

СОВЕТСКАЯ АГИТАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВРЕМЕН «ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ»

М.С. Калугин, магистр

Научный руководитель: Е.В. Насырова, канд. полит. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет

(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-7-1-47-51

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции и направления агитационной деятельности советской власти во время Холодной войны. Проведен анализ составляющих ведения пропаганды. Исследованы этапы формирования образа внутреннего и внешнего врага, каким образом изменения внешнеполитического курса Советского Союза повлияло на идеологию и пропаганду. В статье сделан вывод, что агитационная деятельность имела большое значения в формировании общественного мнения и поддержке коммунистической идеологии.

Ключевые слова: Холодная война, агитационно-пропагандистская работа, СССР.

В Советском Союзе работала одна из самых мощных систем массового воздействия на сознание граждан. Советская идеология была неотъемлемой составляющей существования государства от начала ее создания и до последних дней ее существования. Пропаганда охватывала все без исключения сферы жизни общества, она была главным инструментом, который обеспечивал господство КПСС. Основной целью, которая пропагандировалась в СССР, было построение коммунистического строя и, в связи с этим, прививалась борьба с капиталистическими государствами, буржуазным Западом.

В пропаганде находили яркое проявление главные тенденции внешней политики Советского Союза. Во время «холодной войны» во взаимоотношениях двух главных действующих лиц – СССР и США – происходили определенные изменения. Этапы острой конфронтации чередовались с этапами международного потепления. Все это нашло свое отражение в советской идеологической политике.

В пропаганде СССР в послевоенное время можно выделить две наиболее важные, базовые составляющие – образ «врага» и образ «друга». Каждая из этих составляющих имела свои особенности, за-

дачи. Но у них была общая цель: объединить народы всех стран социалистического лагеря, распространяя среди них дружеские чувства друг к другу, для борьбы со странами враждебного капиталистического лагеря [1].

Образ «врага» – это определенный архетип противника, к борьбе с которым необходимо быть постоянно готовым. Враг изображается агрессором, чужаком, ненасытным захватчиком. В качестве внешнего врага, который был неотъемлемой составляющей советской идеологии, в период «холодной войны» советские пропагандисты представляли США и капиталистические страны Запада, которые были сателлитами капиталистической сверхдержавы, НАТО и тому подобное. Сразу после окончания Второй мировой войны в Советском Союзе распространяются антиамериканские настроения.

Однако, в течение «холодной войны» происходит эволюция внешнего образа «врага». Так, на начальном этапе войны происходит резкое обострение отношений между США и СССР, проявилось и в идеологической сфере. В средствах массовой информации постоянно звучали призывы к борьбе с капиталистическим враждебным окружением. Соединенные Штаты Америки изображались как главный агрес-

сор, разжигатель новой войны, главный эксплуататор. Все эти идеи открыто, не завуалировано произносились на заседаниях КПСС, в партийных документах, в газетах, на телевидении, по радио и тому подобное. Школьные и университетские учебники были также насыщенные антиамериканской пропагандой.

Ситуация немного меняется в период разрядки международной напряженности, когда высказывались идеи возможного мирного сосуществования, уменьшение вооружений. Однако довольно скоро происходит новое обострение международных отношений. Такое положение в международной политике сохранялось до завершающего этапа холодной войны, тесно связан с приходом к власти в СССР М. Горбачева и провозглашением «нового политического мышления», что ознаменовало собой постепенный отход от блокового противостояния.

На завершающем этапе «холодной войны», когда должность Генерального секретаря КПСС занял Михаил Сергеевич Горбачев, происходят изменения во внешнеполитическом курсе СССР, а именно была провозглашена концепция «нового политического мышления», которая предусматривала отказ от идеи о расколе современного мира на две противоположные общественно политические системы – капиталистическую и социалистическую, признание его единственным и взаимосвязанным. Теперь в основе международной политики председатель Советского Союза видел принцип баланса интересов.

Постепенно происходит смягчение международной обстановки. СССР взял курс на завершение глобального противостояния двух сверхдержав, подчеркивал необходимость прекратить «гонку вооружений», прекратить создание ядерного оружия.

Изменения во внешнеполитическом курсе Советского Союза нашли свое отражение в государственной идеологии и пропаганде. Постепенно происходит эволюция образа внешнего «врага». Отныне провозглашался курс на сближение СССР и США, а потому гораздо реже можно бы-

ло услышать открыто антиамериканские, антиимпериалистические высказывания.

