

## НАЧАЛО ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ ГЛАЗАМИ СОВЕТСКОГО ПЛАКАТА (НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА МАТЕРИАЛОВ 1944–1953 гг.)

*Выполнено в рамках работ по проекту «Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности» (грант Правительства РФ П 220 № 14.В25.31.0009).*

Несмотря на высокую степень изученности, тема холодной войны не утратила ни политической, ни научной актуальности. В частности, вне внимания исследователей остаются советские плакаты как система взаимосвязанных текстовых и визуальных образов, формировавшая, наряду с другими средствами пропаганды, специфику восприятия конфронтации СССР и Запада. В данной статье на основе выборки материалов за 1944–1953 гг. предпринимается попытка рассмотреть проблему начала холодной войны прежде всего через эволюцию образа врага и общее изменение представлений о внешнем мире, отразившихся в плакате.

**Ключевые слова:** холодная война; советский плакат; образ врага; международные отношения; СССР.

Развитие современных международных отношений сопряжено с новым витком соперничества России и Запада. Идейная составляющая этого процесса, все чаще в настоящее время ведущаяся методами «информационной войны», способствует возрастанию интереса к закономерностям формирования, развития и применения различных образов, используемых в политической риторике и влияющих на общественное мнение. Российская история не раз сталкивалась с потребностью их формирования. Несомненный интерес в этой сфере вызывает начало холодной войны как пример вхождения в конфронтацию, немалую роль в которой играла идеологическая борьба. Историческая аналогия с теми событиями вызывает потребность не только извлекать уроки из прошлого, но и иначе взглянуть на само это прошлое, рассматривая его несколько шире, чем один только конфликт социализма и капитализма. Представляется весьма востребованным анализ пропагандистского опыта СССР первых лет холодной войны как процесса создания системы взаимосвязанных образов, отразивших восприятие нарастающего противостояния с Западом.

Написано довольно много общих работ, посвященных началу холодной войны. Среди них можно выделить исследования Н.Е. Быстровой [1], а также коллектива авторов, работавших под редакцией А.О. Чубарьяна [2]. В них подробно проанализирован процесс раскола послевоенного мира и формирования биполярности. Отводя центральное место цивилизационной и идеологической сущности холодной войны, некоторые современные исследователи рассматривают ее не только как самостоятельный конфликт, но и как этап коренного противостояния Восток – Запад, коммунизм – капитализм [Там же. С. 65–104]. «Начало» холодной войны относится ими на более ранний период по сравнению с широко известной датой выступления У. Черчилля в Фултоне 5 марта 1946 г. Как представляется, невозможно установить «точную» дату, увязав ее с конкретным событием. В связи с этим актуальна точка зрения академика Ю.А. Полякова, высказанная еще в 1990 г. на международной дискуссии по данной проблеме: «Мир постепенно вползал в “холодную войну”; идя рывками, через атомные взрывы в Хиросиме и Нагасаки, через

споры при заключении мирных договоров, через речь Черчилля, через блокаду Берлина, через поражение Миколойчика в Польше, через февраль 1948 г. в Чехословакии, через создание НАТО, победу революции в Китае и т.д...» [3. С. 135]. Иначе говоря, условная дата может колебаться от 1944 до 1949 г. в зависимости от того, о чем идет речь – о тайных совещаниях политиков или публичных выступлениях первых лиц государств, о развитии атомного оружия или создании экономических и военных союзов.

Переживает бурный исследовательский интерес и уже упоминавшаяся выше категория «образ», рассматриваемая на фоне различных политических и социокультурных явлений в рамках имагологии – дисциплины, анализирующей взаимное восприятие народов, социумов, культур [4. С. 4]. Поскольку ее предметная область, методы и понятийно-категориальный аппарат сейчас все еще осмысливаются и уточняются в отечественной науке, следует обозначить некоторые базовые положения имагологии. Эта дисциплина уделяет особое внимание изучению развития социальных, этнических или внешнеполитических стереотипов. «Именно на основе инокультурных стереотипов возникают так называемые образы, которые отличаются от стереотипов полнотой, большей гибкостью, меньшей эмоциональной составляющей; они включают в себя, как правило, личный опыт и возникают в индивидуальном порядке, а не передаются готовыми, как стереотипы» [5. С. 128]. В литературоведении, в рамках которого и зародилась в свое время имагология, ее задача определяется как выявление компонентов национальных образов в историко-культурном контексте и определение их воплощения в текстовой структуре. При этом они рассматриваются не столько как результат реального опыта восприятия, сколько в качестве некоей «воображаемой», дискурсивной практики [6. С. 125; 7. С. 123]. Так или иначе теоретический анализ любых имагологических поисков показывает особую значимость для них категории «другого» (или «чужого»), которая может выступать формой сравнения со «своим» и тем самым конкретизирует некоторые черты собственного самосознания. А главным предметом изучения имаго-

логии подчас признается именно социально-идеологическая функция образов в формировании идентичностей [7. С. 120].

Большой вклад в изучение различных вопросов, посвященных взаимному восприятию СССР и его противников в конфликтах XX в., внес коллектив авторов Института Российской истории РАН, среди которых А.В. Голубев [8], Е.С. Сенявская [4] и др. Проблематика, относящаяся непосредственно к начальному периоду холодной войны, нашла отражение в работе А.В. Фатеева, в которой он подробно проанализировал действия властей на разных этапах формирования образа врага в советской пропаганде 1945–1954 гг. [9]. Тем не менее, несмотря на наблюдающийся «визуальный поворот» [5. С. 128], вне внимания специальных исследований остается роль *визуальной пропаганды* в создании образов первых лет холодной войны. Между тем такая ее форма, как плакаты, решала эту задачу на двух взаимодополняющих уровнях: текстовом и изобразительном, что позволяет отнести их к так называемым креолизованным текстам [10. С. 87–92], нацеленным на комплексное, а значит, более эффективное восприятие адресатом.

Цель данной статьи – реконструкция и анализ образов в советском плакате на фоне изменения внешнеполитической ситуации в начале холодной войны. Необходимо раскрыть два значимых для исследования аспекта. Во-первых, трансформация международного положения глазами визуальных источников вносит новые штрихи в общую дискуссию о самой сути и периодизации холодной войны, что важно для понимания свойств любых конфронтационных процессов. Во-вторых, с точки зрения имагологии, содержание плакатов затрагивает существенные вопросы о логике поляризации своих и чужих на фоне конфликта; о степени актуальности в пропаганде социальных и национальных стереотипов; о соотношении в ней «реального» и «воображаемого», т.е. обо всех тех факторах, оказывавших влияние на характер советской идентичности в целом.

