

4. Сич О. Історія західного суспільства в міжвоєнний період (1919–1939 рр.): Навчальний посібник. – Чернівці: Наші книги, 2008.
5. Сич О.І. На зламі двох епох (до питання про зміни в суспільній свідомості після Першої світової війни) // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтва. – 2001. – № 4.
6. Сыч А. И. О некоторых социально-психологических последствиях первой мировой войны // Вопросы истории. – 2001. – № 11–12.
7. Уткин Ан. Уинстон Черчилль. – М.: Эксмо, 2002.
8. Уэлс Г. Очерки истории цивилизации. – М.: Эксмо, 2004.
9. Ференбах О. Крах и возрождение Германии. Взгляд на европейскую историю XX века. – М.: Аграф, 2001.
10. Шпенглер О. Годы решений. Германия и всемирно-историческое развитие. – Екатеринбург: У-Фактория, 2007.
11. Kałużyński Z. Jak zaczął się wiek XX // Polityka. – № 15. – 1999. – 15 kwietnia.
12. Rolland R. Das Gewissen Europas. Tagebuch der Kriegsjahre 1914–1919. Aufzeichnungen und Dokumente zur Moralgeschichte Europas in jener Zeit. Band I. Juli 1914 bis November 1915. – Berlin, 1983.
13. Spielvogel J. J. Western Civilization. – Vol. 2. Since 1600. 3rd ed-n. – Minneapolis et al., 1997.
14. Stearns P. N. European Society in Upheaval. Social History Since 1800. – London, 1970.

УДК 94(47).083:002.2

Т.И.Толчинская

ИСТОКИ И ОБСТОЯТЕЛЬСТВА ТРАНСФОРМАЦИИ ПЕЧАТНЫХ ОРГАНОВ В МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В РОССИИ НАЧАЛА XX ВЕКА

В статье автор попытался обосновать точку зрения о том, что именно в начале XX века печать стала целенаправленно использоваться для формирования общественного мнения.

Ключевые слова: печать, общественное мнение, коммуникация, агитация, пропаганда, агентство печати, социально-политические условия.

T.I. Tolchinskaya

THE ORIGINS AND CIRCUMSTANCES OF TRANSFORMATION OF PRESS BODIES INTO A SINGLE MECHANISM OF PUBLIC OPINION FORMATION IN RUSSIA AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY

In the article the author has tried to justify the point of view that it was in the early twentieth century that the press started to get used for the formation of public opinion.

Key words: the press, public opinion, communication, agitation, propaganda, press Agency, socio-political conditions.

В начале XX века, когда окончательно сложились печатные средства передачи информации, стала возможной идея массовой манипуляции читательской аудиторией. Информация стала не привилегией меньшинства, а бытовым содержанием широкой общественности. Таким образом, изменилась политическая коммуникация,

у которой появились новые средства, а соответственно, и цели. Массовая политическая коммуникация стала транслятором всей информационной среды общества, а средства массовой информации – важнейшим политическим инструментом.

Как показывает история развития отношений между властью и обществом, перед

отечественными печатными средствами массовой информации сначала самодержавным правительством, а затем и пришедшим ему на смену партийно-советским руководством ставилась задача воздействия словом на общественное сознание. Во времена Советского Союза пристальный взор к общественному сознанию, его постоянный учет были одной из характерных черт политики КПСС. Современная российская медиареальность свидетельствует о том, что и сегодня некоторые российские СМИ продолжают претендовать на роль манипулятора общественным мнением.

Интересен вопрос создания системы управления общественным мнением, деятельность которой была сопряжена с опасностью компрометации самой власти и ее начинаний. Региональный аспект развития рассматриваемой проблемы на фоне общероссийских событий исследуемого периода дает возможность не только повысить степень объективности и приблизиться к реалиям выделенного времени, но и показать их в плоскости восприятия обществом, воссоздать масштабность и конкретизировать последствия.

Первые труды по данной теме были изданы в дореволюционной России, когда закладывались основы работы отечественной печати, а патриотическое воспитание населения являлось их ключевой задачей. Они, как правило, отличались объективностью и достаточно реально отражали состояние проблемы, хотя и не содержали глубокого анализа политики правительства в сфере печати и механизмов ее реализации. В основном наблюдалась констатация принимавшихся мер, в том числе на региональном уровне. Труды, вышедшие в советский период, отличались тематическим разнообразием, хотя и освещали интересующую нас проблему, а также закономерности развития советского общества исключительно с партийных позиций. Современный период изучения влияния печати на массовое сознание связан, прежде всего, с теми преобразованиями, которые произошли в нашей стране в начале 1990-х годов. Изме-

нившиеся социально-политические условия позволили ученым расширить круг изучаемых проблем, привлечь ранее недоступные для анализа источники, обогатить методологическую базу исследований.

