

УДК 32.019.5

А.Н. СПАССКИЙ, кандидат политических, доцент, НГПУ им. К. Минина, г. Нижний Новгород, e-mail: spal@mail.ru

А.В. БАБАЕВА, кандидат философских наук, доцент, НГПУ им. К. Минина, г. Нижний Новгород, e-mail: dff1890@yandex.ru

Н.В. ШМЕЛЕВА, кандидат филологических наук, доцент, НГПУ им. К. Минина, г. Нижний Новгород, e-mail: shmelevanv@mail.ru

ПОЛИТИКО-КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО СССР: СУЩНОСТЬ, МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ, КАНАЛЫ ВЛИЯНИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

A. N. Spassky, A. V. Babaeva, N. V. Shmeleva

POLITICAL AND COMMUNICATIVE SPACE OF THE USSR: ESSENCE, FORMATION MECHANISMS, CHANNELS OF INFLUENCE ON PUBLIC OPINION

В статье исследуется сущность политико-коммуникативного пространства, механизмы его формирования и каналы влияния на общественное мнение. Раскрываются его универсальные характеристики: многомерность, неоднородность и его роль в легитимации правящего политического режима. Подчеркивается взаимосвязь эффективной коммуникации с ресурсной базой коммуникатора и социально-политическим заказом репрезентативных общественно-политических групп.

Ключевые слова: политическое пространство, информационное пространство, политико-коммуникативное пространство, гражданское общество, общественное мнение, манипуляция сознанием, информация, пропаганда, дезинформация, политическая идеология, политические идеи, политическая коммуникация.

The article investigates the essence of political and communicative space, the mechanisms of its formation and channels of influence on public opinion. Disclosed are its universal characteristics: multidimensionality, heterogeneity and its role in legitimizing the ruling political regime. Underlines the relationship of effective communication with resource base of communicator and socio-political order of representative social and political groups.

Keywords: political space, information space, political and communicative space, civil society, public opinion manipulation of consciousness, information, propaganda, misinformation, political ideology, political ideas, political communication.

Политическое пространство для целей нашего исследования понимается как ареал протекания политических процессов [16, с.23]. Политическое пространство далеко не всегда территориально: оно может быть правовым, конституционным, электронным, наконец, информационным. Особое место в этой связи следует уделить информационному пространству, так как именно в нем формируются общественно признанные ценности и идеи, благодаря чему происходит легитимация власти, моделей управления, обеспечиваются поддержка, устойчивость и развитие политической системы.

Соответственно, в рамках политического пространства информационное пространство можно определить не просто как ареал распространения информации (в виде отдельных неструктурированных фактов, событий, «битов информации»), но как совокупность мыслей и идей, которые во взаимодействии образуют политические идеологии, мировоззрения, теории, концепции; как ареал их зарождения, развития, распространения, конкуренции, конвергенции, консервации.

Информационное пространство практически всегда экстерриториально, то есть не имеет четко очерченных границ, они всегда предельно широки и определяются как границы,

где заканчивается влияние тех или иных идей. Информационное пространство имеет несколько уровней:

- а) ядро, где его влияние наиболее сильно или монополярно;
- б) зона влияния, где его влияние конкурирует с другими;
- в) угасающая зона, где его влияние падает под воздействием более сильных конкурентов.

Попытки ограничить информационное пространство, например, государственными или административными границами, как правило, ни к чему не приводит. Так, при всей официальной закрытости советского общества граждане СССР активно слушали радиопередачи «вражеских станций» (невзирая на все попытки их глушить), имели, хоть и ограниченный, доступ к произведениям западной литературы, музыки, газетам и журналам. С другой стороны, информационное пространство СССР далеко выплескивалось за его границы («экспорт революции», Коминтерн, социалистический лагерь, страны социалистической ориентации).

Информационное пространство возникает как отражение политического пространства и в этом понимании копирует или воспроизводит взаимоотношения (формальные и неформальные), имеющие место в политическом пространстве, его противоречия и конфликты, отражая и механизмы лоббирования.