Основу для предпринимаемого анализа составили 168 советских плакатов 1944–1953 гг., прямо или косвенно выражавших характер международного положения, в котором оказался СССР в эти годы<sup>1</sup>. Хронологические рамки выборки исследуемых материалов тесно связаны с проблемой генезиса холодной войны. В СССР этот период пришелся на последние годы правления И.В. Сталина, что позволяет рассматривать его как единый, заверченный политический сюжет. Контент- и интент-аналитическими методами выявлены и систематизированы основные вербальные и невербальные образы, отразившие изменения взгляда пропаганды на внешний мир. В целях конкретизации количественных характеристик динамики этого процесса на основе некоторых обобщений выделены ключевые смысловые и символические категории, служившие главными единицами анализа. Как правило, в плакатах они присутствуют во взаимосвязи. Значимое место в данной статье занимают отсылки к психологическим особенностям самого советского общества накануне и в начале холодной войны, как

некая духовная почва, на которую пришелся ее образный ряд. Наряду с исследованиями, уже касавшимися проблем общественного сознания, использованы материалы бесед автора с представителями старшего поколения и архивные источники, впервые вводимые в научный оборот.

Международные отношения СССР на завершающем этапе Второй мировой войны выражались в советских плакатах темами союзничества и освобождения иностранных государств от фашизма. Образ союзника впервые обрел внеклассовые черты, ассоциируясь не с интернациональными пролетариями, а вполне конкретными американскими и английскими солдатами, в результате наиболее коренного пересмотра пропагандистской линии государства. Кроме того, к концу войны над портретностью изображений стал преобладать символизм: различным карикатурным и звероподобным существам, олицетворявшим германский фашизм, противопоставлены кулаки, клещи, мечи, штыки, снаряды, на которых, наряду с советской, присутствует символика стран антигитлеровской коалиции. Их флаги встречаются в 14 плакатах за 1944–1945 гг., в то же время в текстах лозунгов упоминания о союзниках единичны. Ярким исключением является плакат В. Иванова (1945)<sup>2</sup>. Здесь краткая, но весьма ассоциативная текстовая информация, представленная отметкой на карте Европы «Торгау. 25 апреля 1945 г.» (встреча союзников на Эльбе), усилена почти портретными образами солдат армий СССР, США и Великобритании, запечатленных как бы в момент совместного перекура – типичного досуга фронтовых товарищей.

Тема освобождения, адресованная как советскому, так и восточноевропейским народам, нашла специфическое отражение в работах советских художников А. Кокорекина, А. Кейля, М. Нестеровой-Берзиной, Д. Шмаринова и др.<sup>3</sup>, лозунги которых подчас переводились на соответствующие иностранные языки. Подобная практика, визуализировавшая даже такие идеи, как еще недавно немислимое братство по оружию с румынской армией<sup>4</sup>, свидетельствует о целенаправленном формировании не только положительного образа «другого», но и «своего» в контексте взаимодействия с «другими». С политической точки зрения в этом можно увидеть отдаленные контуры социалистического содружества времен холодной войны, в том числе и с бывшими странами Оси. Будущее же взаимоотношений с западными союзниками проявилось в одной из агиток следующим призывом: «Да здравствует победа англо-советско-американского боевого союза над немецко-фашистскими захватчиками! Завершим разгром германского империализма! *Обеспечим прочный мир между народами всего мира!*» (1945) (выделено мной. – Е.Ф.). Очевидно, в это время перспектива развязывания новой конфронтации в советскую пропагандистскую риторику никак не входила.

Однако по итогам войны отношение к западным странам в обществе было неоднозначным и неоднородным. Проанализировав массив мнений военного времени, исследователь А.В. Голубев пришел к выводу, что как возможную долгую перспективу и под-

черкнуто доброжелательно союзнические отношения оценивала лишь довольно узкая прослойка интеллигенции, в то время как немалая часть советских людей была настроена более скептически [8. С. 377–378]. И если поначалу скепсис мог уравниваться памятью о братстве по оружию, то несколько позже, по мере распространения с Запада конфронтационной риторики, недоверие к бывшим союзникам в крайних проявлениях обрело форму открытой враждебности: «Плохо сделали, что после взятия Берлина не разгромили “союзников”. Надо было бы спустить их в Ламанш. И сейчас Америка не бряцала бы оружием» [12. С. 128]. Причем изначально эти настроения подпитывались не столько официальной пропагандой, сколько различными слухами и домыслами о грядущей войне, особенно распространившимися сразу после речи Черчилля в Фултоне, что дало даже повод для необоснованной паники [Там же]. Региональные источники по-своему характеризуют восприятие разворачивающегося мирового противостояния. Например, в «Информации о настроениях среди трудящихся Томской области» от 4 июля 1947 г. отмечается: «...некоторая часть населения выражает неприязнь к союзным (выделено мной. – Е.Ф.) государствам, особенно к Америке, Англии...». Затем идет ссылка на слова некоего сверловщика Томского электромеханического завода (репатрианта) Федорова: «Война неизбежна, Америка и Англия сильнее Советского Союза – они выступают против нас, а наши люди ждали после войны свободную продажу хлеба и товаров, а ничего не получили, поэтому они также недовольны советской властью...» [13. Л. 50]. Из этого следует, что даже в середине 1947 г., когда ситуация холодной войны становилась все более очевидной, не одобрялись резкие высказывания на эту тему, особенно, если они дополнялись внутривластными выводами. «Для устранения ненормальных настроений среди части населения областные организации проводят необходимые меры» [Там же. Л. 51]. Такова была реакция властей на эти явления.

