



International Conference on Linguistics, Literature And Translation

International Conference on Linguistics, Literature And Translation - double-blind peer-reviewed, monthly, open-access proceeding published to get excellence on Research and Development. It publishes high-quality articles across the breadth of linguistics, literature and translation research. With its uniquely broad coverage, all articles are free to access across the globe, allowing authors to share their research and maximise its impact. The boletin on Linguistics, Literature And Translation is led by expert international editorial board members who take an objective approach to peer review, ensuring each research paper is reviewed and evaluated on its own scholarly merits and research integrity. Joining your work in the International Conference of Linguistics, Literature, and Translation means you will receive prompt and reliable publishing and a global platform for your research to reach its full potential.

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКО- ИДЕОКУРАЛЬНОЙ ПРОПАГАНДЫ

Рустамов Рамз Ризокулович

Доцент, Каршинский государственный технический университет

Аннотация

В данной статье автор поясняет, что политико-идеологическая пропаганда также имеет свое место в современной пропагандистской мегасистеме, что сегодня она проявляется как сложный и многогранный механизм, способный направлять общественное мнение в сторону определенных социальных потребностей и целей, и что в ряде случаев этот механизм служит не только для распространения определенных идей, но и для манипулирования сознанием и психикой членов общества.

Ключевые слова: пропаганда, политическая пропаганда, идеологическая пропаганда, методы пропаганды, приемы пропаганды, орудия пропаганды.

Политико-идеологическая пропаганда — это процесс распространения информации, знаний и идей, которые служат для согласования общественного мнения с политическими интересами определенных субъектов. Как и другие системы пропаганды, она имеет свое содержание и цель, формы и методы, факторы и средства, конечно. Наряду с этим, есть особенность, присущая только ей: в отличие от других систем пропаганды, политико-идеологическая пропаганда не только повышает уровень осведомленности людей, но и формирует в их сознании определенный образ реальности. Кроме того, она является видом социальной деятельности, способным создавать собственную конструкцию реальности, мобилизовать большие группы, стремящиеся изменить эту конструкцию, преувеличивая одни события и оставляя другие в тени.

Политическая и идеологическая пропаганда, как и экономическая и социальная, осуществляется определенными субъектами. Каждый из них играет важную роль в формировании общественного мнения и влиянии на текущие политические процессы. Состав этих субъектов, их цели и задачи позволяют глубоко понять, как возникают политические процессы, причины и закономерности их протекания.

Каждый субъект политической и идеологической пропаганды преследует свои цели. В частности, целью государственных органов, которые являются основными субъектами

этой пропаганды, является повышение легитимности власти, усиление авторитета государства на внутренней и международной арене. Если в демократическом обществе государство прибегает для этого к объективным фактам и аргументам, то в тоталитарных обществах оно опирается на отобранную или фальсифицированную информацию. Политическая и идеологическая пропаганда, осуществляемая государством, может иногда становиться более активной, иногда слабее, но она не исчезнет полностью. Потому что политическая и идеологическая пропаганда является одним из центральных факторов, который обеспечивает реальность и авторитет государства, обосновывает его политику и доносит ее до населения¹.

Политические партии также преследуют собственные интересы в политической и идеологической пропаганде. Их цели в этом плане — донести свою идеологию до как можно большего числа граждан и тем самым увеличить число своих сторонников. Большинство партий отдельно занимаются вопросами финансового обеспечения своей деятельности в этом направлении, усиления ее теоретического, идеологического и методического обеспечения, воспитания поколения квалифицированных специалистов. Политическая и идеологическая пропаганда партий также является непрерывным процессом, основанным на конкретных планах и программах. Однако эта деятельность становится особенно активной накануне различных политических мероприятий, в том числе выборов, конференций и форумов. В это время партии начинают не только пропагандировать свои идеи и идеологии, но и дискредитировать своих оппонентов².

