
РОССИЯ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

ОПЫТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОПАГАНДЫ В СССР КАК ИНСТРУМЕНТ МЯГКОЙ СИЛЫ

С.А. Бокерия

А.А. Диева

Кафедра теории и истории международных отношений
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10–2, Москва, Россия, 117198

Применение механизмов «мягкой силы» становится неотъемлемым элементом внешней политики государства и обеспечения национальной и международной безопасности. Использование «мягкой силы» позволяет противодействовать политическому давлению и культурной экспансии зарубежных стран, обеспечивает сохранение национальной самобытности, формирует положительный образ государства и укрепляет международные позиции страны. Весомый опыт эффективного использования инструментов «мягкой силы» во внутренней и внешней политике был накоплен за время существования Советского Союза. В статье проводится анализ методов и принципов информационной пропаганды в СССР как инструмента «мягкой силы», инфраструктуры механизма советской информационной пропаганды как единой централизованной системы; рассматривается степень эффективности применения коммунистической идеологии на государственном уровне.

Ключевые слова: СССР, информационная пропаганда, мягкая сила, внешняя политика, имидж государства, коммунистическая идеология, Отдел пропаганды и агитации при ЦК КПСС, механизмы и инструменты.

Введение

Обоснование темы. В информационном обществе XXI в. применение механизмов мягкой силы становится неотъемлемым элементом внешней по-

литики государства и обеспечения его национальных интересов и международной безопасности. Тема «мягкой силы» во внешней политике России стала актуальной после выхода в свет Указа Президента России от 7 мая 2012 г. «О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации», а также утверждения Президентом России 12 февраля 2013 г. Концепции внешней политики Российской Федерации. В этих документах содержатся положения об использовании инструментов, соответствующих концепции мягкой силы, пополнивших таким образом арсенал инструментов отечественной дипломатии [1]. В связи с этим учет позитивного опыта СССР в применении методов и принципов информационной пропаганды является актуальным и востребованным и дает возможность более полно и всесторонне раскрыть сущность инструментов мягкой силы.

Обзор литературы. Авторство термина «мягкая сила» и формирование научно-прикладной концепции его применения в политике государства принадлежит Дж. С. Наю, однако методы ненасильственного воздействия, объединенные Дж. С. Наем в концепцию «мягкой силы», известны на протяжении столетий. О них писали еще Н. Макиавелли и французские энциклопедисты, Г. Торо и М. Ганди, Т. Лири и Р. Уилсон [2], а также Г. Моргентгау [3], К. Уолтц [4], Д. Миршмейер [5], Д. Айкенберри [6], Р. Кокс [7], Р. Кохейн [8] и другие общественные и политические деятели.

Цель и задачи. В статье ставится цель проанализировать опыт эффективного использования инструментов мягкой силы во внутренней и внешней политике СССР как совокупности инструментов ненасильственного, невоенного, не основанного на принуждении интеллектуального, культурного и информационного влияния на общественное сознание, которые могут быть использованы для отстаивания национальных интересов современной России на международной арене.

Исследование проблемы

Использование инструментов мягкой силы позволяет противодействовать культурной экспансии зарубежных стран и политическому давлению, обеспечивая сохранения национальной самобытности, формирует положительный образ государства и укрепляет международные позиции государства, в том числе с помощью языка как базиса культурно-лингвистического сотрудничества в системе международных отношений. Среди основных механизмов мягкой силы государства видится культурный фактор и применение культурной дипломатии по экспорту культурно-национальных ценностей государства [6].

Значительный опыт использования ненасильственного воздействия во внутренней и внешней политике был накоплен за время существования СССР. Провозглашенная советским руководством миссия – построение социалистического общества – позволяет рассматривать СССР как особый ци-

визационный и идеологический феномен, одним из важнейших аспектов которого была постоянная пропагандистская и идеологическая работа, призванная не только разъяснить населению директивы государства, но и формировать у него новый, специфический тип мироощущения. По сути, агитационная, пропагандистская и идеологическая работа в советском государстве, призванная воздействовать на общественное сознание с целью формирования определенного мировоззрения, имела статус последовательной государственной политики.

Некоторые инструменты, использовавшиеся для проведения этой политики, могут, на наш взгляд, применяться и в современных условиях в рамках формирования концепции применения механизмов мягкой силы во внутренней и внешней политике современной России. В частности, советский опыт пропагандистской и агитационной работы представляет интерес с точки зрения выработки подходов к решению проблем усиления влияния и выработки положительного имиджа Российской Федерации в мире. Как известно, информационное влияние и выстроенные механизмы коммуникации внутри страны непосредственно влияют на реализацию политических и экономических интересов государства на международной арене, поскольку являются основой политики продвижения интересов государства [7].