Однако среди советских людей было достаточно тех, для кого новая международная напряженность не стала ни поводом для паники, ни, тем более, мировоззренческим шоком. Об этом вспоминают старейшие сотрудники Томского государственного университета, говоря о себе и своих современниках. Так, С.В. Вольфсон<sup>5</sup> солидаризировался с официальной точкой зрения властей на классовую природу разностороннего противостояния капитализма и социализма [14], что само по себе не было чем-то идеологически новым для советского общества второй половины 1940-х гг. Со своей стороны Б.С. Жигалов<sup>6</sup> отмечает, что никто особо не верил в угрозу большой войны, при этом лично ему казалось, что сложившееся положение сохранится надолго [15]. Несколько иначе на этот счет высказывается Ю.В. Куперт<sup>7</sup>: когда вновь возник конфликт, «все восприняли это как должное и это неудивительно, потому что отношение к союзникам было очень сложным, и оно стало сложным во время войны...» [16]. Ю.В. Куперт регулярно читал журнал

«Британский союзник», где встречал много текстов, указывавших «не на то, что они (британцы. – Е.Ф.) наши союзники, а на то, какие они хорошие, как много они делают, как страдает английский народ, как он приносит жертвы – все во имя победы над врагом» [16]. И на фоне разговоров о втором фронте, начавшихся уже в 1941 г. и сопряженных с постепенным ужесточением точки зрения Сталина на этот вопрос, позиция союзников и их реальные действия вызвали раздражение. Причем, в такие моменты окружающие обычно подмечали: «Чего вы хотите? англичане есть англичане» (выделено мной. – Е.Ф.) [Там же].

Несмотря на усилия советской пропаганды по формированию благоприятного образа союзников в годы войны, зыбкость оснований для единства, память о прошлых конфликтах, включая интервенцию 1918–1920 гг., сохраняла большое недоверие к ним [4. С. 204–205]. Возможность очень скорого открытого военного столкновения с западными странами не исключалась даже на фронте, в Берлине 1945 г.: «Вариант дальнейшего похода на Европу – война с нынешними союзниками – не казался невероятным ни мне, ни многим из моих однополчан», – вспоминал поэт-фронтовик Давид Самойлов [Там же]. А когда 11 марта 1946 г. в «Правде» вышла передовая статья «Черчилль бряцает оружием» и несколько позже появилась брошюра «Фальсификаторы истории» все «встало на свои места» [16]. Это подтверждается и откликами трудящихся Томской области, среди которых показательное мнение рабочего, комсомольца Коровина: «Для нас, советских людей, *всегда* (выделено мной. – Е.Ф.) была ясна подлая роль английских и американских империалистов. Пусть же теперь об их подлости узнает весь мир» [13. Л. 183]. Обсуждение этой брошюры Совинформбюро состоялось в конце февраля 1948 г., после чего риторике холодной войны был дан мощный моральный импульс.

Предпринятый выше небольшой срез общественного мнения первых послевоенных лет показывает в какой разной, постепенно накаляющейся обстановке начинали формироваться образы нового конфликта. Как можно убедиться, этому способствовал определенный опыт восприятия западных «союзников». Нельзя точно утверждать, что было первопричиной этих мнений: пропаганда или личное отношение. Или сказывалась чрезвычайная устойчивость еще довоенного образа, характеризующего эти государства как часть враждебного окружения, или решающими стали сведения об их новых нападках на СССР, неуместных в отношении страны не только победившей в общей войне, но и наиболее пострадавшей в ней? Исследователи указывают на значимость обоих этих факторов [12. С. 128, 131]. В данном случае пропагандистская деятельность и перемены в общественном мнении представляли взаимозависящий и взаимодополняющий процесс. Хотя приведенное суждение военного времени – «англичане есть англичане» – похоже не столько на типичный советский классово обусловленный критерий, сколько на национальный стереотип, имеющий обычно более глубокую подоплеку.

Следует заметить, что знаменитая «Фултонская речь» Черчилля 5 марта 1946 г., считающаяся обще-

принятым, хотя и не бесспорным началом холодной войны, совершенно не повлияла на характер советского плаката. Сказывалось то, что конкретное воплощение идеологического противника, которое можно было бы положить в основу визуального образа, все еще не было очевидным. Исследователь А.В. Фатеев высказывает мнение, что перед правительством СССР вообще первое время стоял выбор – против какого конкретно западного государства следует направить основной пропагандистский удар, поскольку «главным виновником кризиса коалиции (антигитлеровской. – Е.Ф.) советское руководство считало правительство Великобритании» [9]. Хотя уже в июле 1946 г. посол США Смит отмечал, что «в советской печати нельзя найти ни одного слова, благоприятного для Соединенных Штатов» [1. С. 112]. Впрочем, рассказывая о митинге советско-американской дружбы (что само по себе символично) 2 декабря 1946 г. в Нью-Йорке, «Правда» доносила до читателей противоположную по смыслу идею, что «миллионы американцев» не разделяют действий «некоторых руководящих групп США» (выделено мной. – Е.Ф.) [17. 8 дек.]. Определенным спросом в советской прессе пользовались и мнения американских политиков, выступавших против усугубления тенденций холодной войны [Там же. 18 сент.].

Между тем в среде художников-плакатистов после прошедшей войны сохранялась идейная опустошенность: «...было очень нелегко сразу освоить новую тематику... когда начали определяться отношения с союзниками военных лет, мы несколько утратили чувство перспективы, и вместо того, чтобы смотреть вперед, все время оборачивались назад, отыскивая в прошлом новые образы и параллели», – вспоминал В. Корецкий [11. С. 106]. В том же 1946 г. ЦК ВКП(б) прямо указал на слабые стороны пропагандистской деятельности, и перед Управлением пропаганды и агитации была поставлена задача «широкого и постоянного разъяснения трудящимся принципов внешней политики советского правительства, вытекающих из коренных интересов советского народа», разоблачения «проводников новой войны», критики «империалистической внешней политики и буржуазной идеологии зарубежных стран» [18]. Не избежали нареканий и визуальные материалы. Например, было сказано, что из рисунков журнала «Крокодил» на внешнеполитические темы «мало что можно признать удачным» [19].

Так или иначе после Фултона, хотя далеко не сразу, на развитие внешнеполитических событий откликнулись карикатуры. Причем первая из них, опубликованная в «Правде» в 1946 г., от имени «международной демократии» клеймила как вероятных поджигателей войны не Запад в целом, а только некоторых фашиствующих европейских правых: «...хор разногосый: Ялчин и Андерс, Франко и хитосы...» [17. 1 мая]. Однако за их спинами можно увидеть полную фигуру в смокинге и цилиндре – то самое олицетворение буржуазии, которое еще с начала 1920-х гг. формировало стереотип чисто классово-неприятности. Попытка персонализировать образ врага, не прибегая

пока к обобщениям, присутствовала в карикатурах «Атомщик» [17. 3 нояб.] и «Команда поджигателей войны» [Там же. 7 нояб.]. В последней в числе антигероев, наряду с Черчиллем и американским медиамагнатом Херстом, был Б. Барух – государственный деятель США, первым употребивший термин «холодная война» в апреле 1947 г. За ним сатира закрепила репутацию главного «атомщика». И только в самом конце 1947 г. была создана посвященная приближавшемуся 30-летию советских вооруженных сил агитка-предостережение Б. Ефимова и Н. Долгорукова «Поджигателям новой войны следовало бы помнить позорный конец своих предшественников! (Н. Булганин)» (рис. 1). Это был первый известный автору плакат, персонально обличавший ряд западных политиков, среди которых, что интересно, оказался еще недавно популярный генерал де Голль.