Неправительственные организации в демократических обществах часто выступают в роли постоянных критиков власти. Они стремятся обобщить взгляды общественности на права человека, социальную справедливость, приемлемый образ жизни, экологическую ситуацию и на этой основе сформировать общие идеалы общества в этом отношении, донести эти идеалы до власти и подвергнуть критике решения государства, препятствующие реализации этих идеалов. С этой целью они широко используют возможности политической и идеологической пропаганды. Таким образом, целью политической и идеологической пропаганды неправительственных организаций является определение общественного мнения и донесение его до государственных органов³.

Другой вид политико-идеологической пропаганды – крупные бизнес-структуры. Такие субъекты занимаются пропагандой в целях защиты своих экономических интересов и поддержки их на уровне государственной политики. Стоит подчеркнуть, что речь идет не о представителях малого и среднего бизнеса. Политико-идеологическая пропаганда требует значительного материально-технического, финансового и организационного потенциала, а такой потенциал способен привлечь и мобилизовать не только представителей малого и среднего бизнеса, но и крупных бизнес-структур. А очень крупные корпорации, такие как Google или Facebook, способны не только защищать свои экономические интересы, но и продвигать и утверждать определенные идеологические позиции, широко их популяризировать, увеличивать число сторонников этой точки зрения в обществе⁴.

Государственные органы, политические партии, неправительственные организации и крупные хозяйствующие субъекты в ходе политико-идеологической пропаганды для достижения своих целей ставят перед собой ряд задач и стремятся к их реализации. Эти

¹ Qarang: Лысенко А.С. Пропаганда как неотъемлемая часть политической системы.// Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения, 2016, №49-1.- 103-106-с.

² Qarang: Щербаль С.С. Технологии политической пропаганды в избирательных кампаниях российских партий: на примере парламентских выборов: Автореф. дисс. канд. полит. н.- Краснодар: Кубанский ГУ, 2012.

³ Qarang: Свинцова Л.Г., Макаркина Е. Роль негосударственных организаций в повышении эффективности политических решений.// Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования, 2006, №6.- 83-88-с.

⁴ Qarang: Клишин И. Частный авторитаризм. Как Facebook и Google угрожают демократии.// medium.com, 2016, 9 sentabrya.

задачи отражаются в долгосрочных стратегиях государственных органов, в планах политических партий на определенный период, в уставах неправительственных организаций, в специальных бизнес-планах крупных хозяйствующих субъектов. Они также характеризуются своим многообразием.

Различные субъекты пытаются формировать общественное мнение и влиять на поведение граждан посредством политической и идеологической пропаганды. Однако цели этих действий, как и экономической и социальной пропаганды, могут иметь разную природу. В зависимости от характера целей и характера выбранных методов политическую и идеологическую пропаганду можно разделить на конструктивную и деструктивную.

Конструктивная политическая и идеологическая пропаганда направлена на позитивное воздействие на умы и сознание членов общества и через это воздействие на формирование у них активной гражданской позиции. Такая пропаганда, с одной стороны, повышает политическое сознание людей, а с другой — побуждает их к активности.

Напротив, деструктивная политическая и идеологическая пропаганда способствует нарушению социальной гармонии, подрыву доверия к социально-политическим институтам и разжиганию различных конфликтов.

Условия и ряд особенностей современного общества обуславливают существенное усиление конструктивной и деструктивной политической и идеологической пропаганды. Говоря об этих причинах, необходимо, прежде всего, назвать усиливающуюся поляризацию современного общества. Растущее неравенство между людьми, помимо противоречивых интересов различных социальных групп и классов, приводит к возникновению противоположных социальных позиций, а в ряде случаев и к возникновению конфликтов⁵. В таких обстоятельствах некоторые группы активно используют политические и идеологические пропагандистские технологии и возможности для продвижения своих благородных намерений, в то время как другие выставляют своих оппонентов «врагами» и манипулируют общественным мнением.

Различные культурные изменения в современном обществе также создают основу для возникновения конструктивной и деструктивной политической и идеологической пропаганды. В частности, в условиях глобализации происходят изменения, вызывающие у населения недоверие и чувство страха перед будущим: трансформируются веками лелеемые идеи, идеалы и нормы, подрываются национальные традиции и обычаи⁶.