Информационное пространство играет важнейшую роль в политической системе. Оно является осевым элементом политического режима, обеспечивая его легитимность, массовую поддержку. Тем более это важно для советской политической системы, идеократической по своему характеру.

Информационное пространство порождается, прежде всего, властными группами: они имеют преференции в создании информационного поля. Особенно это было актуально для советской политической системы. Показательными в этом отношении могут являться «Специальные указания редакциям Центральных газет», которые представляли собой перечисление всех центральных газет, которым указывалось, под каким углом освещать те или иные события, на каких проблемах сосредотачиваться. Следует отметить, что каждой газете в зависимости от того, какие структуры она официально представляла (партийные, государственные, общественные и т.д.) определялись собственные задачи. Так, например, 8 февраля 1930 г. для «Правды» такие указания были следующими: «Правда – освещая вопрос в целом, делает упор на работу парторганизаций по руководству ходом выполнения производственных планов и посевных кампаний и под этим углом проводит самокритику и критику печати. На ближайшие недели в качестве первоочередной задачи являются вопросы сбора и подготовки семфонда к сроку» [6, л.36]. Однако следует отметить, что властные группы задают только векторы таких направлений. В политическом пространстве действуют несколько групповых сил, сменяющих друг друга поочередно: то преобладая, то уступая инициативу, то выступая тандемом, при равенстве ресурсов. Поэтому направлений информационного поля будет множество и эти направления всегда будут иметь как свою институциональную структуру, так и своих неформальных покровителей, формируя, таким образом, механизмы фабрикации и каналы распространения политических идей.

Между информационным пространством и гражданским обществом существует двойное взаимодействие.

С одной стороны, гражданское общество и его структурные элементы влияют на информационное пространство. Их роль состоит в том, что они, в зависимости от своих интересов, могут заниматься фабрикацией идей, трансляцией, генерацией информации, либо дезинформацией.

В советской политической системе они формировали общественное мнение, создавая те или иные идеологемы. Особенно этот феномен заметен в моменты преобразований, реформ. Так, в период перестройки именно заинтересованные группы в значительной степени сформировали такие устойчивые мифологизированные клише, как «волшебная сила рынка», «демократические ценности», «новое мышление», «единый европейский дом», и т.д. Заинте-

ресованные группы с помощью различных каналов вбрасывали информацию, разрушали единое информационное пространство с целью дальнейшего лоббирования своих интересов.

С другой стороны, само информационное пространство воздействует на общество и его структуры, ставя пределы их деятельности в виде запретов, ограничений или поощрения. Оно ограничивает деятельность общественных групп, не предоставляя им поддержки или создавая информационный вакуум. В частности, те группы, которые в советской системе позиционировали себя как внесистемные, оппозиционные, тем самым изначально ставились в положение информационной изоляции. Не случайно большинство из них оставались на маргинальной стадии развития (кружки, «клубы друзей», кухонные посиделки).

Именно власть берёт на себя функции фильтра, дозирующего информацию, циркулирующую в советской политической системе. По мере развития системы эта цензурная функция становится всё более жёсткой, формализуясь, прежде всего, в деятельности Главного управления по охране государственных тайн в печати при Совете Министров СССР, а также и других специальных ведомств [9,10,11].

Показательно в этом отношении постановление Оргбюро ЦК РКП(б) от 18 января 1923 г. в отношении хранения и использования зарубежной литературы, на которое регионы реагировали следующим образом: «Нижгубком предлагает вменить в строжайшую и неуклонную обязанность всем членам партии, имеющим зарубежную литературу, ни в коем случае не давать ее для прочтения не членам партии. О содержании настоящего циркуляра извещать в секретном порядке всех членов партии» [4, л.60]. Продолжая логику сказанного, следует обратить внимание на то, что XII съезд партии уделял огромное значение задачам распространения «правильной» печати именно в деревне, что нашло отражение в постановлениях съезда [8]. В том, что этому вопросу уделялось огромное значение, нас убеждает циркуляр ЦК РКП(б) № 170 от 22 ноября 1923 г., в котором указано, что «исходя из тиража «Крестьянской газеты» явствует, что «постановление XII партийного съезда ... о том, что ... распространение печати прежде всего в деревне» в настоящее время имеет «крупнейшее политическое значение» – местными партийными организациями не учтено в достаточной мере и работа по внедрению газеты в деревню не ведётся с должной эффективностью» [3, л. 174 об].