Армейские материалы по-своему отразили и рост напряженности. «На страже мира и безопасности (выделено мной. – Е.Ф.) нашей Родины!» – гласил один из плакатов, вышедший в 1947 г. и выразивший готовность танкистов противостоять новым угрозам. Эта же идея доносилась как с помощью образа победоносного прошлого Советской армии и многочисленных поверженных ею врагов, служивших назиданием тем, кто снова решит помериться силой<sup>8</sup>, так и сюжетами «на злобу дня», когда в остроумной агитке В. Говоркова (1948) старший сержант, ветеран войны, говорит «Не балуй!» уже *Дяде Саму* (рис. 2). В 1949 г. плакат Б. Воронцова «Враг хитер, в нем звериная злоба – смотри в оба!» впервые в рамках холодной войны призвал советских солдат к бдительности, сравнив с пауками руководимых извне шпионов, провокаторов, вредителей и, что примечательно, «распространителей ложных слухов»<sup>9</sup>. В целом, став значимой частью положительных плакатных образов, **военные** изображались в 27 агитках 1947–1953 гг. и связывались преимущественно с оборонной проблематикой.



Рис. 1 (худ. Б. Ефимов)



Рис. 2 (худ. В. Говорков, 1948 г.)



Рис. 3 (худ. М. Черемных, 1949 г.)

Таким образом, уже к 1948 г. изображение врага впервые обрело американские черты. Что касается Великобритании, то к началу 1950-х гг. стало окончательно ясно, что «сама Англия, потрепанная и ослабленная войной, стала превращаться в американского вассала» [9]. В марте 1949 г. утвержден четкий по своей направленности «План мероприятия по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время». В соответствии с ним издательству «Искусство» было поручено «выпустить массовым тиражом сатирические плакаты на антиамериканские темы» [20], который мог доходить до 200 тыс. экземпляров. Универсальное же понятие *поджигатель войны*, оставлявшее определенное пространство для маневра в трактовке врага, подчас не указывая прямо на национальную и даже классовую его принадлежность, присутствовало в 15 плакатных лозунгах вплоть

до 1952 г. Иногда оно обнаруживалось даже в самых неожиданных сюжетах. Например, в плакате, изданном в Астрахани: «Больше рыбы для страны – крепче удар по поджигателям войны!» (1950) – здесь можно наблюдать и карикатурных западных политиков, и простого советского рыбака, и даже огромную рыбу, которую он ловит. Любопытное смешение конкретных персоналий и национально окрашенных образов произошло в работе художника П. Голубя «За прочный мир! За народную демократию! Против поджигателей новой войны!» (1949), где как «поджигатель» наряду с «реальным» Черчиллем выступает символический Дядя Сэм, бесспорно олицетворяющий США в целом.

На этом фоне распространилась контрастная, ключевая в категориальном ряду имагологии, поляризация «Мы – Они» (*при социализме – при капитализме*) (рис. 3). Она нашла отражение в 13 работах В. Корецкого, М. Черемных, В. Брискина, К. Иванова и других авторов, вышедших в 1948–1953 гг. Причем всплеск создания подобных плакатов пришелся на первый год. Использувавшийся в них прием определил дух холодной войны: четко разделил «своих» и «чужих» на текстовом уровне, а на образном – наглядно продемонстрировал параметры сравнения, говорящие в пользу социализма. Объектом обличительной критики стали безработица, постоянная в странах капитала, приниженное положение простых рабочих, незащищенность материнства и детства. Альтернативой являлись стопроцентная занятость, востребованность и социальное уважение в странах социализма. В пользу социалистического строя должно было говорить единство народов СССР, в то время как остроту расовых конфликтов в США олицетворял связанный веревкой чернокожий человек на фоне Статуи Свободы<sup>10</sup>. Капитализм обуславливал обреченность даже самых талантливых людей, выбрасывание их на дно жизни<sup>11</sup>. Другим атрибутом такой пропаганды, призванным отражать своего рода количественные преимущества социализма, была статистика. Примером тому служит сатирическая агитка о разнице темпов роста промышленности у противоборствующих сторон, усиленная цитатой В. Молотова<sup>12</sup>. Или же плакат на тему школьного образования: в СССР школы строятся, в США – закрываются, поскольку львиная доля государственных расходов там идет на военные нужды<sup>13</sup>. Таким образом, косвенно до общества доносилась идея о том, что Америка – это наращивающий огромную военную мощь потенциальный агрессор.

Наглядная агитация прямо указывает, что многое из отрицательного контекста обрело конкретную родину, говоря языком лозунгов об «Американском образе жизни», «Свободе по-американски», силе «Американской “цивилизации” в Корее»<sup>14</sup>. Помимо противопоставлений «Мы – Они», США упоминаются в 13 плакатах за 1948–1953 гг. Обличительному настрою служат самые узнаваемые символы Америки: уже упоминавшиеся выше Статуя Свободы (всего встречается дважды), Дядя Сэм (6 раз), а также символ темной власти капитализма – доллар (24 раза!).

В 1952 г. в плакатных материалах наблюдается также масштабное разоблачение американской военщины, преступно применявшей бактериологическое оружие, но сдавшей свои позиции в Корейской войне<sup>15</sup>. Разного рода *милитаристы* стали главными антигероями советского плаката, найдя отражение в 14 антагонистических образах. Антивоенная тема впечатляла современников. Так, американский корреспондент А. Уилфред Мэй, пребывавший в годы Корейской войны в Москве, «был поражен “ужасающей круглосуточной” пропагандой, главной темой которой была бактериологическая война, ведущаяся Соединенными Штатами в Корею» [1. С. 353]. С точки зрения пропагандистов, свою милитаристскую сущность США обнажили, став и главным инициатором создания НАТО в 1949 г. На языке образов эту тему отразил, например, сатирический плакат В. Говоркова «Фразы... и базы» (1952), в сюжете которого под демагогическим прикрытием спасения мира от коммунистической угрозы осуществляется намерение превратить Европу в плацдарм для будущей агрессии. Формой сатиры на саму идею «европейского содружества», как на лицемерную и обреченную на скрытую вражду, стал плакат-карикатура Я. Семенова: «Ясна, понятна для любого цена “содружества” таково: улыбка на губах, елей в речах, в мыслях – ложь, за спиной – нож!» (1952).

