

Средства внешнеполитической пропаганды в СССР в 1956-1963 гг.

Научный руководитель – Соловьев Константин Анатольевич

Краснощеков Никита Алексеевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра истории государственного и муниципального управления, Москва, Россия
E-mail: nickrasoft@rambler.ru

На сегодняшний день в условиях нестабильной международной обстановки в мире и усиливающегося недоверия между Россией и странами Запада одной из ключевых внешнеполитических задач российского государства для преодоления этого кризиса и выстраивания конструктивного диалога со странами Европы и Америки является формирование положительного образа нашей страны за рубежом. В западной литературе идея создания и продвижения привлекательного образа государства отразилась в теории «мягкой силы» и получила широкое распространение [1]. Отечественные политологи также отмечают, что имидж любого государства является важной социальной ценностью, от наличия и качества которой во многом зависит успех политической и экономической деятельности государства во внешней политике и социальная стабильность, устойчивость его внутренних процессов [2].

В этом смысле представляется интересным успешный советский опыт внешнеполитической пропаганды конца 1950-х - начала 1960-х гг., поскольку именно в данный период после XX съезда КПСС формируется та управленческая конструкция печатных органов СМИ, работающих на иностранную аудиторию, которая практически без существенных изменений просуществует до распада СССР.

Государственная информационная политика Советского Союза всегда занимала центральное место в системе регулирования отношений между СМИ, обществом и государством. Несмотря на то, что в СССР не было конкретного закона, регламентирующего деятельность СМИ, организационная система управления информационными потоками в Советском Союзе представляла собой четкую централизованную иерархическую структуру, в которой существовал жесткий контроль за идеологическим содержанием органов печати.

Деятельность советских печатных органов регулировалась Комитетом по делам печати, а электронных - Комитетом по телевидению и радио, причем помимо всесоюзного уровня такие комитеты существовали в каждой союзной республике, крае и области. Функции идеологического контроля за содержанием информации, а также кадровый отбор осуществлял Отдел пропаганды и агитации ЦК КПСС, а регулирование в части цензуры обеспечивало Управление по охране государственной тайны в печати при Совете Министров СССР. Контроль за средствами массовой пропаганды осуществлялся с помощью постановлений ЦК КПСС, а также официальных выступлений Генерального секретаря. Именно согласно этим документам устанавливался порядок создания газет и периодических журналов, а также назначались руководители СМИ.

Период 1956-1963-х гг. стал во многом уникальным в истории Советского Союза, поскольку после XX съезда КПСС начался пересмотр роли и значения средств массовой информации в жизни общества. В это время Центральный Комитет партии принял ряд важных постановлений, регулирующих дальнейшую деятельность советской печати: «О повышении действенности выступлений советской печати» (1953); «Об улучшении освещения

в советской печати и по радио жизни социалистических стран» (1958); «О повышении действенности выступлений советской печати» (1963); «Об организации государственного комитета Совета министров СССР по печати» (1963) [3].

В эти годы происходит стремительный рост количества выпускаемых журналов. Так, в 1956 г. в стране издавалось 2,5 тысячи журналов, в 1960 г. выходило уже около 4 тысяч журналов и более 7 тысяч газет, общий тираж средств массовой информации вырос многократно и составил 420 млн. экземпляров [4]. В период «оттепели» появляется большое число новых общественно-политических газет: в 1956 г. - «Советская Россия», в 1960 г. - «За рубежом», газета «Московские новости», которая издавалась специально для зарубежных читателей на нескольких европейских языках.

В системе внешнеполитической пропаганды особая роль принадлежала Телеграфному агентству Советского Союза (ТАСС) [5], обеспечивавшего оперативными информационными сообщениями на всесоюзном и международном уровне. Главная редакция информации за границей следила за отбором для зарубежных потребителей наиболее точной информации об СССР. Для этого на шести языках (русском, французском, английском, немецком, португальском и арабском) для 115 стран готовились специальные пропагандистские материалы.

В 1961 г. на основе Совинформбюро Союзом журналистов СССР, Союзом писателей СССР, Союзом советских обществ дружбы и культурной связи с зарубежными странами и Всесоюзным обществом «Знание» в качестве общественной информационной службы было образовано Агентство печати «Новости» (АПН) [5]. Основная задача АПН заключалась в формировании положительного образа СССР за рубежом, что включало перевод на иностранные языки и распространение за границей текстов официальных документов, выступлений руководства СССР, комментариев, брошюр, бюллетеней и книг.

Таким образом, в связи с возникновением ряда новых печатных средств массовой информации и информационного агентства АПН в период с 1956 по 1963 гг. внешнеполитическая пропаганда начинает играть более заметную роль в военно-политическом противостоянии СССР и США и становится эффективным инструментом в решении международных вопросов. Вместе с тем, стремительное развитие печатных СМИ, полностью зависимых от решений ЦК КПСС, способствовало созданию контролируемого советского гражданина в системе командно-административного управления.

Источники и литература

- 1 Nye J.S. Soft Power. The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004. – 192 p.
- 2 Ильин И.В., Леонова О.Г. Роль и значение имиджа страны в условиях глобализации // Социально-гуманитарное знание. 2008. № 5. С. 17-27.
- 3 КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. – 607 с.
- 4 Беглов С.И. Внешнеполитическая пропаганда. Очерк теории и практики. М.: Высш. школа, 1984. – 366 с.
- 5 Силина Л.В. Внешнеполитическая пропаганда в СССР в 1945-1985 гг. (по материалам отдела пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) – КПСС). М.: РОССПЭН, 2011. – 207 с.