

## СОВЕТСКИЕ СМИ КАК ОБРАЗЕЦ ПРОПАГАНДЫ ДЛЯ СОВРЕМЕННОСТИ

Выжанова Д.О.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

[monakisaa@gmail.com](mailto:monakisaa@gmail.com)

Каждый день мы наблюдаем по телевидению или в прессе проявления пропаганды. Так или иначе, она влияет на нас, нашу жизнь и наше восприятие мира. Но с чего же все начиналось?

Холодная война стала переломной для СМИ. Ведь именно тогда, с окончания Второй мировой войны и вплоть до распада СССР, использование пропаганды достигло своего пика. Те методы и способы, что использовались раньше, применяются на нас сейчас. То, что было опробовано много лет назад как эксперимент успешно действует и в современном мире.

В целом, пропаганда - целенаправленное распространение в обществе определённых идей, ценностей, норм и программ поведения [2]. У этого способа воздействия на массы есть свои методы, цели и задачи, а также технологии и жанры.

Для того, чтобы пропаганда подействовала на массы, в ней должна быть идея, цель и средства, с помощью которых ее можно будет донести. Эффективность и успех пропаганды обычно определяются соотношением фактического числа сторонников с предполагаемым числом.

Важно соблюсти баланс между легкостью для аудитории и сложностью для оппонентов. В противном случае доносимая информация станет трудной для понимания аудитории, и уязвимой для противника, который также в свою очередь будет проводить контрпропаганду. Таким образом, пропагандой можно назвать некую легкодоступную для аудитории идею устойчивой к критике оппонентов.

Пропагандисты преподносят информацию в различных видах. Вместе с традиционными, такими как плакаты, листовки, радиовещание, газеты и телевидение, активно используются кино, театр или литература, также поэзия и игры.

Пропаганда, в списке основных средств политической манипуляции находится на лидирующих позициях. Ее категорически нельзя сравнивать с рекламой. Если реклама, пусть даже агитационная, воздействует на эмоции человека, то пропаганда воздействует еще и на разум человека. И если пропаганде присуще влияние на эмоции, то она бывает двух видов: позитивная и негативная. Следовательно, из этого вытекают и ее цели. Позитивная (конструктивная) - ее цель убедить аудиторию в чем-то в доходчивой форме, тем самым она способствует согласию и гармонии в обществе. [4]. И негативная (деструктивная) - обычно она осуществляется для разжигания социальной вражды и конфликтов, путем создания различных лагерей.

Интересно, какой пропаганда была во времена холодной войны с 1946 года по 1991 год. Ведь те принципы и механизмы работы с пропагандой не изменились, они работают и сейчас. Холодная война велась в различных сферах жизни - будь-то политическая, экономическая, культурная, спортивная или идеологическая. В идеологической сфере жизни главным инструментом, с помощью которого действовала пропаганда, являлись средства массовой информации.

В СССР средства массовой информации развивались совместно с государством и были его неотъемлемой частью. СМИ всегда понимались как инструмент власти, а не как отдельная ее часть, с помощью которых можно было влиять на население и

контролировать его мышление. Информация была приспособлена отражать советскую идеологию и обличать идеологию оппонента.

Во времена холодной войны пресса являлась, пожалуй, самым популярным источником информации, ведь она была самой общедоступной. Если элитарную или научную литературу и издания среднестатистическому человеку в СССР было найти тяжело, то многие газеты и издания были в открытом доступе, более того, некоторые могли бесплатно распространяться в целях агитации и пропаганды.

В советских газетах всегда пользовались популярностью антиамериканские карикатуры. Они высмеивали образ жизни американцев, их ценности и выставляли США, как агрессора. Карикатуры и другие изображения появлялись в виде дополнения к новостям, аналитическим материалам или другим сообщениям, но порой они занимали ведущее место в журналах или газетах. Ярким примером компиляции карикатур, сатиры и новостей, в пропагандистских целях является журнал «Крокодил».

