

**Орлов Игорь Борисович, д.и.н., проф.  
проф. факультета прикладной политологии  
Государственного университета – Высшая школа экономики**

**От какого наследства мы отказываемся?  
(Сущность и механизмы пропаганды)<sup>1</sup>**

Сегодня в социальных науках и гуманитаристике все чаще звучат призывы отказаться не только от применения пропагандистских методов, но даже от использования самого термина «пропаганда». В качестве категориальной замены чаще всего предлагается понятие PR технологий.<sup>2</sup> При этом ряд российских авторов открыто противопоставляют пропаганду и механизм связей с общественностью.<sup>3</sup> Тогда как их оппоненты склоняются к мнению, что пропагандистское воздействие и «паблик рилейшнз» имеют много общих черт.<sup>4</sup> Как бы то ни было, эти два феномена должны быть разведены, как и понятия «пропаганда» и «манипуляция». Ведь последняя предполагает, по крайней мере, три целенаправленных действия:

- внедрение в сознание под видом объективной информации неявного, но желательного содержания;
- воздействие на болевые точки общественного сознания, возбуждающее страх, тревогу, ненависть и т.п.;

---

<sup>1</sup> Опубликовано: Орлов И.Б. *От какого наследства мы отказываемся? (Сущность и механизмы пропаганды)* // *Вопросы правоведения*, М., 2009. № 1. С. 57-66.

<sup>2</sup> Под связями с общественностью обычно понимаются искусство и социальная наука по анализу направленности, предсказанию последствий, консультированию лидеров организаций и проведению планируемых программой действий, которые служат как интересам организаций, так и общественным интересам (см.: Блэк С. *Паблик рилейшнз. Что это такое?* М., 1990. С. 15-16).

<sup>3</sup> См.: Тульчинский Г.Л. *PR фирмы: технология и эффективность*. СПб., 2001; Чумиков А.Н. *Связи с общественностью*. 2-е изд., испр. и доп. М., 2001; Шишкина М.А. *Паблик рилейшнз в системе социального управления*. СПб., 2002.

<sup>4</sup> См., например: Борисов Б.Л. *Технологии рекламы и PR: Учебное пособие*. М., 2001; Ольшанский Д.В. *Политический PR*. СПб., 2003; Почепцов Г.Г. *Пропаганда и контрпропаганда*. М., 2004.

- реализацию замыслов и скрываемых целей, достижение которых коммуникант связывает с поддержкой общественным мнением своей позиции.<sup>5</sup>

Безусловно, и пропаганда, и манипулирование предполагают наличие массовой аудитории, прочно ориентированной на определенные стереотипы. Более того, манипулирование входит в арсенал пропаганды, но в целом назначение последней шире - мобилизация общественного мнения на поддержку претендующих на общенациональный статус целей и ценностей и политическая социализация населения. Сегодня все больше становится очевидным, что пропаганда представляет собой механизм двухсторонней коммуникации. Помимо навязывания и информационного давления, она включает формирование общественного мнения на основе осознания пользы предлагаемой политики для общества. И еще одно уточнение. Несмотря на то, что общим для них является усиленное внедрение в сознание определенного содержания, в отличие от манипулирования пропаганда утверждает определенные цели публично.

Впрочем, стремление свести пропаганду к символическому отражению мира вовсе не означает, будто пропаганда вообще лишена идеологического содержания. Она, прежде всего, направляет свое воздействие на человеческие ценности и установки и выступает средством распространения идеологических конструкций в массовом сознании. Нужно учитывать и тот факт, что в период до, во время и после военных действий разного масштаба широкое распространение получает именно пропаганда, а не иные виды социально-политической коммуникации.

Само понятие «пропаганда» за период своего существования претерпело существенные трансформации. Первоначально это слово использовалось для обозначения миссионерского учреждения (Congregatio de Propaganda Fide), основанного в XVII столетии в Риме для распространения

---

<sup>5</sup> Амелин В.Н. Социология политики. М., 1992. С. 60-61.

католичества среди язычников и борьбы с ересями.<sup>6</sup> И только в годы Великой французской революции этот термин приобрел политическое звучание, что было связано с возникновением тайных политических обществ, носивших название «пропаганда» и стремившихся распространять свои идеи через эмиссаров в других странах. То есть первоначально слово «пропаганда» было связано со всякой организацией, которая направляет свои усилия на распространение какой-либо идеологической доктрины, и лишь позднее – на само учение и техники по его распространению.