Изменения в информационном обществе в новом веке и информационная война также приводят к тому, что политико-идеологическая пропаганда приобретает более актуальную форму. Сегодня эта информационная война ведется в двух направлениях. "Во-первых. "Любое политическое, экономическое, социальное или духовно-культурное событие, происходящее в мире, освещается в контексте интересов определенных политических сил". "Во-вторых. Растущее распространение негативной информации заставляет быть бдительными"⁷. В условиях все более напряженной информационной войны между государствами и политическими кругами в этих сферах пропаганда становится важным инструментом достижения стратегических целей. Это прослеживается, в том числе, и в отношениях России и стран Запада: обе стороны используют политические и идеологические пропагандистские технологии для укрепления своих позиций на международной арене и дискредитации оппонентов.

Поскольку различные субъекты все активнее используют возможности политической и идеологической пропаганды для достижения своих целей и задач, совершенствуются и

⁵ Qarang: Сапронов А.В., Крицкая О.А. Особенности социальной поляризации российского общества.// Вестник Нижегородского университета им. Н. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2013, №4.- 82-86-с.

⁶ Qarang: Jamolov D.B. Globallashuv sharoitida milliy madaniyatni rivojlan-tirish muammolari (ijti-moiy-falsafiy aspekt).- T.:TUBO-NASHR, 2024.

⁷ O'sha manba.- 54-b.

формы ее реализации. Как известно, изначально политическая и идеологическая пропаганда осуществлялась в форме публичных выступлений. Заинтересованные субъекты стремились донести свои идеи до широкой общественности путем организации выступлений влиятельных деятелей и высокоталантливых ораторов.

Однако быстрый демографический рост снизил эффективность и масштабы политической и идеологической пропаганды посредством речей. Поскольку речи позволяли донести определенную идею лишь до ограниченной аудитории. Однако число людей, которых необходимо было охватить политическим и идеологическим воздействием, постоянно увеличивалось. Поэтому форма политической и идеологической пропаганды через печатные издания постепенно совершенствовалась. Первоначально эта форма пропаганды осуществлялась в Древнем Риме с помощью плакатов, вывешиваемых на городских площадях и выражающих сообщения о заседаниях сената и отношении правящих кругов к тем или иным событиям. Позднее эти плакаты были заменены газетами. Со временем газеты стали средством пропаганды, позволяющим не только оперативно доносить до широких слоев населения различную информацию, но и формировать определенное политическое мировоззрение.

Изобретение радио и телевидения в XX веке породило визуальную форму политической и идеологической пропаганды, а развитие Интернета породило виртуальную форму политической и идеологической пропаганды. Эти формы пропаганды остаются важными каналами политической и идеологической пропаганды и сегодня. Кроме того, открываются все новые и новые способы использования потенциала визуальной и виртуальной пропаганды. Однако в тоталитарных обществах происходит попытка цензурирования их потенциала: в таких обществах сфера визуальной пропаганды строго контролируется государственными органами, и даже предпринимаются попытки регламентировать процесс использования гражданами интернет-сайтов⁸.

Сегодня ландшафт политической и идеологической пропаганды стремительно меняется и совершенствуется. В условиях, когда технический прогресс ускоряется, ценность информации растет, цифровые технологии бурно развиваются, и даже платформы социальных сетей и алгоритмы искусственного интеллекта служат целям пропаганды, для субъектов политической и идеологической пропаганды возникают как новые возможности, так и новые обязанности и проблемы. Например, развитие искусственного интеллекта может полностью изменить характер политической и идеологической пропаганды в ближайшем будущем. Он предоставляет субъектам пропаганды возможность быстро анализировать существующую информацию, адаптировать ее к потребностям широкой общественности, преобразовывать в приемлемые формы и выбирать удобные методы⁹. В то же время эти возможности могут создать и ряд проблем. В частности, они расширяют возможности для формирования и распространения ложной информации. В результате широкой общественности будет все труднее отличать правду от лжи. В такой ситуации вопрос совершенствования конструктивных форм политической пропаганды становится одной из важных задач демократического общества¹⁰.