Содержание рассмотренных выше материалов укладывается в процесс формирования образа врага в начале холодной войны. Собственно, возникновение ярко выраженного врага и характеризует ее именно как войну, однако для достижения морального превосходства над противником предполагался менее категоричный взгляд на внешний мир. Даже в самых острых выпадах советской пропаганды человек на Западе предстал лишь как жертва пороков капиталистической системы, толкающей его «на самые гнусные поступки и преступления» [21]. Все это давало повод для визуализации альтернативного *образа другого*. Такова была, например, работа художника А. Доброва, иллюстрировавшая весьма показательный лозунг: «Простые люди стран капитала за мир и дружбу с Советским Союзом» (1952). Она достигла высокой степени символизма, изобразив рукопожатие советского и западного рабочего на фоне красного знамени и московской высотки с одной стороны, и заполненной колонной демонстрантов улицы, видимо нью-йоркской, – с другой. Столь подробно описывать этот плакат стоит потому, что он воспроизводит наиболее распространенные для данной тематики символы: *рукопожатия, знамена и флаги, колонны людей* в едином строю – все это атрибуты формирования плакатом идей *мира, интернационализма*, а также *союзничества* в рамках зарождающегося социал-лагеря.

Само понятие «мир» становится ведущим, встречаясь в 74 плакатах из 147 за период 1947–1953 гг.! Нередко по контексту оно противопоставлено своим семантическим антонимам – *войне* или *вражде* – зафиксированным 27 и 20 раз соответственно. Динамика его использования прямым образом сочетается с

внешнеполитическими событиями. Так, чаще всего «мир» появляется в плакатах 1950 и 1953 гг. (16 и 22 раза). Первый всплеск можно связать с расцветом деятельности конгрессов сторонников мира, с успехом прошедших во многом под эгидой СССР в 1949 и 1950 гг. Их идеи, нашедшие отражение в различных воззваниях, непосредственно пропагандировались сразу в трех известных автору плакатах<sup>15</sup>. В каждом из них главная героиня – женщина, а в работе художника К. Иванова «Миру – мир!» – женщина с ребенком. Все это ярко демонстрирует зарождение тенденции, согласно которой мирная риторика сопровождалась именно женскими и детскими образами, как в большей степени вызывавшими чувство ответственности. В этот период вместе они составили около 40% изображений, рассматриваемых в гендерном аспекте. По воспоминанию В. Корецкого, именно тема мира привнесла новый «необходимый эмоциональный заряд» в создание плакатов художниками [11. С. 108–109].

Вместе с тем пропаганда иногда критиковалась за чрезмерный пацифизм. В сентябре 1952 г. в отдел пропаганды ЦК М.А. Сулову была направлена записка: «Всесторонняя и глубокая пропаганда борьбы за мир... нередко подменяется в печати публикацией поверхностных материалов, избыточных пацифистскими рассуждениями» (цит. по: [12. С. 133]). С точки зрения визуализации верхом этого стал размещенный ко дню Красной армии на обложке журнала «Крокодил» безоружный советский солдат с «белым голубком в руках», признанный совершенно неверным, после чего было решено усилить активное, наступательное начало пропаганды, в том числе через тему бдительности [Там же. С. 134]. Впрочем, необходимо добавить, что данный пример носит скорее крайний, наиболее курьезный характер. Ведь оказавшийся в центре внимания широко известный *«голубь мира»* встречается в плакатах за период 1947–1953 гг. лишь 4 раза, в то время как разного рода *вооружение*, которым оснащены как готовящиеся к агрессии западные милитаристы, так и укрепляющие оборону советские войска, изображено в 68 агитках! Так или иначе второй всплеск темы мира пришелся в плакате именно на 1953 г., на что, вероятнее всего, повлияло завершение Корейской войны.

Что касается *интернационализма*, то напрямую это понятие практически не употребляется в лозунгах, но как принцип оно было заложено в некоторые другие текстовые конструкции и различные слововыразители *солидарности*: «народы мира», «весь мир», «международный», «единство», «миллионы», «вместе», «каждый» и т.п. Все они, начиная с 1948 г. и с тенденцией к закреплению в 1953 г., неизменно присутствуют в плакатах (29 раз). К источникам формирования образа положительного «другого» можно также отнести и 11 упоминаний в лозунгах союзников СССР по социалистическому содружеству<sup>16</sup>. Надо сказать, интернационалистическое миропонимание не являлось чем-то новым для советского плаката рассматриваемого периода. Однако применительно к специфике начального периода холодной войны проведенный анализ показал наличие одного важного

обстоятельства: все чаще в одном ряду борцов за высокие гуманистические идеалы оказывались не только трудящиеся братья по классу, но и просто единомышленники, наделенные своим колоритом, разнообразным по национальным, расовым и даже социальным чертам<sup>17</sup>.

Предпринятая выше реконструкция образного ряда советских плакатов 1944–1953 гг., связанных с внешнеполитической обстановкой, приводит к следующим выводам. С точки зрения хронологии холодной войны визуальная пропаганда ярко отражает изменение взгляда на саму идею новой международной конфронтации. После опыта формирования позитивного образа Запада в военное время, в 1946 г. сначала в одних только карикатурах, а с 1947 г. и непосредственно в плакате, ведется борьба с идеологами, «поджигателями» войны, персонифицированными в виде отдельных европейских и американских политиков. И только в 1948 г. в советских плакатах начинается полномасштабная информационная холодная война в логике, сохранявшейся с небольшими ситуативными изменениями вплоть до перестройки – противостояние социализма и капитализма в рамках геополитического соперничества СССР и США, – о чем ясно свидетельствует появившийся образ символического Дяди Сэма, к отпору враждебным замыслам которого призывали лозунги.