В условиях отсутствия доступа к официальным средствам массовой информации такие группы начинают создавать альтернативные средства массовой коммуникации: такие, как самиздат, тамиздат.

Распространённость самиздата уже в 1920-е гг. можно проследить по архивным данным Нижегородского региона. Как доносил в июне 1926 г. в Центральную контрольную комиссию секретарь партийной ячейки службы тяги станции Нижний Новгород А.И. Снезде, преподаватель Нижегородских партийных курсов (и активный сторонник «новой оппозиции») Г. Геворкьян доказывал ему, «что у нас сейчас партия переживает такой кризис, как никогда за всё время существования такой партии и это лишь только потому, что нет возможности низовым и вообще партийцам свободно высказывать свою мысль и то, что они думают», а «чтобы у тебя не осталось ни малейшей тени сомнения – я постараюсь тебе всё сказанное доказать соответствующими документами» [5, л.1].

«Соответствующими документами» оказались размноженные на печатной машинке:

«1. Заявление тов. Евдокимова в Политбюро о внутрипартийной демократии и оргвыводы.

2. Выписка из журнала «Большевик» дискуссионный отдел экономические заметки Преображенского.

1. Современный товарный голод и кризис 1923 г.

2. Итоги плановой работы 24/25 год.

3. Поправки т. Троцкого к проекту резолюции т. Рыкова о хозяйственном положении СССР.

4. Заявления Зиновьева, Каменева, Бухарина, Крупской, Сталина о неопубликованных документах Владимира Ильича.

5. Пленум ЦК – заявление т. Зиновьева об остановке работ последнего конгресса Коминтерна, заявления Бухарина, Сталина, Мануильского, Геслер.
6. Письмо Шляпникова в ЦК и Политбюро.
7. О бывшем кадете Слепкове.
8. Письмо Кастрицкого в Политбюро об общем собрании коллектива «Красный треугольник».
9. Речь Пятакова о хозяйственном строительстве» [5, л. 2 об].

Сам Г. Геворкьян при допросе в ЦКК на прямой вопрос председателя комиссии М.Ф. Шкирятова: «Вы действуете методами партийными или непартийными?» убежденно ответил: «Если я не сомневаюсь в том, что в партии дискуссия будет, то каждый член партии документы иметь должен» [5, л. 12 об].

Своеобразным каналом передачи информации в советской системе становились произведения искусства, которые формировали у читателей/зрителей/слушателей желательные или нежелательные для системы образы. Проблема особенно обострилась после Великой Отечественной войны, когда вначале (в 1940-е гг.) хлынули трофейные фильмы, а затем (в 1950-е гг.) открылись шлюзы для закупки произведений западного искусства. Эти произведения влияли на мировоззрение даже непроизвольно, подсознательно, просто показывая иную модель поведения, иные стандарты жизни.

В то же время ряд произведений советского киноискусства размывал монолитность мировоззрения вполне сознательно. Достаточно вспомнить знаменитые советские комедии Л. Гайдая, содержащие критику советской системы («Кавказская пленница», «Операция «Ы» и другие приключения Шурика», «Бриллиантовая рука» и др.).

Всё это размывало идеологическую однородность советского общества, что приводило к формированию различного рода неформальных «тусовок», с течением времени приобретавших политическую окраску. Здесь необходимо понимать, что у каждой социальной группы всегда будут свои формы «ответа», реакции. Если для молодёжи 1960-80-х гг. характерна, как правило, неосознанность происходящих процессов, то их формы протеста выражаются в виде асоциального поведения, формировании молодёжных союзов (стиляги, хиппи, рокеры и т.д.). Это не поколение, которому, по меткому выражению В. Высоцкого, «хотелось по танки», это поколение сытых.

