине XX века пропаганда окончательно сформировалась как политический инструмент. Были сформированы общие для всех СМИ четкие пропагандистские цели, формы воздействия на общество и на отдельного человека.

Влияние пропаганды трудно переоценить. Ярким примером того, что может сделать с обществом и государством неумело или неудачно выстроенная пропаганда, является политика советского руководства в 1986-1991 годов. В этот период, период «слома общественного сознания» пропаганда сыграла свою решающую роль в формировании нового типа общества и образа нового государства. Непродуманные действия руководства страны в рамках «нового политического мышления» явились причиной глобального социально-экономического кризиса, который, в свою очередь, привел к кризису социально-духовной сферы общества и, в конечном итоге, привел к распаду огромной страны.

Идеология нового политического мышления не повлекла за собой разработки адекватного пропагандистского механизма, более того, кадровые службы внешней разведки, равно как и внутренней или внешней пропаганды намеренно саботировали горбачевские усилия, используя для этого собственные каналы трансляции идей и ценностей. В частности, за период 1986-1990 гг. было издано 1,3 тыс. изданий в рамках антикапиталистического и антизападного тренда (за период 1980-1984 – 1,5 тыс., что сравнимо по масштабам), а финансирование советской агитационной системы, несмотря

на экономические трудности, выросло почти в полтора раза. Отличительным признаком подобного рода пропаганды является закрепление за определенными названиями-маркерами специфических идиом, клише путем их постоянного повторения. Однако в 1980-е гг. в связи с кризисом общественного советского сознания эти методы были не эффективны: на фоне риторики нового политического мышления повторяемые термины воспринимались как анахронизмы.

Советская система внешней и внутренней пропаганды не сумела приспособиться к вызовам времени.

Перестройка не только не принесла облегчения, а напротив – преумножила хаос в социально-психологическом восприятии обновленческих процессов. Начался один из самых сложных процессов в жизни любого общества – процесс разрыва с прошлым и слепые попытки, в условиях абсолютной дезориентации, построения нового образа жизни и мышления. С провозглашением гласности и плюрализма общество поголовно свалилось в очернительство всего и вся. Все это породило хаос, который коснулся и властных структур, что в и повлекло за собой развал огромной супердержавы.

СМИ и пропаганда сыграли в этом процессе первостепенную роль. Массивный поток противоречивой информации лишил людей понятного, четкого жизненного ориентира. Разрушив старую идеологию, строившуюся за счет пропаганды, власти спровоцировали волну массового недоверия к самим себе и государству как символу этой власти. Бездумно разрушая старый идеологический фундамент и не предлагая ничего в замен, правительство Горбачева подписало смертный приговор старому типу общества и самому СССР. Построенная с повсеместным использованием пропаганды страна рухнула под давлением все той же пропаганды.

В период Новой России ситуация коренным образом не изменилась. Пропаганда попросту перешла в частные руки, позаимствовав большую часть инструментария из «недавнего прошлого». По истине значимым изменением

в этом инструментарии стало выдвижение на ключевую роль телевидения. Реакция населения на различного рода «внушения» оставалась, в целом, схожей с той, что была сформирована в процессе перестройки. Население, по большей части, было занято проблемой банального выживания, а не политическими вопросами. Хаос в головах людей, сформировавшийся в процессе перестройки, с годами лишь укреплялся.