Соответствующее расширительное толкование понятия мы находим в Энциклопедическом словаре Эфрона: «пропаганда состоит в планомерном использовании любых средств общения для воздействия на ум, чувства и поведение данной группы людей с определенной, имеющей общественное значение целью».<sup>7</sup> Тогда как в социал-демократической литературе начала XX века «пропаганда» трактовалась уже как «передача комплекса идей». В этот же период в пропагандистском языке выделилось понятие «агитация», под которой понималась «пропаганда, имеющая место при особых условиях, ... заставляющих прислушиваться к словам пропагандиста».<sup>8</sup> Устанавливалось и различие в методах воздействия: «пропагандист действует главным образом печатным, а агитатор - живым словом».<sup>9</sup>

В идеологических конструкциях советского периода противопоставление коммунистической и буржуазной (или империалистической) пропаганды априори задавало положительный спектр оценок первой. Перед нами типичный образчик подобных определений: «Пропаганда - это духовно-практическая деятельность по формированию коммунистических убеждений, должного отношения к политике нашей партии и государства путем распространения, внедрения и закрепления в

---

<sup>6</sup> БСЭ. Т. 21. 3-е изд. М., 1975. С. 95.

<sup>7</sup> Энциклопедический словарь. Т. 25. СПб., 1898. С. 449.

<sup>8</sup> Плеханов Г.В. О задачах социалистов в борьбе с голодом в России. Приложение к дневнику № 5. СПб., 1906. С. 53.

<sup>9</sup> Ленин В.И. Что делать? Наболевшие вопросы нашего движения // Полн. собр. соч. 5-е изд. Т. 6. М., 1979. С. 67.

сознании людей определенных идей и взглядов, оценок и т.д.». <sup>10</sup> Тогда как занесенной в «черный список» буржуазной пропаганде приписывалось «тотальное воздействие культуры, образа жизни, способов развлечения и т.д.». <sup>11</sup> Впрочем, аналогичное расширительное понимание пропаганды можно найти и в зарубежных исследованиях. В частности, английский историк О. Томсон, полемизируя с Г. Лассуэллом, предложил включать в состав пропагандистской деятельности почти все аспекты сферы искусства и коммуникации, то есть «любые средства внедрения и передачи образов, идей или информации, которые влияют на человеческое поведение, взятое с его активной или пассивной стороны». <sup>12</sup>

В советской историографии классовый подход в оценках пропаганды, с одной стороны, доминировал почти до конца 1980-х годов, в силу чего пропаганда трактовалась как исторически обусловленная «деятельность по распространению в массах идеологии и политики определенных классов, партий и государств». <sup>13</sup> У советских обществоведов не вызвало сомнений, что «идеология с помощью пропаганды» стремится «представить политику господствующего класса как целесообразную и обоснованную». <sup>14</sup> Более того, пропаганда рассматривалась в качестве особого способа донесения некоего идеологически окрашенного послания до слушателя. Другими словами, собственно информация «становится пропагандой, если лицо, публикующее ее, преследует какие-либо цели». <sup>15</sup>

С другой стороны, попытки взглянуть на пропаганду не через «очки» классового противостояния приводили советских исследователей к выводу о коммуникативном характере (правда, с поправкой на идеологию) пропагандистской деятельности: «Одной из форм общения, специально

---

<sup>10</sup> Общественное мнение и пропаганда. М., 1980. С. 32.

<sup>11</sup> Феофанов О.А. Агрессия лжи. М., 1987. С. 69.

<sup>12</sup> Цит. по: Гуревич П.С. Пропаганда в идеологической борьбе. М., 1987. С. 102.

<sup>13</sup> Правоторов В.Ф. Пропаганда // Философский энциклопедический словарь. М., 1983. С. 539.

<sup>14</sup> Гуревич П.С. Указ. соч. С. 110-111.

<sup>15</sup> Власов Ю.М. Пропаганда за фасадом новостей. М., 1976. С. 27.