В свою очередь, у интеллигенции такие формы протеста вылились в диссидентское движение, а у партийно-советского аппарата это отразилось в формах генезиса, трансформации политических групп интересов, которые получили наименование «диссиденты в системе» [15].

Сами властные группы были стеснены однородностью, излишней идеологической стерильностью, образовавшейся с 1930-х гг., поэтому активно использовали неофициальные каналы распространения информации [17].

При анализе информационного пространства и распространения политических идей в нем необходимо иметь в виду два ключевых положения.

Во-первых, ментальность общества не сводима только к идеологии. Тем более это очевидно для начала XXI в., когда стало модно говорить о «конце идеологии», когда существенные для XIX в. различия между социализмом, либерализмом, консерватизмом и иными «измами» стали постепенно стираться. Для формирования «коллективного сознания» необходимо и достаточно согласие основной части общества по поводу некоторых базовых ценностей: гражданское общество, права человека, разделение властей. На уровне обыденного сознания это могут быть предельно широкие понятия: отечество, солидарность, взаимопомощь и т.д.

Информационное пространство всегда существует как многомерное, и это является его универсальной природой. Поэтому, говоря о той или иной преобладающей идеологии, мы всегда имеем в виду условность «преобладающей». Например, в советской политической системе в рамках одной официальной идеологии одновременно сосуществовало несколько конкурирующих идеологий, что вызывалось разностью интересов репрезентативных групп

(или тех, кто за ними стоял): ориентация на мировую революцию и космополитизм В.И. Ленина, а затем и ленинской гвардии, жёстко противостояла государственному национализму И.В. Сталина; при Н.С. Хрущеве активно дебатировались идеи мирного сосуществования, неизбежности войн при империализме, последствий ядерной войны; Л.И. Брежнев встречал в борьбе за разрядку напряженности сопротивление значительной части элиты, которая воспринимала мирное сосуществование как форму идеологической борьбы; на завершающем этапе советской истории боролись концепции М.С. Горбачева об «общечеловеческих ценностях» и их примате над классовыми, и охранительные представления группы государственных чиновников о преобладании государственных интересов над всеми остальными.

Во-вторых, коммуникация не сводима только к средствам массовой информации. Распространение идей может быть как формальным, так и неформальным. Политические коммуникации – неоднородны. Обычно выделяют три основных способа политической коммуникации:

1. Коммуникация через средства массовой информации.
2. Коммуникация через организации (когда политические партии или общественные организации служат передаточным звеном между правителями и управляемыми).
3. Коммуникация через неформальные каналы.

С развитием технотронного общества буквально на глазах возрастает значение таких технических средств коммуникации, как Интернет, сотовый телефон, средства электронного контроля за перемещением граждан (чипы), пластиковые карточки и т.п.

Иначе говоря, различные механизмы коммуникации воздействуют на соответствующие группы, и каждый из таких механизмов будет оказывать различное по своей результативности воздействие.

Эффективность той или иной политической коммуникации (разных субъектов распространения политических идей) зависит от разных факторов, в первую очередь от ресурсов той или иной группы. Отдавая должное эффективно выстраиваемой коммуникации, необходимо не забывать и об объективных факторах, таких как восприимчивость той или иной группы, получающей информацию, к адресуемой им информации (господствующие ценности, конъюнктура, традиции, провокации и т. д.).

Одним из факторов успешного распространения политических идей является наличие механизмов коммуникации и общественной группы, способной воспринимать информацию через данную коммуникацию. Необходимо учитывать действие таких факторов, как готовность общества воспринимать информацию именно от данного информатора, отсутствие отторжения, ценность самой информации, предлагаемой информатором.