В начале XX столетия, прежде всего, военные теоретики рассматривали сотрудничество с прессой как механизм воспитания духа армии и поддержания ее боеготовности. В последующий исторический период возможность воздействия на общественное мнение через печать перешла в плоскость политики и стала активно использоваться в борьбе за власть. Одержавшие победу большевики не только активно использовали накопленный опыт взаимодействия с прессой, но и значительно расширили ее общественно-политический потенциал.

Следует отметить, что в европейских государствах вопрос о распределении информации был отрегулирован еще в первой половине XIX века, тогда как в России положение дел с органами печати находилось на очень низком уровне. Во Франции, например, агентство печати действовало с 1835 года, английское «Рейтер» было создано в 1851 году, а к концу столетия газеты и журналы ведущих стран Европы получали из этих органов порядка 90 % информации для своих выпусков и полностью материалы о важнейших событиях в международной жизни [5, с. 90–91]. Вполне естественно, что правительства разных стран стремились подчинить печатные агентства своему влиянию, интересам государства. Чаще всего это им удавалось, потому что во главу угла ставились национальные интересы. Особенно в периоды обострения социально-политической обстановки на международной арене агентства печати начинали массированную обработку общественного мнения, изо дня в день распространяя выгодную государству информацию, и тем самым убеждая и настраивая читателей на соответствующую реакцию. Так было, например, во всех странах-участницах Первой мировой войны перед началом боевых действий. При этом средства массовой информации не утруждали себя доказательствами, они

просто использовали психологическое давление на аудиторию. По этому поводу известный исследователь германской прессы П. Эльтцбахер указывал на необходимость «внушить читателю убеждение в том, что мысли, которые хотят вложить в его голову, еще раньше родились у него самого... При этом надо иметь в виду легковерие масс. Нет на свете ничего столь невероятного, чему нельзя было бы заставить поверить массы... Подвести массы к ложному выводу очень легко. Одно из средств для этого – публикация информации из сомнительного источника» [1, р. 120–130]. Специалисты в области формирования общественного мнения постоянно подчеркивали, что для достижения успеха все публикации должны быть, в первую очередь, нацелены на повышение авторитета правительства. Важна также и переориентация деятельности прессы. Указанный выше П. Эльтцбахер указывал, что перед началом войны пресса Германии имела «не менее важное значение, чем ее армия и флот, ее сельское хозяйство и промышленность, ее транспорт и ее финансы» [1, р. 233].

В этом смысле весьма полезным для всех участников международных событий в начале XX столетия, в том числе и для России, оказался опыт Японии, которая довольно успешно манипулировала своими информационными ресурсами, вводя в заблуждение противоборствующую сторону и одновременно оказывая позитивное для себя влияние на мировое общественное мнение.

К концу русско-японской войны представители российского военного командования пришли к выводу о том, что запретительные цензурные меры не всегда способствуют успеху, они выразили мнение о том, что «... меры цензуры должны... составлять такую же естественную принадлежность борьбы, как щит в древнем вооружении воина и как зарывание в землю и маскировка во всех видах боевой обстановки – в войнах настоящего времени» [4, с. 453]. Примечательно, что сами русские цензоры говорили о том, что цензура существенно облегчается в войне, «подготовлен-

ной в умах населения и армии», что только при условии единения народа и армии может сохраняться терпимость в отношении цензурных мер [4, с. 453–454].

Именно после окончания русско-японской войны в России силами ее участников из числа высшего командного состава был обобщен опыт фронтовой практики. В результате появились теоретические труды, в которых рассматривались государственные вопросы организации военных действий регулярной армии. Не в последнюю очередь к ним относилось и информационное сопровождение военных операций. Известный российский военный теоретик А.А. Незнамов, например, боевые успехи связывал не только с мерами политического и финансового характера, но и подготовкой общественного мнения.