служащей для распространения идеологических взглядов, является пропаганда».<sup>16</sup> Обращает внимание, что в этой схеме «обратная связь»<sup>17</sup> является необходимой компонентой: «процесс политической информации представляет собой единство двух встречных потоков информации: сверху - вниз и снизу – вверх».<sup>18</sup>

«Перестроечная» историография не только расширила предметное поле пропаганды, но и по-новому взглянула на функциональные возможности последней. Более того, исследование опыта применения пропагандистского воздействия, начиная с Древнего мира, позволило выработать вполне нейтральные формулировки пропаганды как «целенаправленного распространения и утверждения в общественном сознании тех или иных идей, взглядов, суждений и оценок».<sup>19</sup> Другими словами, пропаганда стала рассматриваться как коммуникативная деятельность, осуществляемая систематически и в соответствии с определенным планом.<sup>20</sup>

Тогда как современные дефиниции пропаганды, во многом под влиянием западной историографии, в очередной раз усилили ее идеологическую составляющую: «Пропаганда - это целенаправленная и систематическая деятельность по распространению своей идеологии с использованием всех доступных средств, адресованная массовым аудиториям и направляемая на обеспечение реальной политики, проводимой

---

<sup>16</sup> Соковнин В. Человеческое общение и идеология // Идеология и психология. Фрунзе, 1968. С. 97.

<sup>17</sup> Под «обратной связью» понимаются «различные процессы, посредством которых коммуникатор получает информацию о том, в какой мере и с каким качеством предполагаемый адресат получил сообщение» (см.: Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. 3-е изд., М., 2003. С. 9).

<sup>18</sup> Политическая информация. Некоторые вопросы теории и практики. М., 1974. С. 24.

<sup>19</sup> Скуленко М.И. История политической пропаганды. Киев, 1990. С. 3.

<sup>20</sup> Вот пример такого определения: «Одна из основных функций пропаганды состоит в оказании идеологического и социально-психологического воздействия, которое предполагает общение в специализированной форме социального взаимодействия тех, кто создает пропагандистские тексты, с теми, кто их воспринимает» (см.: Базылев Б.П. О специфике употребления слова в системе буржуазной пропаганды // Язык и стиль буржуазной пропаганды. М., 1988. С. 49).

властью».<sup>21</sup> Определенным диссонансом прозвучали вполне нейтральные формулировки политологического словаря 1993 г., в котором пропаганда определялась как «деятельность устная или письменная с помощью средств массовой информации, осуществляющая популяризацию и распространение идей в общественном сознании».<sup>22</sup>

Надо учитывать то обстоятельство, что на протяжении XX в. слово «пропаганда», так или иначе, использовалось в качестве средства политической компрометации оппонентов. Так, после Второй мировой войны на Западе политическая пропаганда стала жестко идентифицироваться с «тоталитарными режимами» в качестве механизма обеспечения готовности массового сознания к тотальной концентрации власти. Неудивительно, поэтому, что для западной исторической и политологической мысли, в большой степени, характерны негативные оценки самого понятия «пропаганда». Так, в определении американского теоретика пропаганды, профессора Колумбийского университета Майкла Чукаса пропаганда напрямую связывается с ложью и сознательными манипуляциями, позиционируется, как «контролируемое распространение сознательно искаженных представлений с целью побудить людей к действиям, отвечающим заранее намеченным целям заинтересованных групп».<sup>23</sup> Более того, несмотря на очевидное наличие обратной связи, пропаганда продолжает рассматриваться значительной частью современных исследователей как «односторонний процесс, где общественность становится мишенью, а целью - изменение общественного мышления или подсказка как должно вести себя общество».<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> Долгова Ю.И. Модели политической пропаганды на ТВ: выбор России // Вестник МГУ. Серия «Журналистика». 2002. № 1. С. 104.

<sup>22</sup> Политология. Энциклопедический словарь. М., 1993. С. 320.

<sup>23</sup> Цит. по: Курганский В.А. и др. Буржуазная «индустрия сознания» (критический анализ форм и методов империалистической пропаганды). Киев, 1989. С. 11.

<sup>24</sup> См.: PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. Пер. с англ. М., 2002.