Так, например, феномен «двух культур» в послепетровскую эпоху связан не с тем, что помещик стал хуже относиться к своим крепостным и сильнее их эксплуатировать, а всего лишь с тем, что он выглядел, действовал и разговаривал «инако».

Одной из основных причин поражения декабристов называют то, что массы не понимали их лозунгов и терминологии («За императора Константина и жену его Конституцию!»), а народники 1870-х потерпели неудачу в хождении в народ прежде всего потому, что воспринимались как «ряженые».

На искренние устремления представителей аристократии и интеллигенции преобразовать общество народ отвечал поговорками «барин чудит» или «немец гадит» (а, например, Барклай де Толли в момент общенациональной войны 1812 г. был сменён Кутузовым вовсе не потому, что хуже командовал, но потому, что не воспринимался как народный лидер).

Иначе говоря, для результативности информационного сигнала существенно важна не только ценность информации для получателя, но и восприятие информатора обществом в дихотомии «свой-чужой». Показательна приводимая А.М. Горьким фраза одного из рабочих-большевиков: «Плеханов – наш учитель, наш барин, а Ленин – вождь и товарищ наш»[7, с.226].

Одна из важнейших причин поражения «младореформаторов» в современной России – не только некритическое заимствование иноземных рецептов экономического оздоровле-

ния общества, но и «птичий язык», на котором они разговаривали с потенциальными избирателями.

Роковым образом на взаимной коммуникации общества и власти сказывается запаздывание информатора с передачей обществу ценностных сигналов. Показательна трансформация отношения общества к М.С. Горбачёву: если в 1985-86 гг. предложенные им лозунги ускорения, перестройки и гласности воспринимались едва ли не восторженно, то уже в 1990-91 гг. его призывы «обновления социализма», «назад к Ленину», «придать новое дыхание перестройке», создать «социализм с человеческим лицом» вызывали нарастающее раздражение; общество с гораздо большей готовностью принимало значительно более радикальные предложения Б.Н. Ельцина и его команды.

На распространении тех или иных политических идей естественным образом сказывается нарастание экономических трудностей, ухудшение уровня жизни населения и связанный с этим «поиск врагов». В этом смысле распространение в СССР националистических идей и различного рода ксенофобии в России к другим нациям (что дает, в частности, основания говорить о деятельности так называемой Русской партии [1, 14]), а в то же самое время и в других республиках по отношению к русским [12], воспринимались положительно не в силу эффективной коммуникации, а в силу наличия своего рода групп поддержки таких идей.

Поскольку всякое информационное пространство распространяет не только информацию, но и дезинформацию, то с понятием распространения идей напрямую сопрягается понятие манипуляции сознанием.

Несмотря на то что в тех или иных формах манипуляция сознанием людей существовала всегда, массовидность и эффективность такой манипуляции во многом является феноменом минувшего уже XX века, что связано, прежде всего, с двумя крупнейшими факторами:

а) никогда прежде не существовало такого массового вовлечения масс в политику, что порождает, и прежде всего в кризисные моменты истории, стремление масс избежать ответственности за принимаемые политические решения, поиск сильного лидера, диктатора, предлагающего ясную и привлекательную идеологию;

б) именно в этот период получили развитие современные технические средства массовой коммуникации, которые и обеспечили новые возможности воздействия на массовое сознание.

Иначе говоря, манипуляция подразумевает, что объект манипуляции с готовностью воспринимает манипулирование («я сам обманываться рад»), а субъект обладает значительными техническими возможностями для осуществления такого манипулирования. Перефразируя известные положения В.И. Ленина, можно сказать, что для эффективной и результативной манипуляции сознанием необходимо, чтобы низы хотели, а верхи могли производить такое манипуляционное воздействие.

Наконец, с понятием информационного пространства напрямую связан вопрос о разграничении личной и публичной сфер жизнедеятельности.

Именно в советском политическом пространстве сфера публичного неоправданно расширилась: тотальный характер государства подразумевал массивное вмешательство государства в глубоко личные и даже интимные процессы жизни граждан.