Очень ярко прослеживаются изменения в политических плакатах и карикатурах, которые были одним из самых действенных средств воздействия на массовое сознание советских граждан. Во-первых, на этом этапе противостояния в карикатурах исчезает характерный для предыдущих этапов «холодной войны» устоявшийся образ буржуа – дяденьки Сэма – толстяк в цилиндре и с сигарой, который сидит на мешках с золотом. Во-вторых, после 1985 года почти исчезают карикатуры, на которых США изображались как главный агрессор. Теперь очень редко можно было встретить такие плакаты. В большинстве они связаны с программой звездных войн и наращиванием США количества ракет – «СОИ – инициатива господина Рейгана», «Грачи прилетели и т.д.» [1].

В-третьих, главными проблемами во внешней политике и международном положении, которые требовали немедленного решения, Советский Союз провозглашал «гонку вооружений», вопрос ядерного оружия, вопросы по предотвращению развязывание войн на космическом уровне. Большое количество плакатов посвящено проблемному вопросу о ядерном оружии, необходимости отказаться от ее создания и пользования им: «Нет – ядерному безумию империализма», «За Европу без ядерного оружия», «Гонка вооружений – гонка смерти», «Нет – гонке вооружений» и т.д.

Также, на многих политических плакатах содержатся призывы к установлению мира как залога счастливого будущего – «Нам необходимо мир», «Пусть всегда буду я», «Спасти будущее», «Мы за мир, мы за дружбу!». Очень показательным в этом контексте плакат «Мир», на котором изображается советская девочка со сложенными руками на глобусе, на одном манжете изображается флаг США, а на другом – СССР. Характерной чертой для большинства плакатов и карикатур этого времени становится изображение детей – «Для мира выращивать сыновей», «Не для горя, а счастье пришли в мир наши дети». В то время актуальной была необходимость

решить вопрос о прекращении противостояния в космической сфере. Это отразилось на таких плакатах, как «Звездные войны – угроза каждому уголку Земли», «Космос только для мира», «Уберечь от звездных войн» и т.д. [2]

На политических плакатах и карикатурах Советского Союза появляются призывы к необходимости сесть за стол переговоров, найти взаимопонимание с США, достичь компромиссных решений – «Сдвинем стол переговоров», «Путь к миру – конструктивный диалог», «Не воевать, а сотрудничать и торговать!», «Не бывать войне-пожару», «Разум победит» .

Очень важную роль в формировании необходимой для советской власти общественного сознания играли средства массовой информации – пресса, телевидение, радио.

Вообще, газеты – очень важный информационный ресурс, главный «рупор» для официальной власти и источник формирования общественного мнения. Мощными, наиболее влиятельными в Советском Союзе были центральные газеты, одновременно были и самыми распространенными: «Правда», «Комсомольская правда», «Ведомости». Большинство граждан СССР достаточно доверчиво относились к власти и сообщениям прессы. Прямо или косвенно, через специальные ведомства, редакции газет подчинялись Управлению пропаганды и агитации, включавшее секретариат и 19 отделов, в том числе отдел центральных и отдел местных газет.

На завершающем этапе «холодной войны» значительную часть газетных изданий выпускали партийные комитеты, влияние которых на общественную жизнь был еще очень сильным. Так, например, центральный орган ЦК КПСС – газета «Правда» – имела тираж примерно 11000000 экземпляров, большими тиражами выходили и другие органы ЦК – газеты «Социалистическая индустрия», «Сельская жизнь», «Советская культура». Большое количество газет республиканского масштаба имели объединенного издателя, например, ЦК Компартии и Совет Министров республики.

В целом, на завершающем этапе «холодной войны» в газетах происходили определенные изменения. Так, постепенно можно проследить тенденцию к значительному уменьшению количества статей антикапиталистического, антиамериканского характера, хотя еще долго хранились подобные высказывания. Представители СССР обвиняли США в намерениях занять место мирового хозяина. Так, например, Шибанов Г., обычный гражданин СССР, написал свой отзыв в газете «Аргументы и факты», в котором он отмечает, что он в восторге от ответа Горбачева одному из корреспондентов Эн-би-си, где он намекает, чтобы США «не лезли к нам со своим уставом. Обнаглели господа «претенденты» на мировое доминирование» [3].

Или, например, очень показательной в плане распространения антиамериканских настроений является статья «Америка и права человека», в которой ярко расписаны все недостатки повседневной жизни американских граждан, их злободневные проблемы: низкий уровень жизни большинства населения, проблема наркомании, безнравственности.

