

Государственная политика в сфере пропаганды среди детей и подростков в СССР и США в эпоху "холодной войны"

Научный руководитель – Попова Анна Дмитриевна

Иванова А.В.¹, Круглов В.С.²

1 - Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Рязань, Россия; 2 - Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Факультет истории и международных отношений, Рязань, Россия

В связи с разворачиванием нового витка информационной войны между Российской Федерацией и Соединёнными Штатами Америки, изучение исторического опыта в сфере пропаганды среди детей и подростков приобретает особую актуальность, так как ныне, в эпоху глобализации, страны имеют возможность пропагандировать свою картину мира непосредственно среди граждан даже недружественных им государств. Понимание специфики пропагандистских средств и механизмов их использования помогает не становиться жертвами недобросовестной пропаганды.

В англоязычной историографии по теме анализа пропаганды стоит отметить работу Гари Роунсли (Gary D. Rawnsley), профессора Университета Абериствайт, «Cold-War Propaganda in the 1950s», в которой он проводит сравнительный анализ систем пропаганды США, СССР и Великобритании. В российской историографии можно выделить такие работы, как «Американская цивилизация как исторический феномен. Восприятие США в американской, западноевропейской и русской общественной мысли». Что касается изучения пропаганды, направленной непосредственно на детей и подростков, нужно отметить работу Катрионы Келли (Catriona Kelly), профессора New College Оксфордского университета «Children's World: Growing Up in Russia, 1890-1991» и ее же статью «Маленькие граждане большой страны»: интернационализм, дети и советская пропаганда» (в переводе. Я. Токаревой).

Целью данной работы стало проведение сравнительного анализа системы пропагандистских средств, которые использовались во времена «холодной войны» как США, так и СССР, и были направлены на пропаганду среди детей и подростков; выявление общих черт и различий, определение эффективности пропаганды.

Источниковой базой работы является широкий круг разнообразных видов и категорий источников, преимущественно периодических изданий: архивные материалы России и материалы электронных архивов США, касающиеся периода «холодной войны»; визуальные средства пропаганды (плакаты и постеры), мультфильмы («Make Mine Freedom», «Миллионер», «Чужой голос» и др.), диафильм («СССР в 2017 году»), методические пособия, детские журналы и комиксы и т.д.

В СССР и США была создана целая система пропаганды, которая начинала проводиться среди детей уже с раннего школьного возраста, т.к. именно с этого возраста и на протяжении подросткового периода дети наиболее всего восприимчивы к эмоциональным воздействиям, формирующим их жизненный опыт и творческий потенциал.[1,2,3][6] Обе страны использовали как деструктивную пропаганду (антикоммунистические видеофильмы и комиксы в США; плакаты и детские книги, показывающие негативные тенденции капиталистической системы в СССР), так и конструктивную (пропаганда участия детей в специально созданных политических организациях (таких, как пионерское движение); воспитание в детях и подростков высоких нравственных и моральных качеств с помощью пропаганды).[1,2,5]В отношении плакатов как средства пропаганды среди детей и подростков неизменно лидирует Советский Союз.[7] Соединенные Штаты Америки использовали

комиксы в качестве средства пропаганды. [7] Обе страны достигли определенных успехов на поприще создания пропагандистских мультфильмов, диафильмов и видеофильмов для детей.

Пропагандой в США нередко занимались частные организации и университеты с подачи государства. Одними из таких учреждений, пытавшихся пропагандировать собственные установки были Фонд Альфреда П. Слоана и Хардинг Колледж.[4] В СССР подобные пропагандистские воздействия шли непосредственно «сверху», от государства и прописывались в методических пособиях для учителей (таких, например, как «Методическое пособие по новой истории (9 класс)» А. П. Аверьянова, 1979 года издания).

В ходе проведенного анализа пропагандистских средств были выявлены некоторые общие черты: использование как США, так и СССР и деструктивной, и конструктивной пропаганды; сходство образов, используемых в визуальных средствах (образы счастливых или напротив, несчастных детей на плакатах и постерах и их противопоставление друг другу). Были выявлены и различия: в СССР основными средствами пропаганды среди детей и подростков служили плакаты и детская литература; в США - комиксы и мультфильмы. В целом, можно сделать вывод, что для периода «холодной войны» пропаганда по созданию образа врага, проводимая обоими государствами среди маленьких граждан, была эффективной. С началом перестройки американские средства пропаганды, будучи более красочными и легкими для восприятия, стали заполнять и соответствующую нишу в социалистических государствах, в том числе и в СССР.

Источники и литература

- 1) Выготский Л. С. Педагогическая психология // Психология: классические труды. М., №3, 1996.
- 2) Философия: Энциклопедический словарь / Под редакцией А.А. Ивина. Москва, 2004.
- 3) Kelly C. Children's World: Growing Up in Russia. New York, 2007.
- 4) Prelinger Rick. The field guide to sponsored films. San Francisco, 2006.
- 5) Rawnslee G. D. Cold War Propaganda in the 1950s. Cambridge, 1998.
- 6) www.chukfamily.ru/Kornei/Biblio/kelli.htm (Катриона Келли «Маленькие граждане большой страны»: интернационализм, дети и советская пропаганда». (в пер. Я. Токаревой)
- 7) <http://propagandahistory.ru/> (Сайт «История пропаганды»)