Центральный комитет всегда ставил перед редакцией журнала «Крокодил» конкретные задачи. По мнению партии, журнал должен был стать орудием пропаганды и сатиры. Там регулярно должны были выходить обличительные изображения и тексты, связанные как с «неудобным» населением СССР, так и с мировыми событиями, а также там должны были показывать Западную культуру, мягко говоря, не в лучшем свете. Считалось, что информация должна быть простой и легкой, чтобы она проще понималась аудиторией.

Обложка журнала «Крокодил» №24 за 1977 год, говорит сама за себя: за окном вид небоскребов, протестующие, полицейские и их начальство, сразу становится понятно, что там изображен главный оппонент СССР – США. На столе биты с надписями «Право на труд», «Свобода собрания», «Равенство», «Свобода слова», «Свобода печати». Стоит отметить, что именно эти тезисы являются основными принципами демократического государства. Под картинкой цитата «Вколачивайте, сержант, в головы демонстрантов основные статьи нашей конституции!». Именно эта картинка дает разыгаться фантазии аудитории, визуализация в этом случае играет огромную роль.

В данном случае используется несколько методов пропаганды, объединенных одним смыслом - очернение образа оппонента. Например, метод навешивание ярлыков и стереотипов: полиция выглядит, как чисто американская – жесткое, нахальное руководство и на все готовые сотрудники, благодаря этому аудитории легко воспринять данную им информацию о протестах и путях их решениях как отрицательную. Говорящие надписи на битах оспаривают ценности сложившегося в Америке демократического государства, что выставляет идеологию США в дурном свете – здесь использован метод провоцирования неодобрения. Изображение бит создает заведомо негативное впечатление, что рождает ощущение того, что в государстве все проблемы решаются только физической силой. Этот метод не дает аудитории поразмыслить о том, что в этой стране есть другие пути решения проблем, кроме таких. Тем самым аудитория негативно настроена против демократии, связывая ее с физической силой, а, следовательно, она будет негативно относиться и ко всем идеям противника.

Международная тематика в «Крокодиле» разнообразна и показывается с разных сторон. Ярко и колко описываются ООН, НАТО, войны в странах третьего мира, гонка вооружений и буржуазная жизнь, политика, идеология и дипломатия Америки и ее союзников.

В СССР пропаганда была основой построения государства. Нередко историки сравнивают ее с деятельностью военных или спецслужб. Правда работа первой была более заметной. Ведь пропаганда в Советском Союзе создавала свою определенную модель мира, где он, созданный СССР был в разы лучше, правильнее и справедливее, чем мир Запада. Для этого использовались как киноиндустрия, литература, так и средства массовой информации. Во время холодной войны пропаганда не просто имела место быть, а даже несла всеобъемлющий характер, являясь тотальной.

Пропаганда СССР в основном строилась на запугивании «образом врага» или на «патриотизме». В различных материалах будь то карикатуры, статьи, обложки или изображения оппонент изображался отрицательно либо аморально. При этом СССР выглядело защитником своей страны, преданным государству и обществу, а главное собственной идеологии.

Такая тотальная пропаганда была успешной, правда и ей когда-то пришел конец. Использование нужной информации не только смогло повлиять на взгляды аудитории, но и оставить след в их эмоциях и мнениях, которые остаются таковыми и в наше время. Ведь почти у каждого советского человека было свое мнение о Европе и Америке, но такое похожее на общее.

Успешная работа с информацией, ее преобразованием и использованием методов пропаганды позволило сделать это направление политики Советов успешным и достичь такого контроля над массами.

Пропаганда, царившая в СССР, оставила свой след и в современном мире и касается нашей жизни сейчас. Сформировавшееся мнение о Западе во времена холодной войны встречается и сейчас, чаще от более старшего поколения. А методы пропаганды, которые использовались ранее, активно применяются в современных СМИ. Ведь они показали свою успешность и универсальность.

#### **Список литературы**

1. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием. М: ЭКСМО, 2007.
2. *Назаретян А.П.* Агрессивная толпа, массовая паника, слухи: Лекции по социальной и политической психологии. СПб.: Питер, 2004. С.163
3. *Соловей В.* Лекция «Пропаганда как абсолютное оружие». 2015.
4. *Цуладзе А. М.* Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. С. 100-101.
5. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием/Пер. с англ.; Науч. ред. Я. Н. Засурский. М.: Мысль, 1980.