Рост политического популизма в разных странах может также кардинально изменить содержание политической и идеологической пропаганды в ближайшем будущем¹¹. Также существует риск, что она станет инструментом, служащим для повышения престижа

⁸ Qarang: Володенков С.В. Особенности и возможности применения технологий Интернет - пропаганды в политическом управлении.// PolitBook, 2016, №4.- 15-30.

⁹ Qarang: Кошмаров М.Ю., Манойло А.В., Трубецкой А.Ю. Политические технологии и пропаганда в контексте глобальных революционных трансформаций.// Государственная служба, 2023, №1.- 76-85-с.

¹⁰ Qarang: o'sha manba.

¹¹ Qarang: Пименова О.В. Популизм как политический феномен.// Социально-политические науки, 2021, №6.- 56-64-с.

определенных политических групп и прославления действий того или иного политика. Если такая возможность станет реальностью, политическая и идеологическая пропаганда может стать фактором, отчуждающим людей друг от друга и вызывающим хаос в обществе, а не источником, объединяющим людей вокруг творческих идей. К сожалению, в некоторых странах зачатки этой тенденции видны уже сегодня.

Но есть и позитивные ожидания относительно будущего политической и идеологической пропаганды. Возможно, благодаря модернизации политического образования, повышению политической грамотности населения, повышению его осведомленности о целях и задачах пропаганды улучшится умение людей отличать правдивую информацию от ложной. Возможно, в результате повышения информационной культуры, появления способности рационально использовать средства массовой информации разовьется критическое мышление людей. Возможно, все более активная деятельность институтов гражданского общества придаст честность и прозрачность политической и идеологической пропаганде.

Таким образом, в сегодняшнее сложное время политическая и идеологическая пропаганда находится на перепутье фундаментальных качественных изменений. Характер этих изменений зависит от того, какие тенденции доминируют в обществе. Ведь если доминирование позитивных тенденций придает его характеру гуманизм и прогрессивность, то укорененность негативных тенденций может превратить его в источник бесчеловечности и антисоциальности.

Подводя итог, можно сказать, что к XXI веку политическая и идеологическая пропаганда превратилась в сложный и многогранный процесс распространения информации и идей, служащих для согласования общественного мнения с политическими интересами конкретных субъектов. Сегодня она находится в начале фундаментальных качественных изменений. Будущий характер этих изменений зависит от того, какие тенденции (прогрессивные или регрессивные) возобладают в обществе.

Список использованной литературы:

1. Лысенко А.С. Пропаганда как неотъемлемая часть политической системы.// Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения, 2016, №49-1.- 103-106-с.
2. Щербаль С.С. Технологии политической пропаганды в избирательных кампаниях российских пар-тий: на примере парламентских выборов: Автореф. дисс. канд. полит. н.- Краснодар: Кубанский ГУ, 2012.
3. Свинцова Л.Г., Макаркина Е. Роль негосударственных организаций в повышении эффективности политических решений.// Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования, 2006, №6.- 83-88-с.
4. Клишин И. Частный авторитаризм. Как Facebook и Google угрожают демократии.// medium.com, 2016, 9 sentabrya.
5. Сапронов А.В., Крицкая О.А. Особенности социальной поляризации российского общества.// Вестник Нижегородского университета им. Н. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2013, №4.- 82-86-с.
6. Jamolov D.B. Globallashuv sharoitida milliy madaniyatni rivojlan-tirish muammolari (ijtimoiy-falsafiy aspekt).- Т.:TUBO-NASHR, 2024.
7. Володенков С.В. Особенности и возможности применения технологий Интернет - пропаганды в политическом управлении.// PolitBook, 2016, №4.- 15-30.
8. Кошмаров М.Ю., Манойло А.В., Трубецкой А.Ю. Политические технологии и пропаганда в контексте глобальных революционных трансформаций.// Государственная служба, 2023, №1.- 76-85-с.

9. Пименова О.В. Популизм как политический феномен.// Социально-политические науки, 2021, №6.- 56-64-с.