Опыт Первой мировой войны показал, что по форме информационное воздействие на массовое сознание населения своей страны должно быть открытым и доступным. В противном случае, может возникнуть подозрительность и недоверие не только к информации, но и ее источникам, а также средствам распространения. Кроме того, и источники, и средства распространения информации должны находиться под постоянным государственным контролем, утрата которого чревата развитием негативных тенденций в сфере организации работы печати. В ходе войны четко определились три основных способа воздействия печатных органов на массовое сознание: информирование, агитация и пропаганда. При этом важно, чтобы подбор информации осуществлялся в соответствии с целями ее применения. Это означает, что этот процесс тесно связан с политической стратегией субъекта, иницирующего воздействие на массовое сознание (в данном случае государства). Иными словами, информирование не должно было ограничиваться простой передачей сведений, для достижения большего эффекта перед публикацией их нужно было анализировать и обобщать. Причем успех гарантировали не объемы информации, а частота обращения средств

печати к какой-либо определенной теме. Будучи постоянно на слуху, она с большей ответственностью и адекватно целям ее распространения воспринималась массовым сознанием. Важным моментом являлась своевременность подачи информации, т. е. представление ее именно в тот момент, когда общество не только готово к ее восприятию, но и ожидает появления в прессе соответствующих материалов.

Что касается агитации, то этот способ воздействия на массовое сознание формируется на основе информации и направлен на возбуждение интереса в обществе к какому-либо конкретному вопросу или его составной части, которая приобретает на определенном отрезке времени важное значение. Агитация для своего успеха, наряду с убедительностью и логичностью, требует настойчивости и подтверждения достоверности той информации, на которой она базируется. В таком же подходе нуждается и пропаганда, которая отличается от агитации масштабом, расширенным, более глубоким представлением в обществе идей или мнений. На начальном этапе агитация и пропаганда делились на множество тематических направлений, например, отдельно говорилось о военной, политической, экономической агитации и т. п. Однако в рассматриваемом ракурсе, когда речь идет о заинтересованности государства в утверждении в общественном мнении своих идеологических посылок, агитация и пропаганда должны охватывать все области одновременно.

Применительно к России очень точно подходят слова полковника В. Николаи, возглавлявшего разведывательную службу кайзеровской Германии во время Первой мировой войны, хотя эти слова были сказаны в отношении Германии. Он подметил, что в правительстве и военном руководстве «... очень многие занимались тактикой печати, но стратегией печати не занимался никто» [2, с. 167].

Наступивший 1917 год ознаменовал собой не только коренную ломку устоев российской государственности, но, прежде всего, кардинальное переустройство институтов

ее эволюции. Пришедшее к власти Временное правительство в числе первоочередных мер провозгласило свободу слова, печати, союзов, собраний и стачек [9, с. 220–221], 26 апреля 1917 года оно утвердило закон о печати, в котором подчеркивалось, что «печать и торговля произведениями печати свободны. Наказания за нарушения правил о печати, а равно за преступления, совершенные путем печати, налагаются не иначе как по суду. Никакие меры, направленные к задержанию, аресту и изъятию из обращения произведений печати, до судебного о том приговора по существу предъявленного обвинения, не допускаются» [3].

В первую очередь, деятельность прессы была направлена в армейскую среду, где практически беспрепятственно распространялось большое количество журналов и газет, в том числе и тех, которые ранее находились под запретом. В этих целях различными политическими партиями были созданы специальные военные бюро, кроме того, появилось множество культурно-просветительных организаций и общественных движений. При этом правительство не упускало из своих рук рычаги управления печатью, финансирование средств массовой информации в большинстве случаев осуществлялось через резервные военные фонды, которые возглавляли высокопоставленные военные чиновники. Так, по данным А. Деникина, только армии Юго-западного фронта было выделено на развитие военной печати 100000 рублей [6, с. 102].

Большевики после прихода к власти также не стали откладывать утверждение политической стратегии в отношении использования печати. Соответствующий декрет был подписан уже 9 ноября 1917 года. В нем, в частности, отмечалось, что «в критический момент, когда новая власть только упрочивается, невозможно было оставить это оружие целиком в руках врага, в то время как оно не менее опасно в такие минуты, чем бомбы и пулеметы» [7, с. 52].

В среде гражданского населения по территориальному принципу назначались комиссары по делам печати, которым было

дано право разрешать или запрещать выпуск печатных изданий. Вместе с комиссарами по типографиям они входили в состав отделов по делам печати и информации до тех пор, пока 19 мая 1919 года не было создано государственное издательство, взявшее на себя контроль над деятельностью всех печатных органов [11].

В то же время большевики коренным образом изменили подходы к организации агитационно-пропагандисткой деятельности в войсках. Теперь руководство этой сферой осуществлялось не по территориальному принципу, как это было раньше, эту функцию выполнял центральный политический аппарат. Организационно-агитационный отдел был создан в составе Всероссийской коллегии по организации Красной Армии [12].

