

№8 Структурно-диохронный анализ

(Тема: Советская пропаганда 1945-1953 г.)

1. Типы исторических процессов

В основе исследования лежит историческая ситуация, обусловленная новым этапом развития советской пропаганды в условиях начала Холодной войны. Идейная борьба выразилась в зарождающемся противостоянии капиталистического и социалистического блока. Таким образом, специфика рассматриваемой исторической ситуации проявилась еще и в том, что советская идеологическая концепция начинает ориентироваться не только на свою аудиторию, но и оказывать влияние на союзников по соцлагерю. В рамках данной исторической ситуации закладывались основные методы и тенденции пропаганды.

2. Разворачивание/углубление исторических процессов

Историческая ситуация может быть вписана в эпоху существования советского государства в целом. Так как пропагандистская деятельность была неотделима от государственной политики, для характеристики исторических ситуаций эпохи с точки зрения пропаганды большое значение имеет общий политический контекст, обуславливающий тематическое содержание. Например, пропаганда времен Гражданской войны или индустриализации.

Индивидуальными событиями в рамках рассматриваемой ситуации могут быть вышедшие правительственные постановления, направленные на развитие пропагандистской деятельности, публичные заявления лидеров государств, выход статей газет и т. п. Микрособытия представлены конкретными высказываниями или лозунгами. Например, «Мир – Миру» (Всемирный конгресс сторонников мира 23 апреля 1949 г.), «Мир будет сохранен и упрочен, если народы возьмут дело сохранения мира в свои руки и будут отстаивать его до конца» (И.В.Сталин корреспонденту «Иправды» 17 февраля 1951 г.),

3. Исторические процессы

Развитие советской пропагандистской деятельности можно рассматривать по нескольким направлениям и условным периодам, которые соответствуют внутри- и внешнеполитическим событиям.

Первым таким периодом является 3 сентября 1945 (окончание Второй Мировой Войны) – весна 1946 гг. (Фултонская речь У.Черчилля, начало кадровых перестановок в Агитпропе). После победы в Великой Отечественной войне в пропаганде наблюдается идейная опустошенность, утеряна наступательность. Кризисные явления усугубляются кадровой несостоятельностью Агитпропа ЦК. Основная тематика сводится к прославлению подвига советского народа в войне и восстановлению страны от разрушений.

2-й период, лето 1946 – весна 1947 гг. (Возникновение доктрины Трумэна, идея плана Маршалла), характеризуется усилением пропагандистской работы в условиях Холодной войны. Принимаются меры по ряду направлений: «освещение внешнеполитических вопросов в советской печати и о советской пропаганде за рубежом»; «пропаганда среди населения идей советского патриотизма», включавшая разъяснение реальных преимуществ, создаваемого советским народом и партией общественного строя, «настойчивое подчеркивание» оснований для национальной гордости, разоблачение язв западного мира, как метод преодоления низкопоклонничества перед ним. Осуществлены необходимые кадровые перестановки в Агитпропе ЦК. Советская пропагандистская машина начинает работать на полную мощность, при этом остается дилемма, против какого государства направить ее основной удар, США или Великобритании.

3-й период весна 1947 г. (Возникновение доктрины Трумэна, идея плана Маршалла) – весна 1949 г. (Создание НАТО), вследствие явной антисоветской позиции во внутренней и внешней политике президента Трумэна, а также разработки и реализации Плана Маршалла, главным противником в идеологической борьбе признается США. Один из основных подходов в

пропаганде строится на контрастном сравнении советского и американского общественного бытия. Примером тому служит вышедшая серия плакатов В.Корецкого «При капитализме... при социализме». В пользу последнего выступают социальная защищенность, здоровый духовный климат общества, единство народов СССР.

Четвертый условный период приходится на 1949 (Создание НАТО) -1953 гг. (Смена политических лидеров: смерть Сталина, уход Трумэна) Как и в 1930-е гг. популярной в пропаганде становится тема производственных успехов. Впечатляющим ударом по «планам Уолл-стрита» стало завершение строительства грандиозного Волго-Донского канала в 1952 г. Подобного рода свершения, в купе с продолжающимися разработками в сфере ядерного оружия, делали страну объектом шпионажа и диверсий. Закономерно возрастает пропаганда на тему бдительности и защиты завоеваний социализма от происков врагов. Во внешней политике создание в 1949 г. западного военного блока НАТО стало поводом к разоблачению в советской пропаганде милитаристских планов США, скрывающихся под маской защиты от коммунистической угрозы. Выходит «План мероприятия по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время». Разворачивается масштабная кампания борьбы за мир. Большой международный пропагандистский успех имели проведенные во многом под эгидой СССР Конгрессы сторонников мира, а также описание вероятного состояния мира в 1955 г. в случае подписания «Пакта мира» опубликованное в журнале «Новое время».

4. Тип структурно-диахронного анализа

В соответствии с высокой степенью взаимосвязи между развитием политической конъюнктуры и пропагандистской деятельностью ведущим принципом становится анализ стадий одного процесса на фоне стадий других процессов. Тем не менее, в исследовании пропагандистских материалов большое значение имеет интенсивность использования каких-либо тем, образов или лозунгов. В связи с этим применим анализ длительности, пауз и частот