В рамках одной статьи не представляется возможным подробно проанализировать советский опыт политики в области пропаганды, агитации и идеологической работы, накопленный за несколько десятилетий. Поэтому авторы ограничились рассмотрением основных методологических принципов и задач информационной пропаганды советского периода, а также созданной для этого в Советском Союзе централизованной инфраструктуры.

Советская идеология формировалась на основе учений классиков марксизма-ленинизма. Еще Ф. Энгельс указывал: «Мы отнюдь не намеревались поведать о новых научных результатах исключительно “ученому” миру, изложив их в толстых книгах. Наоборот... на нас лежала обязанность научно обосновать наши взгляды, но не менее важно было для нас убедить в правильности наших убеждений европейский и прежде всего германский пролетариат» [9].

К. Маркс и Ф. Энгельс не только обосновали необходимость проведения революционной прессой политической, пропагандистской работы, но и сами являлись ее активными участниками. «Новая Рейнская газета», которую они редактировали и в которой были ведущими публицистами, планомерно вела пропагандистскую деятельность. Именно в «Новой Рейнской газете» в апреле 1849 г. была опубликована серия статей К. Маркса под общим названием «Наемный труд и капитал». Эти статьи могут служить примером пропаганды положений теории научного коммунизма для широкой аудитории.

Неоднократно значение партийной пропаганды для развития политического сознания рабочего класса подчеркивал В.И. Ленин. Он считал печать одним из наиболее действенных инструментов пропагандистской деятельно-

сти, называя газету «коллективным пропагандистом». В.И. Ленин разработал фундаментальные положения о неразрывной связи агитационных, пропагандистских и организаторских функций печати, об основных принципах, целях и направлениях пропагандистской деятельности. На ленинских традициях партийной пропаганды основывалась вся дальнейшая советская идеологическая и пропагандистская работа более позднего периода существования СССР [8].

К середине прошлого столетия в Советском Союзе сформировалась единая централизованная система информационной пропаганды, находившаяся под контролем партийных органов и охватывавшая весь спектр каналов воздействия на общественное сознание как внутри СССР, так и за рубежом. Общая схема инфраструктуры механизма информационной пропаганды в СССР показана на схеме 1.

Схема 1



Как известно, пропаганда в целом представляет собой распространение и утверждение в массовом сознании идеологически обусловленных систематизированных взглядов и представлений, составляющих мировоззренческие позиции личности и общества. Пропагандистские материалы передаются по многим каналам. Различают два основных пути осуществления пропагандистского воздействия:

– на уровне межличностного общения – устное выступление, лекция, пропагандистский семинар и др.;

– с использованием технических средств массовой информации – пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, Интернет, часть кинематографа и книгоиздательского дела.

Как видно из схемы 1, созданная в СССР централизованная система государственной пропаганды, агитации и идеологической работы охватывала все эти инструменты влияния, за исключением не существовавшей в то время сети Интернет, включая периодические издания, печать, теле- и радиовещание, кинопродукцию, лекционную и просветительскую работу.

Центральным звеном этой системы выступал Отдел пропаганды и агитации при ЦК КПСС, координировавший и направлявший всю политику в области информационной пропаганды и агитации как на центральном, так и на региональном и местном уровнях. Для проведения государственной политики в данной области он координировал работу специальных государственных институтов, имевших монопольное право на осуществление деятельности в строго определенных областях: Совинформбюро, центральные и местные периодические издания, Государственный комитет СССР по теле- и радиовещанию, Государственный комитет СССР по кинематографии, Всесоюзное общество «Знание», Главное управление по делам литературы и издательств и др.

В данном случае необходимо отметить, что на схеме представлены инструменты механизма информационной пропаганды СССР, ориентированные, за исключением Совинформбюро (Агентство печати «Новости»), на решение преимущественно задач внутренней политики Советского Союза. Для формирования имиджа СССР за рубежом, популяризации советского образа жизни и советских ценностей существовали и иные механизмы, включая деятельность по линии Коминтерна, дипломатических миссий, Обществ дружбы, финансирование братских стран и т.п. инструменты, рассмотрение которых выходит за рамки настоящей статьи.