Впрочем, есть и другие мнения. В частности, основоположник политического психоанализа Г. Лассуэлл понимал пропаганду как «менеджмент коллективных отношений с помощью манипуляции общественными символами».<sup>25</sup> При этом в его интерпретации пропаганда и манипуляция приобретали, скорее, позитивное звучание. Подобные оценки нередки и для американской социологии, трактующей пропаганду как «попытку влиять на поведение, воздействуя с помощью средств массовой коммуникации на характер постижения массовой аудиторией смысла и значения окружающего мира».<sup>26</sup>

Кроме того, сущность пропаганды по-разному рассматривается представителями различных научных школ. Например, Ф. Тейлор в своем определении пропаганды, наряду с коммуникацией, сделал акцент на заинтересованности в ней тех, кто ее производит: «пропаганда использует коммуникацию, чтобы передать собственную идею или идеологию, которые исходно предназначены для удовлетворения интересов человека или группы людей, осуществляющих коммуникацию». При этом, что немаловажно, пропаганда «во многом определяется тем, что не говорится, как и своими открытыми выражениями».<sup>27</sup>

В свою очередь, С. Блэк процитировал определение пропаганды, данное Геббельсом, чтобы подчеркнуть, что в ней отсутствует этический момент в силу ее способности изменять факты или даже фальсифицировать их. Сам Блэк считает, что пропаганда, в первую очередь, должна быть направлена именно на создание движения сторонников, а не на создание взаимопонимания и согласия.<sup>28</sup> Другой исследователь Ф. Джефкинс подчеркивал, что деятельность в области пропаганды направлена на

---

<sup>25</sup> Цит. по: Булкина И.В. Теория политической коммуникации Гарольда Д. Лассуэлла: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. социолог. наук. Казань, 2000. С. 20.

<sup>26</sup> Цит. по: Гуревич П.С. Указ. соч. С. 101.

<sup>27</sup> Там же. С. 32.

<sup>28</sup> Клемпетер В. Язык третьего рейха. М., 1998. С. 298.

«тщательно отобранные группы людей, которые являются составными частями большой общей публики», в целях удержания власти.<sup>29</sup>

Таким образом, в современных гуманитарных и социальных науках существует довольно широкий спектр определений пропаганды – от сферы информации и коммуникации до области манипулирования общественным мнением. В целом в ряду сосуществующих в настоящее время подходов к определению сущности пропаганды можно выделить три основных. Первое определение основано на том, что выводы или обобщения строятся на сомнительных и односторонних доводах, а некоторые аргументы или замалчиваются или откровенно дискредитируются. В рамках второго определения «пропаганда» рассматривается как способ распространения намеренно ошибочных идей. И, наконец, третье - общекультурное – включает в сферу пропаганды обширную область общественных отношений, включая образование и развлечения, политику, журналистику и искусство.

В пользу последней позиции говорит то, что пропаганда выступает не только инструментарием идеологии, но и самостоятельным элементом в общей структуре идеологической системы, особенно в условиях советской «идеократии». В силу чего все попытки западной политологии и социологии разделить пропаганду и образование не срабатывают на примере советской действительности, где даже математика имела классовый характер и пропагандистский оттенок.

Не секрет, что исторический опыт нашей страны был связан с широким использованием идеологической обработки населения и интенсивным применением широкого набора пропагандистских средств в течение последнего столетия. Но для того, чтобы идеология могла эффективно существовать, необходимы не только ресурсы, механизмы и наработанные методики распространения идеологических формул в народ, но и поддержка этих идей миллионами людей.

---

<sup>29</sup> Там же. С. 305.

Воздействие на общественное мнение происходит двумя путями: прямым и непосредственным влиянием политической информации на общественное мнение и опосредованным воздействием на те явления и факты сознания, которые способствуют процессу формирования общественного мнения как социально психологического феномена (потребности, интересы, установки и ценностные ориентации). Идущий снизу поток работает по принципу обратной связи: «когда в пропагандистском воздействии удалось глубоко затронуть чувства личности, то воспринятое содержание становится не только предметом размышлений, но и источником волнений или настроения, побуждающей силой для новых желаний и устремлений».<sup>30</sup> Сегодня все больше становится очевидным, что связующим звеном исследований в сфере пропаганды должны стать пропагандистские образы и символы, изучение которых все больше набирает силу в современных гуманитарных и социальных науках.

Вне зависимости от выбранной формулировки, неоспоримым является то обстоятельство, что формирование ценностных установок - сложный процесс, связанный с преодолением комплекса стереотипов, национальных и психологических предубеждений. В силу этого, методологически корректным представляется использование общекультурного определения пропагандистской деятельности, позволяющее, наряду с принципом обратной связи, адекватно оценить объемы и эффективность форм и методов прямой и косвенной пропаганды.

---

<sup>30</sup> Якобсон П.М. Эмоциональный фактор в пропагандистском воздействии // Проблемы социальной психологии и пропаганды. М., 1971. С. 63.