

Задание №1. Формулировка проблемы исторического исследования

1. Объект и предмет исследования

Объект исследования. Как практическая форма донесения до сознания широких масс принципов исповедуемой государством коммунистической идеологии, советская пропаганда достигла наибольшего размаха в ходе Холодной войны, в которой одним из ключевых факторов победы являлась успешная идейная борьба. Пропагандистская деятельность СССР охватила широкий комплекс взаимосвязанных внутри- и внешнеполитических вопросов и стремилась оказывать серьезное влияние не только на политический климат собственно советского общества, но и на идейные концепции стран сформировавшегося социалистического лагеря. Исходя из этих положений, объектом исследования является советская пропаганда 1946-1970 гг. Нижняя хронологическая граница представляет собой общепринятую условную дату начала Холодной войны. Верхняя – обусловлена снижением наступательности пропаганды на фоне общей разрядки международной напряженности, а также идейным застоем социалистической системы.

Предмет исследования. Основные тенденции советской пропаганды 1946 – 1970 гг., ее формы, тематическое и идейное содержание, а также соотношение с действительностью и степень влияния на массы.

2. Краткое описание основного исходного знания

История СССР, большая часть которой пришлась на период Холодной войны, представляет собой крайне близкие к нашим дням события. Несмотря на это, о советской политической концепции в условиях идеологического противостояния с Западом, написано уже достаточно работ. В них поднимаются вопросы посвященные пропаганде. Характеризовать исследования на эту тему можно исходя из нескольких критериев: время создания (советский или постсоветский период); диапазон рассматриваемых проблем (пропаганда как один из аспектов анализа советской политики или как самостоятельный объект исследования); подход к изучению пропаганды (с преобладанием теоретического или конкретно исторического подхода).

Как уже говорилось выше, в советское время пропаганда была важнейшей сферой политики и оставалась, вероятно, делом исключительно государственным, исходящим из конкретных нужд страны. В этих условиях исследователи делали акцент не на критический анализ уже проделанной пропагандистской работы, а на выработку теоретических положений и рекомендаций, задача которых была правильно и в соответствии с линией партии выстроить дальнейшую деятельность, прежде всего, СМИ. Особый интерес в этих работах могут вызывать лишь теоретические сведения.

Если советские авторы исследовали социалистическую пропаганду как исключительно положительную форму просвещения и убеждения масс, то их современные коллеги склонны отмечать в ней высокую степень манипуляции сознанием в выгодном политической конъюнктуре ключе. Существуют работы из области контрпропаганды, особый акцент в которых делается на образ врага в советской пропаганде.

Особый интерес вызывает работа польского исследователя Л.Войтасика «Психология политической пропаганды». Он уделяет большое внимание психологическим аспектам пропагандистского воздействия. Акцент делается не только на содержание, но и на форму подачи пропаганды населению. Закономерности влияния пропаганды на массы дают возможность сформулировать критерии эффективности социалистической пропаганды в рассматриваемый период.

3. Вопросы и противоречия. Какого типа эти противоречия (между теориями, между фактами и теорией, между фактами)? Какого типа заданные вопросы (открытые или закрытые)?

Противоречия в изучении проблемы кроются в полярно разных подходах к оцениванию роли пропаганды, связанных еще и с пересмотром отношения к истории СССР как в науке, так и в обществе. Обобщенно подобная двойственность может быть охарактеризована следующим образом: «советская пропаганда: форма политического давления или способ духовного воспитания общества?». Т.е, речь идет о соотношении конструктивных и деструктивных

начал в пропаганде. Разрешение этого противоречия неизбежно приводит к противоречию между теорией и фактами.

Для исследования актуальны следующие вопросы:

- каковы основные темы, лозунги и образы советской пропаганды
- как и посредством чего, пропаганда воздействовала на массы (особого внимания здесь заслуживает образно-эстетическая составляющая наглядной агитации)
- насколько пропаганда сочеталась с реальной действительностью.
- в чем успехи и провалы советской пропагандистской деятельности.

Каждый из выдвинутых вопросов является открытым.

4. Цели и задачи исследования, пути решения проблем и противоречий

Цель работы: комплексно исследовать советскую пропаганду 1946-1970 гг., как ключевой фактор идейной борьбы в условиях Холодной войны

Для этого будут решаться следующие задачи: изучить теорию и истоки пропаганды в целом, этапы развития советской пропаганды; выявить ее основные мотивы и тенденции в годы Холодной войны; оценить степень влияния пропаганды на советскую аудиторию, а также страны народной демократии Восточной Европы и прокоммунистические страны Востока.

Для решения поставленных задач будут использоваться следующие источники: опубликованные документы правительств СССР и стран соополгера; воспоминания современников; периодическая печать, представленная советской прессой; агитационные плакаты.

5. Актуальность темы исследования

Обращение к проблеме пропаганды представляется актуальным по нескольким причинам.

Человечество на протяжении всего своего существования сталкивалось с проблемой практического и духовного осознания окружающей действительности. Постоянно накапливающийся опыт позволял формулировать все новые идеи. В результате этого неизбежным становится возникновение идеологии, как рефлексии вытекающей из общественных отношений и

интересов, трансформирующей их же через перемены в мышлении, и задающей им образ дальнейшего развития, согласно определенным взглядам и идеям. Порой она прямо отождествляется с мировоззрением. Возможны ли тогда тотальное осуждение всякой идеологии и курс на антиидеологизм, поддерживаемый современной политической конъюнктурой? Фактически это означает отказ общества от самопознания и возможности направлять свое развитие через формулирование ценностных ориентаций. В условиях утраты современной Россией ясно сформулированной идеологической парадигмы и аморфности ее пропагандистской деятельности, большой интерес в этой сфере вызывает предыдущий опыт нашей страны.

С научной точки зрения, широкое, но часто одностороннее поле информации по истории советской пропаганды требует обобщений и дополнений.

Изучение советской пропаганды актуально и в политико-идеологическом отношении. Радикальная перемена политического курса после развала СССР породила острую проблему поиска национальной идеи и выявления вектора дальнейшего развития. Несмотря на формальный отказ от предыдущего идеологического наследия, советский пропагандистский опыт, как попытка создать гармоничное общество и достичь международной консолидации и теперь кажется практически востребованным сразу по нескольким причинам:

- в условиях неудовлетворенности своим нынешним положением часть общества симпатизирует социализму и социалистическим идеям.

- в случае неприятия идей как таковых, востребованными для политической конъюнктуры могут оказаться собственно технологии работы над идеологическим климатом общества

- учитывая то, что система, возникшая в начале Холодной войны, потерпела в борьбе с идеологическими противниками неудачу, необходим критический анализ ее идеологических просчетов.

Из политико-идеологической актуальности прямо вытекает ценность критического анализа пропаганды в образовательно-педагогических целях,

связанных с переработкой учебной и публицистической литературы, посвященной истории СССР.

Технологии, используемые в пропаганде, а также наиболее выразительные и запоминающиеся образы наглядной агитации могут быть востребованы в организации рекламной деятельности. Интерес к такому средству советской пропаганды, как агитационный плакат, способствует выпуску современных репродукций, которые пользуются коммерческим спросом, как предметы коллекционирования.