

**Тема: Советская пропаганда 1945-1970 гг.**

1. В условиях Холодной войны первостепенной задачей советской пропаганды стало распространение коммунистической идеологии за рубеж в целях формирования социалистического лагеря. В связи с этим, важнейшим методом оценки советского влияния на пропагандистскую деятельность в странах соцлагеря является сравнения.

В качестве объекта сравнения может выступать пропагандистский материал СССР с одной стороны и КНР, ПНР, ВНР, ГДР, ЧССР и др. с другой. При этом по аналогии могут сравниваться следующие признаки и черты:

1) тематическое содержание (социальная сфера, политика, производство, культура, спорт)

2) используемые лозунги

3) система образов и символов (образы рабочих, крестьян, вождей, внешних врагов; цвета, флаги, геральдические символы)

4) отношение к глобальным вопросам (вытекает из вышеуказанных признаков и, как правило, обусловлено конкретными событиями и тенденциями: борьбой за мир, борьбой за урожай, военным или экономическим сотрудничеством)

5) средства донесения до адресата (газеты, плакаты, публичные выступления)

2. Объясняющая функция в данных сравнениях может служить пояснению механизма проникновения советских по происхождению идей в зарубежную пропаганду. Эвристическая и доказательная функция проявляется в тесной взаимосвязи с результатами сравнения. Расхождения в пропагандистских линиях СССР и стран соцлагеря открывают новые факты для изучения зарубежной социалистической пропаганды как самостоятельного явления (например КНР и КНДР). С другой стороны, сходство подавляющего большинства признаков является доказательством высокой степени влияния СССР на своих идеологических союзников (ПНР, ВНР, ГДР, Чехословакии)

3. Нестрогость аналогий данного сравнения обусловлена тем, что в качестве параметров используется лишь внешняя составляющая пропаганды, её техническое воплощение, руководствуемое теоретическими установками, сформулированными коммунистическими правительствами, которые можно принять за идеальный тип. Сравнения же реального воздействия пропаганды на массы в разных странах возможно лишь с учетом ментальных установок их граждан. К тому же эти установки находятся в тесной взаимосвязи с некоторыми деталями в содержании пропагандистских материалов. Наиболее это заметно на примере используемых символов, определенных языковых конструкций, устойчивых оборотов и т.п.

4. По типам сравнения изучение советской пропаганды и ее взаимоотношений с соцлагерем дает следующие типы сравнений:

1) Индивидуализирующие сравнение. СССР стало первым государством избравшим в качестве официальной идеологии социализм и сделавшим пропаганду идей социализма одной из главных задач. Следовательно СССР формулировал основные требования к социалистической пропаганде, которые можно принять за идеальный тип.

2) Примером универсализирующего сравнения может служить анализ процесса завоевания компартиями государств соцлагеря монополии на власть в конце 1940-х гг.

3) Вариационные сравнения обусловлены оценкой послевоенного состояния стран соцлагеря (Союзники или бывшие страны Оси, разное изначальное положение коммунистов в этих странах)

4) Охватывающие сравнения могут быть направлены на сравнение проявления идеологических тенденций в тематически разных пропагандистских материалах.

5. Историческая компаравистика. Социалистический лагерь рассматривается в исследовании как пример культурно исторической общности, сплоченной единой официальной идеологией. Этим обусловлена логика сравнений пропагандистских материалов.

В дискуссиях по вопросу о правомерности характеристики режима, возникшего в СССР, как социалистического, нередко исследователями проводится параллель между Советским Союзом и древневосточными деспотиями. В частности на подобных позициях стоит В.Мейстер в своей работе «Социалистический лагерь»: общество и идеология».

Метафорические сравнения являются распространенным приемом в формулировке политических лозунгов: «Газета – не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор» (В.И.Ленин)