В целом, такое положение советской идеологии в печати и периодических изданиях продолжалось практически до конца перестройки. Также в прессе, журналах начинают появляться статьи, в которых прямо или косвенно указывается на смягчение отношений между Советским Союзом и Соединенными Штатами Америки о начале становления между ними дружеских отношений. В этом смысле показательна, например, статья в журнале «Крылья Родины» под названием «Дружбе – крепнуть!». Главная идея статьи – установление дружбы между советскими и американскими парашютистами, летчиками, космонавтами, увенчалась скачком дружбы – общим скачком американских и советских парашютистов.

Вторая важная составляющая советской пропаганды – образ «друга». Она была призвана воспитывать чувство советского патриотизма, интернационализма. С самого начала создания Советского Союза было провозглашено о принципах дружбы

народов – всестороннего братского сотрудничества и взаимопомощи народов и наций, ставших на социалистический путь развития. В межнациональных отношениях социалистических государств, согласно советской пропаганде, была основа единства в борьбе за мир, за сохранение и приумножение социалистических достижений, за победу идей коммунизма.

Образ «друга» нашел свое отражение в огромном количестве периодических изданий, средствах визуальной пропаганды, советских учебниках, искусстве, пословицах и поговорках и тому подобное. Так, на XXVII съезде КПСС в идеологической сфере были выделены главные ориентиры, а именно: воспитание трудящихся в духе коммунистической идейности и преданности Советской Родине; в духе пролетарского, социалистического интернационализма; непримиримости ко всему, что чуждо социализму, коллективистской морали. Активно пропагандировался гуманный характер социализма: «Социализм – это общество, знамени которого начертано: «Все во имя человека, все для блага человека» [4].

В газетах печатались статьи, высказывания первых лиц социалистических республик, в которых активно восхвалялись достижения Советского Союза в тех или иных сферах, звучали призывы к усилению дружественных отношений: «Пусть укрепляется дружба и сотрудничество между правительствами, народами стран,

которые представляют присутствующие здесь главы дипломатических миссий и правительством, народом СССР в интересах народов и в пользу дела мира во всем мире» [5].

Однако, в последние годы «холодной войны», по совместительству стали и в последние годы существования такой мощной в прошлом сверхдержавы, как СССР, образ «друга» постепенно начал терять свои позиции в идеологии. Уже перестали массово создаваться политические плакаты, пропагандирующие дружеские отношения между братскими народами. В эти годы в визуальных источниках первое место заняли злободневные проблемы, которые распространились в СССР в годы перестройки. В фильмах, плакатах, карикатурах отныне раскрывались социальные, экономические проблемы, нехватка продуктов питания, проблема алкоголизма, распространения безнравственности. Выходит из подполья и получает распространение альтернативная пресса. Появились новые направления в музыке. Символической для лет перестройки стала песня В. Цоя «Перемен требуют наши сердца».

Таким образом, во времена холодной войны советская агитационная деятельность была широко распространена и направлена на пропаганду коммунистических идеалов, а также на демонстрацию преимуществ советской системы по сравнению с западными странами.

Библиографический список

1. Силина Л.В., Внешнеполитическая пропаганда в СССР в 1945-1985 гг.: (по материалам отдела пропаганды и агитации ЦК ВКП(б)-КПСС) / Лада Силина. – Москва: РОС-СПЭН, 2011.
2. Вилков А.А., Пивоваров В.А. Пропагандистский фактор дезориентации и раскола советского общества и распада СССР // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2016. – №4.
3. Мнения и предложения читателей // Еженедельник «Аргументы и Факты» № 52 26/12/1987. – [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.aif.ru/archive/1649233>.
4. Материалы XXVII съезда Коммунистической партии Советского Союза. – М.: Издательство политической литературы, 1986.
5. Прием М.С. Горбачевым глав посольств // Правда. – 1987. – 7 ноября. – № 311.

SOVIET CAMPAIGN ACTIVITY OF THE COLD WAR

M.S. Kalugin, *Master*

Supervisor: *E.V. Nasyrova, Candidate of Political Sciences, Associate Professor*

Russian State Humanitarian University

(Russia, Moscow)

***Abstract.** The article considers the main trends and directions of propaganda activities of the Soviet government during the Cold War. The analysis of the components of propaganda was carried out. The stages of formation of the image of an internal and external enemy are studied, how changes in the foreign policy of the Soviet Union influenced ideology and propaganda. The article concludes that campaigning was of great importance in shaping public opinion and supporting communist ideology.*

***Keywords:** Cold War, propaganda work, USSR.*