С другой стороны, сфера «прайвеси», частной жизни, была сужена, жизнь советского человека гораздо более прозрачна, чем в западной модели поведения. Для советской системы характерны так называемые «плотные социальные сети», когда человек живёт в рамках не только семьи, но и «большой семьи», ему помогают и за ним приглядывают соседи, родственники, друзья, знакомые. Это во многом вызывалось тем, что в процессе урбанизации население воспроизводило ценности, характерные для традиционного доиндустриального общества. Зависимость от общественного мнения, от общепринятых установок, моделей поведения была значительно более высокой, поэтому такие социальные институты, как «двор»,

«кухня», «коммуналка», «очередь» выступали как элементы формирующегося гражданского общества.

В советской системе вышеназванные институты приобретали относительно устойчивый характер и имели относительно постоянный состав: одни и те же люди встречались в одном и том же месте и подолгу общались, обменивались новостями, обсуждали проблемы, в том числе политические и экономические, формировали ценностные установки, одобряли или осуждали те или иные модели поведения.

С этой точки зрения любые перемены политического курса (как и смена политических лидеров и элит) не случайны, а являются отражением определенных настроений и ожиданий больших социальных групп. Иначе говоря, были не только субъективно, но и объективно обоснованы победы (в том числе информационно-пропагандистские) идей «великого перелома» при И.В. Сталине, «оттепели» при Н.С. Хрущёве, «стабильности» при Л.И. Брежнев, «перестройки» при М.С. Горбачёве.

Ошибочно было бы считать, что такие тенденции характерны только для советской, «коммунистической», или «тоталитарной» системы. Согласно воззрениям Г. Маркузе [2,13], любая политическая модель создает условия для фабрикации навязываемых, искусственных идей. Поэтому элементы тоталитарной идеологии могут быть присущи любому политическому режиму (например, Г. Маркузе отмечал наличие тоталитарной идеологии в США 1960-70-х гг.). Данная идея тем более актуальна, принимая во внимание ситуацию, складывающуюся на Украине в 2014 г. и современные практики идеологических войн стран «Запада».

В этом смысле говорить об общественном мнении в чистом виде невозможно применительно к любому политическому режиму (так же как и о «чистой» демократии). С другой стороны, и говорить об отсутствии общественного мнения и его влияния нельзя в том числе и применительно к советскому обществу.

Продолжая логику, можно сказать, что общественное мнение представляет собой продукт, оставшийся в виде результирующей взаимодействия трёх факторов: исторических традиций; конъюнктурных идей (характерны в этом смысле одномоментные качания маятника общественного мнения от обожания Америки до ненависти к ней, от воинствующего атеизма до всеобщего православия, и т.п.) и оппозиционных идей, которые конкурируют с конъюнктурными.

Традиционный для советской (как и для досоветской) системы управления избыточный, мелочный контроль за действиями региональных властей парадоксальным образом приводил и к фактическому самоуправлению территорий (и их неуправляемости со стороны государства): понимая неисполнимость многих, если не большинства, властных велений центра, региональные и местные власти переходили на путь незаконных и бессудных распоряжений, приписок, подтасовок. В результате власть принимала политические решения, используя заранее направленную или дозированную информацию. Периодически центр сам сетовал на такие становившееся закономерностью явления. Вот, например, директива ЦК ВКП (б) от 31 марта 1930 г.: «Систематическое наблюдение за работой крайкома, своевременное реагирование на ваши вопросы и обобщение опыта партработы крайне затрудняется не своевременной и далеко не полной присылкой в Оргинструкторский отдел ЦК важнейших документов и материалов...». В связи с этим ЦК требует «организовать присылку периодически выпускаемых оперативных сводок по особым важным делам (коллективизация, ликвидация кулачества как класса, ход посевной кампании, перевыборы сельсоветов ...)» [6, л.9].

Тезисы о недостатках в коммуникации между управляющими и управляемыми разрабатывались и во многих концепциях классического менеджмента. Здесь говорится о том, что работник, которому объяснили суть происходящих преобразований, лучше мотивирован в их прохождении и, тем самым, способствует более эффективному развитию организации.