Избрание данного образа подчеркнуло межгосударственный формат конфронтации и существенную роль в пропаганде национально ориентированной стереотипизации. Впрочем, в советском плакате оставались сильны и давние традиции социально-классового отношения к врагу, изображавшем его в виде одетой в смокинги и цилиндры буржуазии или гротескно увешанной оружием военщины. А то, что, например, брюки буржуа окрашены в «звездно-полосатые» цвета и на фуражке милитариста знак доллара, можно объяснить признанием объективной данности: главным политическим и идеологическим оппонентом СССР в холодной войне стали именно правящие круги США. Другой распространенный атрибут конфликта наций, воплощающийся в их жесткой поляризации на «Мы–Они», хотя и присутствовал в плакате, но обладал своей спецификой, выразившейся в том, что противопоставлялись не столько люди как таковые, сколько условия, в которых они находились. Все это давало возможность параллельного использования образа альтернативного «другого». Независимо от дружественности государств, к которым он принадлежал, он мог рассматриваться как единомышленник.

Вопрос же о соотношении «реального» и «воображаемого» в советском плакате – наиболее сложный для однозначного ответа. Концептуально, по этому поводу можно солидаризироваться с исследователем В. Мейстером: «Любая идеологическая иллюзия является отражением социальной реальности, коренится

в материальной основе общественного бытия» [22]. Небольшой срез общественного мнения, представленный в данной статье, показал, что у советских граждан существовали определенные предпосылки для конфронтационного восприятия Запада, истоки которых лежат и вне пропаганды. Также примечательно, что первые образы врага в плакате холодной войны были обращены к армейской среде, которая, с одной стороны, уже имела непосредственный опыт взаимодействия с иностранцами в военное время, а с другой – в большей степени вероятности могла столкнуться с ними в ходе нового, даже ограниченного, конфликта. Свидетельством спроса на образ врага можно считать замечания, опубликованные в апреле 1952 г. в статье «Правды» «Улучшить качество политического плаката», где констатировалось, что именно к сатирическим плакатам «советские люди проявляют большой интерес», и подчеркивалось, что данные материалы – «острейшее оружие борьбы с растленной буржуазной идеологией, с происками империалистических агрессоров... Трудящиеся часто присылают в издательства и редакции свои предложения, темы и сюжеты для плакатов и сатирических рисунков» [23. 25 апр.]. Хотя коренные мотивы подобных инициатив «снизу» и степень влияния на них уже имевших место официальных пропагандистских практик, безусловно, нуждаются в отдельной проверке источниками.

Вообще, размышление о соотношении «воображаемого» и «реального» в моделях восприятия «другого» или «врага» наталкивает на два альтернативных допущения: либо «воображаемое» настолько живуче, что на протяжении долгих лет почти сверхъестественно подавляет «реальное»; либо первопричиной любого образа является какой-нибудь аспект реального опыта, а воображаемые дискурсы – лишь определенные ситуативные штрихи к нему. Склоняясь ко второму суждению, отметим, что современные события показали, как взаимоотношения Запада и России (Востока в широком смысле) в конфронтационном варианте пережили и СССР, и борьбу капитализма с социализмом. Собственно, в проанализированных лозунгах советских плакатов на внешнеполитические темы «коммунизм», «социализм» и «капитализм» как таковые далеко не всегда занимали центральное место<sup>19</sup>. Как представляется, суть международных отношений во все времена и формации сводится к отстаиванию национальных интересов и убеждению в их значимости наибольшего количества соотечественников и не только. А образы в данном случае – это некая выборка порой вполне реалистичных фактов, которая помогает решать эту задачу. Так и холодная война может рассматриваться не как конкретный исторический период, а метод ведения политической и идеологической борьбы. И хотя возникновение и применение метода исторично, сам по себе хронологически он не имеет ни начала, ни конца.

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Источниковой базой статьи послужили находящиеся в Интернете в свободном доступе частные коллекции плакатов, каталоги ряда аукционных домов и библиотек, а также некоторые другие тематические сайты, на которых публиковались их электронные репродукции.

- <sup>2</sup> Оригинал плаката хранится в Центральном музее Вооруженных сил Российской Федерации (г. Москва).
- <sup>3</sup> См., например, А. Кокорекин «Смерть фашизму! Свободу народам» (на чеш. яз.) (1944), А. Кейль «Фашистскому зверю не уйти!» (на венг. яз.) (1945); М. Нестерова-Берзина «Спасибо вам за спасение Родины!» (на пол. яз.) (1945); также о распространении плаката Д. Шмаринова «Красная Армия несет освобождение от фашистского ига!» (1944) на польском, чешском, румынском и венгерском языках вспоминал художник В. Корецкий [11. С. 99].
- <sup>4</sup> Неизвестный автор «Румынская армия плечо-к-плечу с победоносной Красной Армией сражается для уничтожения захватчиков гитлеристов» (на рус. и рум. яз.) (1944).
- <sup>5</sup> Савелий Вольфович Вольфсон (род. 1931) – историк, доцент Томского государственного университета. В 1944–1953 гг. – школьник, затем студент историко-филологического факультета ТГУ.
- <sup>6</sup> Борис Степанович Жигалов (род. 1932) – историк, доцент Томского государственного университета. В 1944–1953 гг. – школьник, затем студент историко-филологического факультета ТГУ.
- <sup>7</sup> Юрий Васильевич Куперт (род. 1931) – историк, профессор Томского государственного университета. В 1944–1953 гг. – школьник, затем студент историко-филологического факультета ТГУ.
- <sup>8</sup> См., например, И. Семенов «Мы врага встречаем просто: из послужного списка советской армии...» (1948).
- <sup>9</sup> Интересно, что плакат известен в двух вариантах изображения главного антагониста в центре паутины: в первом – это паукообразное существо, внешне напоминающее У. Черчилля; во втором – это полная, безобразная фигура, в цилиндре цветов американского флага.
- <sup>10</sup> В. Корецкий «При капитализме... при социализме» (1948).
- <sup>11</sup> В. Корецкий «Дорога таланта... дорогу талантам» (1948).
- <sup>12</sup> В. Говорков «Те же годы, да разные “погоды”» (1950).
- <sup>13</sup> К. Иванов, В. Брискин «В 1951–1955 годах строительство городских и сельских школ увеличится, примерно на 70% по сравнению с предыдущим пятилетием. В США: ассигнуется по бюджету на народное просвещение 1% и 74% на военные расходы. В США насчитывается свыше 10 миллионов неграмотных: около одной трети детей школьного возраста не учатся» (1953).
- <sup>14</sup> Речь идет о работах М. Черемныха (1949), Б. Ефимова и Н. Долгорукова (1950), Кукрыниксов (1952). Последняя в форме обличительной карикатуры публиковалась также в номере «Правды» от 27 февраля 1952 г.
- <sup>15</sup> См., например, Н. Долгоруков «К ответу! Не скрывайся злодеям от гнева народов!» (1952); К. Иванов, В. Брискин «Остановить преступников» (1952); В. Брискин «Пошли по шерсть, а вернулись стрижеными» (1952).
- <sup>16</sup> Л. Лавров «Отстоим мир!» (1950); И. Кружков «Матери всего мира, вставайте на защиту мира! Бороться против поджигателей новой войны!» (на укр. яз. 1950); К. Иванов «Миру – мир!» (1951).
- <sup>17</sup> См., например, В. Иванов «Да здравствует дружба народов СССР и Китая» (1949); С. Забалуев «За дружбу советского и германского народов! Во имя мира во всем мире!» (1953).
- <sup>18</sup> См., например, Н. Ваголина «Каждый, кто честен, встань с нами вместе!» (1953).
- <sup>19</sup> Понятие «коммунизм» и синонимичные ему встречаются 6 раз; «социализм» – 4; «капитализм» – 8 (кроме некоторых случаев их использования в рассмотренной отдельно теме «Мы – Они»).