Весь этот централизованный механизм был ориентирован на проведение государственной политики, направленной на утверждение коммунистических идей и советского образа жизни как внутри СССР, так и за его пределами. В основе лежала идеология марксизма-ленинизма, и строилась эта политика на пяти общих методологических принципах: научности, партийности, правдивости, связи с жизнью и конкретности [10].

Научность пропаганды имела два аспекта. Первый из них, более широкий, подчеркивал тот факт, что пропаганда служит распространению научного мировоззрения и дает реальное объективное познание мира. Второй, более узкий, – состоит в использовании новейших достижений наук о закономерностях распространения, восприятия, понимания и усвоения информации; знаний о психологических особенностях личности и социальных групп; теоретических рекомендаций, направленных на повышение эффективности идейно-воспитательной работы.

Партийность пропаганды выражала связь пропагандистской деятельности с интересами определенных классов, ее политическую направленность. Пропаганда – не просто «зеркало» действительности, она активно участвовала в решении социально-экономических проблем страны, отстаивала определенные ценности, боролась с чуждыми обществу взглядами и идеями.

Научность и партийность пропаганды обуславливают такой принцип ее деятельности, как правдивость. Предполагалось, что пропаганда, отражающая научную идеологию, интересы передовых классов, по своей природе заинтересована в правдивом, достоверном отражении действительности.

Важным принципом коммунистической пропаганды являлась ее связь с жизнью, т.е. максимальная приближенность пропаганды к насущным потребностям общества, ее способность «идти в ногу» со временем, не отставая от него и не забегая в «заоблачные выси». Пропагандист был обязан знать настроения масс, их заботы и чаяния. Этот принцип предполагал соединение теории и практики.

Наряду с научностью, партийностью, правдивостью и связью с жизнью методологическим принципом коммунистической пропаганды являлась ее конкретность, один из существенных проявлений которой – аналитический характер пропагандистских выступлений, способность проникать в суть явлений, находить закономерные взаимосвязи между ними. Конкретность пропаганды предполагает также обоснованность и аргументированность всех основных суждений и взглядов, высказываемых пропагандистом, т. е. отсутствие голословности.

Пропаганда также стимулировала социальную активность, указывая конкретные направления и задачи деятельности, подсказывая пути и средства решения проблем, стоящих перед обществом. В этом смысле она выполняла функцию социального управления, активно участвуя во всех социально-экономических, политических и культурных мероприятиях, проводившихся в стране. В данном случае можно выделить три основных пути осуществления регулятивной функции пропаганды.

1. Разъяснение директивных партийно-государственных документов и участие в их реализации. Роль пропаганды в этой важной сфере социального управления была исключительно велика. Пресса, телевидение, радио служи-

ли инструментами оповещения широкой общественности о законодательных актах, решениях правительства, постановлениях Центрального Комитета партии.

2. Распространение социального опыта. Общественные усилия могут быть организованы в соответствии с потребностями социального управления с помощью распространения знаний о наиболее оптимальных и целесообразных формах и способах деятельности в различных сферах жизни. Средства массовой информации анализировали и делали всеобщим достоянием опыт передовых предприятий, трудовых коллективов, пропагандировали научные формы организации труда, оправдавшие себя на практике способы проведения социалистического соревнования.

3. Указание путей решения проблем, стоящих перед обществом. Пропаганда может стимулировать социальную активность не только распространением передового опыта, но и нахождением решений тех или иных проблем, возникающих в ходе общественного развития через постановку серьезных вопросов, волнующих общественность посредством СМИ. В Советском Союзе средства массовой информации могли не только подсказывать, советовать и предлагать определенные действия, советское законодательство гарантировало им право требовать принятия реальных мер в ответ на обоснованную критику.

Выводы

В целом, советская пропаганда была достаточно успешной и эффективной в течение продолжительного периода времени. При этом на фоне активной идеологической пропаганды недопустимо мало внимания уделялось пропаганде социологической, направленной на формирование представлений широких масс об окружающем мире, решении социально-бытовых проблем. Считалось, что коммунистическая идеология привлекательна для народных масс по определению, поэтому считалось необязательным прибегать к скрытым формам распространения идеологических взглядов, используемым, в частности, в капиталистических странах.