Нужно отметить особенность развития газетной периодики России в годы революции и гражданской войны. Она заключалась, прежде всего, в том, что, несмотря на репрессии белых и красных властей, осуществить монополизацию газетного дела в полной мере не удавалось, и оппозиционные газеты продолжали выходить. Этому, в первую очередь, способствовало сопротивление журналистов. Редакторы возобновляли издания под другими названиями, пользовались искусным подбором информации и всякого рода оговорками. Издания переводились с дневных выпусков на вечерние, менялась периодичность выхода газет. Со страниц газетной прессы убиралось указание на принадлежность к политическому направлению. Газеты называли себя «народными», «демократическими» и т. п. Например, на территории советской России официальный орган кадетов – газета «Речь» – неоднократно меняла название и продолжала выходить. Она называлась: «Наша речь», «Свободная речь», «Век», «Наш век», «Новая речь». Часто менял название и орган правых эсеров «Дело». Он назывался и «Дело народное», и «Дело народов» и т. п. А центральный орган ЦК РСДРП (объединенной) «Рабочая газета» с 21 по 30 ноября 1917 года выходил под названиями: «Луч», «Заря», «Клич», «Пламя», «Факел».

Газета «День», выражавшая взгляды крайне правых групп меньшевиков-оборонцев, с октября 1917 по май 1918 года имела несколько названий: «Новый день», «Ночь», «Полночь», «Грядущий день», «В глухую ночь».

Это касалось и региональных изданий. Например, на Ставрополье газета «Ставропольские губернские ведомости», которая выпускалась с января 1850 года, в течение первых трех лет после революции сменила несколько названий. В этот период она называлась: «Известия Ставропольского губернского комитета общественной безопасности», «Известия Ставропольского губернского комитета общественных организаций», «Ставропольский вестник», «Ставропольские ведомости». Наконец, в 1919 году она вновь была зарегистрирована под названием «Ставропольские губернские ведомости». Однако в феврале 1920 года газета была запрещена как печатный орган контрреволюции [2; 8; 9].

Тем не менее пресса оказалась очень приспособленной к резким изменениям обстановки в том или ином регионе страны. Несмотря на постоянные репрессии белых правительств против газет социалистического направления, они продолжали существовать, а в ряде случаев их количество даже увеличивалось.

Общественно-политическая жизнь страны в 1900–1930-х годах полна драматизма, насыщена неопределенностью, реформами и поиском путей построения общества достатка и благоденствия. Ее изучение помогает понять сущность происходившего, определить содержание внутренней политики, а заодно и характер государственной власти. Информационно-пропагандистская деятельность печати – это отражение концептуальной политической стратегии любого государства. Сегодня эта сфера деятельности в России находится в кризисном состоянии. Если в советский период развития страны наблюдалась одна крайность: пропаганда строилась и реализовывалась по законам доминирующей идеологии, то сегодня налицо другая – она расчленена на множество

направлений, форм и методов, равное количеству активных политических партий и движений. Ни то, ни другое положение не отвечает потребностям цивилизованного общества. Информационно-пропагандист-

ская деятельность, на наш взгляд, должна быть государственной, т. е. отвечающей интересам общества, но внепартийной и в то же время обладающей могучим мобилизующим потенциалом.

Литература

1. Eltzbacher P. *Die PressealsWerkzeug der auswärtigen Politik*. – Jena, 1918.
1. Nicolai W. *Nachrichtendienst, Presse und Volksstimmungim Weltkrieg*. – Berlin, 1920.
2. Беликов Г. Дорога из минувшего. – Ставрополь: Ставропольское книжное издательство, 1991.
3. Вестник Временного правительства. – 1917. – 27 апреля.
4. Волковский Н. Л. История информационных войн: в 2-х ч. Ч. 1. – СПб.: ООО «Изд-во «Полигон», 2003.
5. ГейдORN Г. Монополии, пресса, война. – М.: Прогресс, 1964.
6. Деникин А.И. Очерки русской смуты // Вопросы истории. – 1990. № 9.
7. История Советской Конституции. – М.: Изд-во АН СССР, 1957.
8. Кудряшова С. По страницам «Ставропольских губернских ведомостей»: к 150-летию газеты. Архивные материалы // Ставропольские губернские ведомости. – 1999. – 12 ноября.
9. Леденев А. Откуда «Ведомости» есть – пошли // Ставропольские губернские ведомости. – 1999. – 16 апреля.
10. Падение царского режима. Том 1 (Стенографические отчеты допросов и показаний, данных в 1917 г. в Чрезвычайной Следственной Комиссии Временного Правительства). – М.: Госиздат, 1924.
11. Центральный музей Вооруженных сил. Гражданская война (1918–1922 гг.). Инв. № 4/38047.
12. Центральный музей Вооруженных сил. Инв. № 4/16260.