Недостаточная информированность мешает осознанию интересов (как элитных, так и неэлитных группировок) и, соответственно, удовлетворению этих интересов. Недостаток

коммуникации приводит к зазору между интересами и поведением, интересами и настроением тех или иных социальных групп, когда они начинают действовать вопреки своим подлинным интересам. При этом общественное настроение, как правило, значительно радикальнее общественных интересов, и именно оно чаще всего выбирает конфронтационную модель политического поведения.

Отмеченные выше «информационные тромбы» было бы некорректным связывать исключительно с тоталитарным типом режима либо особенностями российского менталитета. Любая бюрократическая система в процессе управления стремится не учитывать общественное мнение, секретить информацию (исходя из максимы о том, что «информация есть власть»). Следовательно, задача гражданского общества состоит в том, чтобы вернуть власть к управленческим принципам, заставить исполнять их. Именно в этом заключается важнейшая общественная роль политического управления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Байгушев, А. Русская партия внутри КПСС / А. Байгушев. – М.: Алгоритм, 2005. – 592 с.
2. Баталов, Э.Я. «Новые левые» и Герберт Маркузе / Э.Я. Баталов. – М.: Знание, 1970. – 80 с.
3. ГОПАНО. – Ф.1. – Оп.1. – Д. 2966.
4. ГОПАНО. – Ф.1. – Оп.1. – Д. 2967. – 143 л.
5. ГОПАНО. – Ф.1. – Оп.1. – Д. 5119.
6. ГОПАНО. – Ф. 2. – Оп. 1. – Д. 53. – 62 л.
7. Горький, А.М. В.И. Ленин / А.М. Горький // Воспоминания о Владимире Ильиче Ленине. Т.3. – М.: Политиздат, 1989. – С.226.
8. Двенадцатый съезд Российской Коммунистической партии (большевиков). Стенографический отчет. – М.: Красная новь, 1923. – 706 с.
9. Зеленов, М.В. Политика аппарата ЦК РКП(б) – ВКП(б) в области цензуры исторической науки в 1919-1929 годы Автореферат дисс. ... д.и.н. / М.В. Зеленов. – Нижний Новгород: ВВАГС, 2000.
10. Зеленов, М.В. Главлит и историческая наука 20-30-х годов / М.В. Зеленов // Вопросы истории. – 1997. – №3. – С. 21-36.
11. Зеленов, М.В. Аппарат ЦК РКП(б) – ВКП(б), цензура и историческая наука в 1920-е годы / М.В. Зеленов. – Нижний Новгород: Нижполиграф, 2000. – 540 с.
12. Куромия, Х. Сталинский «Великий перелом» и процесс над «Союзом Освобождения Украины» / Х. Куромия // Отечественная история. – 1994. – № 3. – С. 190-197.
13. Маркузе, Г. Одномерный человек / Г. Маркузе. – М.: АСТ, 2003. – 336 с.
14. Митрохин, Н.А. Русская партия. Движение русских националистов в СССР. 1953-1985 / Н.А. Митрохин. – М.: Новое литературное обозрение, 2003. – 616 с.
15. Примаков, Е.М. Годы в большой политике / Е.М. Примаков. – М.: Совершенно секретно, 1999. – 448 с.
16. Спасский А. Н. Партийно-государственные группы на этапе политической трансформации в СССР (в 1980-х – начале 1990-х гг.). Дисс. ... к. полит. н./А. Н. Спасский. – Нижний Новгород: ННГУ, 2007. – 267 с.
17. Усягин, А.В. «Воронки» массовой коммуникации в советской политической системе 1950-80-х гг. / А.В. Усягин // Тезисы докладов. IV Всероссийский конгресс политологов «Демократия, безопасность и эффективное управление: новые вызовы политической науке» – М.: РАПН, 2006. – С.329-330.

© Спасский А. Н., Бабаева А.В., Шмелева Н.В., 2014