## ЛИТЕРАТУРА

- Быстрова Н.Е. СССР и формирование военно-блокового противостояния в Европе (1945–1955 гг.). М., 2007. 592 с.
- Холодная война. 1945–1963 гг. Историческая ретроспектива / отв. ред. Н.И. Егорова, А.О. Чубарьян. М., 2003. 640 с.
- Дискуссия «У истоков «холодной войны» // Международная жизнь. 1990. № 10. С. 129–146.
- Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века: эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М., 2006. 288 с.
- Поршнева О.С. Историческая имагология в современной российской историографии // Урал индустриальный. Бакунинские чтения: Индустриальная модернизация Урала в XVIII–XXI вв. Екатеринбург, 2014. С. 126–129.
- Поляков О.Ю. Становление и развитие категориального аппарата имагологии // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2014. № 9. С. 125–134.
- Трыков В.П. Имагология и имагопозитика // Знание. Понимание. Умение. 2015. № 3. С. 120–129.
- Голубев А.В., Поршнева О.С. Образ союзника в сознании российского общества в контексте мировых войн. М., 2012. 392 с.
- Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде, 1945–1954. М., 1999. URL: <http://psyfactor.org/lib/fateev0.htm>, свободный (дата обращения: 02.12.2015).
- Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург, 2013. 194 с.
- Корецкий В.Б. Заметки плакатиста. М., 1958. 168 с.
- Зубкова Е.Ю. Послевоенное советское общество: политика и повседневность. 1945–1953. М., 1999. 229 с.
- Центр документации новейшей истории Томской области. Ф. 607. Оп. 1. Д. 727 (1)
- Интервью с Савелием Вольфовичем Вольфсоном. Томск. Ноябрь 2015 г. // Личный архив автора.
- Интервью с Борисом Степановичем Жигаловым. Томск. Ноябрь 2014 г. // Личный архив автора.
- Интервью с Юрием Васильевичем Купертом. Томск. Февраль 2014 г. // Личный архив автора.
- Правда. 1946.
- Проект постановления ЦК ВКП(б) «об освещении внешнеполитических вопросов в советской печати и о советской пропаганде за рубежом» от 13.08.1946. URL: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69294> (дата обращения: 02.12.2015).
- Докладная записка агитпропа ЦК ВКП(б) А.А. Жданову по вопросу контроля над внешнеполитическими материалами журнала «Крокодил» от 10.09.1946. URL: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69298> (дата обращения: 02.12.2015).
- План мероприятия по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время. Документ агитпропа ЦК от 01.03.1949. URL: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69577> (дата обращения: 02.12.2015).
- План мероприятий по пропаганде среди населения идей советского патриотизма. Документ агитпропа ЦК от 18.04.1947. URL: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69334> (дата обращения: 02.12.2015).
- Мейстер В.Б. «Социалистический лагерь»: общество и идеология. URL: [http://scepis.ru/library/id\\_80.html](http://scepis.ru/library/id_80.html) (дата обращения: 02.12.2015).
- Правда. 1952.

Статья представлена научной редакцией «История» 18 января 2016 г.

## THE BEGINNING OF THE COLD WAR AS DEPICTED IN THE SOVIET POSTERS OF 1944–1953

*Tomsk State University Journal*, 2016, 404, 147–155. DOI: 10.17223/15617793/404/24

**Fedosov Egor A.** Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: [karamba243@yandex.ru](mailto:karamba243@yandex.ru)

**Keywords:** Cold War; Soviet posters; enemy image; international relations; USSR.



The topic of the Cold War has lost neither political, nor scientific relevance in the works of researchers. In particular, yet little attention has been paid to Soviet posters as a system of textual and visual images which among other means of propaganda formed a specific perception of the conflict between the USSR and the West. The main aim of this article is to reconstruct and to analyze the images of the Soviet posters of 1944–1953 reflecting the character of changes of the foreign policy agenda at the beginning of the Cold War. It is necessary to disclose two relevant aspects of the research. Firstly, the transformation of the international situation as depicted by visual sources introduces alterations in the general discussion about the essence and the periodization of the Cold War. Secondly, the content of posters touches on such significant questions as the logic of polarization of the natives and the aliens in terms of the conflict; the level of relevance in propaganda of national and social stereotypes; the proportion of “the real” and “the imaginary” in it. These are all the factors which affected the Soviet identity as a whole. To this end, the main verbal and non-verbal images have been elicited and systematized by the means of content- and intent-analysis out of 168 posters. The reconstruction has shown that the experience of the forming positive image of the West during the Second World War was followed by the struggle waged against “warmongers” as new war ideologists in the person of some European or American politicians first in caricatures in 1946, then in posters since 1947. It was only in 1948 that a full scale Cold War in Soviet posters started as a geopolitical rivalry between the USSR and the USA, accompanied by the appearance of the symbolic Uncle Sam’s image. Another aspect of the nations’ conflict expressed in posters in the form of a very rigid polarization of “We–They” with a particular emphasis not on people themselves, but on their life conditions. All these gave an opportunity of using the image of “the Other” that could be perceived as an adherent. The question about the proportion of “the real” and “the imaginary” in Soviet posters is the most difficult to define. Soviet citizens seem to have had real causes for a critical attitude to “the West”, and it was not explained only by the effects of propaganda that contributed to some specific features of appreciation, which could be characterized as part of “the imaginary”. Images on the posters should be considered as examples of quite realistic facts solving the tasks of propaganda. This circumstance allows believing the Cold War was not only a historical period, but a method of political and ideological struggle, without any chronological frames.