При всех ограничениях и политических просчетах информационная пропаганда СССР продемонстрировала свою эффективность. Она сплачивала людей для решения «социалистических задач», успешно налаживала «братские отношения», имела поддержку среди населения капиталистических стран, поднимала и поддерживала дух и гордость советского народа за свою страну. Советская пропаганда как разновидность мягкой силы была поставлена на государственный уровень, на нее выделялись средства из бюджета, осуществлялся контроль со стороны центральных координирующих органов. За этой политикой стояла сильная страна со значительным военно-политическим и экономическим потенциалом и четкими задачами по распространению идей советского общества в мировом масштабе.

ПРИМЕЧАНИЯ

- [1] Указ Президента РФ от 07.05.2012 № 605 «О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru>; Концепция внешней политики Российской Федерации [утв. Президентом РФ 12.02.2013]. URL: <http://www.consultant.ru>.
- [2] Пономарева Е.Г. Железная хватка «мягкой силы» // *Однако*. 2013. № 6. С. 18–26; № 7. С. 18–21.
- [3] Morgenthau H. *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*. New York: Alfred A. Knopf, 1978.
- [4] Waltz K. *Theory of international politics*. McGraw-Hill, 1979.
- [5] Mearsheimer John J. *The Tragedy of Great Power Politics*. University of Chicago, W.W. Norton and Company, Inc, 2001.
- [6] Ikenberry J. *After victory: institutions, strategic restraint and the rebuilding of order after major wars*. Princeton University Press, 2001.
- [7] Cox R., Sinclair T. *Approaches to world order*. Cambridge University Press, 1996.
- [8] Keohane R. *Power and Governance in a Partially Globalized World*. Routledge, London and New York, 2002.
- [9] Ленин В.И. Речь на Всероссийском совещании политпросветов губернских и уездных отделов народного образования 3 ноября 1920 г. // Полн. собр. соч. Т. 41. С. 407.
- [10] Скуленко М. И. *Журналистика и пропаганда*. Киев, 1987.

REFERENCES

- [1] Ukaz Prezidenta RF ot 07. 05.2012 N 605 “O merach po realizacii vneshnepoliticheskogo kursa Rossijskoj Federacii” [Presidential Decree of 07.05.2012 № 605 «On measures to implement the foreign policy of the Russian Federation»]. URL: <http://www.consultant.ru>.
- [2] Ponomareva E.G. Zheleznaja chvatka «mjagkoj sily». *Odnako – [However]*. 2013, no. 6, pp. 18–26; no. 7, pp. 18–21.
- [3] Morgenthau H. *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*. New York: Alfred A. Knopf, 1978.
- [4] Waltz K. *Theory of international politics*. McGraw-Hill, 1979.
- [5] Mearsheimer John J. *The Tragedy of Great Power Politics*. University of Chicago, W.W. Norton and Company, Inc, 2001.
- [6] Ikenberry J. *After victory: institutions, strategic restraint and the rebuilding of order after major wars*. Princeton University Press, 2001.
- [7] Cox R., Sinclair T. *Approaches to world order*. Cambridge University Press, 1996.
- [8] Keohane R. *Power and Governance in a Partially Globalized World*. Routledge, London and New York, 2002.
- [9] Lenin V.I. Rech’ na Vserossijskom soveshchanii politprosvetov gubernskih I uездных отделов narodnogo obrazovanija 3 nojabrja 1920 g. Poln. sobr. Soch. [Full collection of works], vol. 41, p. 407.
- [10] Skulenko M.I. *Zhurnalistika I propaganda* [Journalism and propaganda]. Kiev: Vysshaja shkola, 1987.

INFORMATION PROPAGANDA IN USSR AS INSTRUMENT OF “SOFT POWER”

S.A. Bokeriya

A.A. Dieva

Department of Theory and History of International Relations
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya Str., 10–2, Moscow, Russia, 117198

The mechanisms of «soft power» are becoming an integral part of foreign policy and national security. The use of «soft power» allows resisting political pressure and cultural expansion of foreign countries, ensures the preservation of national identity, creates a positive image of a state and strengthens international position of the country. Considerable experience in the effective use of instruments of «soft power» in foreign and domestic policy was accumulated during the existence of the Union of Soviet Socialist Republics. The article analyzes the methods and principles of information propaganda in the USSR as an instrument of «soft power», information infrastructure of the mechanism of propaganda in the USSR as a system. There are discussed the main methodological principles of Marxist-Leninist ideology, as well as the effectiveness of the communist ideology at the state level.

Key words: the USSR, «soft power», information propaganda, experience, infrastructure, foreign policy, state image, communist ideology, the Propaganda Department of the Central Committee of the CPSU, theory of scientific communism, mechanisms and tools.