#### REFERENCES

1. Bystrova, N.E. (2007) *SSSR i formirovanie voenno-blokovogo protivostoyaniya v Evrope (1945–1955 gg.)* [The USSR and the formation of a military-bloc confrontation in Europe (1945–1955)]. Moscow: Kuchkovo pole, Giperboreya.
2. Egorova, N.I. & Chubar’yan, A.O. (eds) (2003) *Kholodnaya voyna. 1945–1963 gg. Istoricheskaya retrospektiva* [The Cold War. 1945–1963. A Historical Retrospective]. Moscow: Olma-Press.
3. *Mezhdunarodnaya zhizn’*. (1990) Diskussiya “U istokov “kholodnoy voyny” [Discussion “At the root of the Cold War”]. *Mezhdunarodnaya zhizn’*. 10. pp. 129–146.
4. Senyavskaya, E.S. (2006) *Protivniki Rossii v voynakh KhKh veka: evolyutsiya “obraza vraga” v soznanii armii i obshchestva* [Russian opponents in the wars of the twentieth century: the evolution of the “enemy image” in the minds of the army and society]. Moscow: ROSSPEN.
5. Porshneva, O.S. (2014) *Istoricheskaya imagologiya v sovremennoy rossiyskoy istoriografii* [Historical imagology in modern Russian historiography]. In: *Ural industrial’nyy. Bakuninskie chteniya: Industrial’naya modernizatsiya Urala v XVIII–XXI vv.* [Industrial Ural. Bakunin Readings: Industrial modernization of the Urals in the 18th–21st centuries]. Ekaterinburg: Ural Federal University.
6. Polyakov, O.Yu. (2014) Stanovlenie i razvitiye kategorial’nogo apparata imagologii [Formation and development of the categorical apparatus of imagology]. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*. 9. pp. 125–134.
7. Trykov, V.P. (2015) *Imagologiya i imagopoetika* [Imagology and imagopoetics]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*. 3. pp. 120–129.
8. Golubev, A.V. & Porshneva, O.S. (2012) *Obraz soyuznika v soznanii rossiyskogo obshchestva v kontekste mirovykh voyn* [The image of an ally in the minds of Russian society in the context of the World Wars]. Moscow: Novyy khronograf.
9. Fateev, A.V. (1999) *Obraz vraga v sovetskoy propagande, 1945–1954* [The image of the enemy in Soviet propaganda, 1945–1954]. [Online]. Available from: <http://psyfactor.org/lib/fateev0.htm>. (Accessed: 02 December 2015).
10. Voroshilova, M.B. (2013) *Politicheskiiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochteniyu* [Political creolized text: Keys to reading]. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University.
11. Koretskiy, V.B. (1958) *Zametki plakatista* [Notes of a poster artist]. Moscow: Sovetskiy khudozhnik.
12. Zubkova, E.Yu. (1999) *Poslevoennoe sovetskoe obshchestvo: politika i povsednevnost’. 1945–1953* [The post-war Soviet society: politics and everyday life. 1945–1953]. Moscow: ROSSPEN.
13. Center for Documentation of Contemporary History of Tomsk Oblast. Fund 607. List 1. File 727 (1). (In Russian).
14. Fedosov, E.A. (2015) *Interv’yu s Saveliem Vol’fovichem Vol’fsonom* [Interview with Savely Volfson]. Tomsk. November. Private Archive.
15. Fedosov, E.A. (2014) *Interv’yu s Borisom Stepanovichem Zhigalovym* [Interview with Boris Zhigalov]. Tomsk. November. Private Archive.
16. Fedosov, E.A. (2014) *Interv’yu s Yuriem Vasil’evichem Kupertom* [Interview with Yuri Kupert]. Tomsk. February. Private Archive.
17. *Pravda*. (1946).
18. A. Yakovlev Foundation. (1949) *Proekt postanovleniya TsK VKP(b) “ob osveshchenii vneshnepoliticheskikh voprosov v sovetskoy pechati i o sovetskoy propagande za rubezhom” ot 13.08.1946* [Draft Resolution of the CPSU (b) “about the coverage of foreign policy issues in the Soviet press and Soviet propaganda abroad” of 13.08.1946]. [Online]. Available from: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69294>. (Accessed: 02 December 2015).
19. A. Yakovlev Foundation. (1949) *Dokladnaya zapiska agitpropa TsK VKP(b) A.A. Zhdanovu po voprosu kontrolya nad vneshnepoliticheskimi materialami zhurnala “Krokodil” ot 10.09.1946* [Memorandum of the CPSU (b) CC propaganda unit to A.A. Zhdanov on the control of foreign materials in the Crocodile magazine of 10.09.1946]. [Online]. Available from: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69298>. (Accessed: 02 December 2015).
20. A. Yakovlev Foundation. (1949) *Plan meropriyatiya po usileniyu antiamerikanskoy propagandy na blizhayshee vremya. Dokument agitpropa TsK ot 01.03.1949* [Plan of measures to strengthen the anti-American propaganda in the near future. Document of the CC propaganda unit of 01.03.1949]. [Online]. Available from: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69577>. (Accessed: 02 December 2015).
21. A. Yakovlev Foundation. (1947) *Plan meropriyatiy po propagande sredi naseleniya idey sovetskogo patriotizma. Dokument agitpropa TsK ot 18.04.1947* [Action Plan for the promotion of the ideas of Soviet patriotism in society. Document of the CC propaganda unit of 18.04.1947]. [Online]. Available from: <http://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69334>. (Accessed: 02 December 2015).
22. Meyster, V.B. (2003) *“Sotsialisticheskiy lager”’: obshchestvo i ideologiya* [“Socialist camp”’: society and ideology]. [Online]. Available from: [http://scepis.ru/library/id\\_80.html](http://scepis.ru/library/id_80.html). (Accessed: 02 December 2015).
23. *Pravda*. (1952).

Received: 18 January 2016