

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра отечественной истории и историографии

**Образ американца глазами советского человека в период
холодной войны**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса, 411 группы,
направление подготовки 46.04.01 – История,
уровень высшего образования выпускника бакалавр
Института истории и международных отношений
очная форма обучения

Малкиной Анастасии Игоревны

Научный руководитель:
профессор кафедры отечественной
истории и историографии, доктор
исторических наук, профессор

Дата, подпись

А. А. Герман

Заведующий кафедрой отечественной
истории и историографии, доктор
исторических наук, профессор

Дата, подпись

В. Н. Данилов

Саратов – 2016

Введение

Актуальность темы. Трансформационные процессы последнего десятилетия меняют систему международных отношений. Некогда однополярный мир, олицетворяющий ведущие позиции США в мировой политике, становится многополярным. Несмотря на «многоцветность» мира и выход на мировую арену международных отношений новых «игроков», в центре внимания политиков, историков, политологов, социологов по-прежнему остаются российско-американские отношения. Сложность, многомерность и напряженность современных международных отношений, переплетение традиционных и новых тенденций их развития способствуют росту научного интереса к истории холодной войны.

В современном российском обществе наблюдается рост антизападных и антиамериканских настроений, которые явно выражены не только в общественном мнении, но и в риторике российских политических лидеров, в выступлениях которых России по праву принадлежит роль «великой» державы, влияющей на мировые процессы, и открыто заявляющих о необходимости защиты своих национальных интересов. В этих условиях происходит быстрое возрождение «образа врага» в массовом сознании россиян.

Массовое сознание отличается своей мифологизированностью. Мифологизированное сознание воспринимает мир упрощенно, однозначно и в то же время целостно. Воздействие определенных идеологических концепций влияют на устойчивость стереотипов восприятия, которые в реальности являются искажением действительности. Антизападные и антиамериканские настроения в сегодняшнем российском обществе во многом являются наследием пропагандистских стереотипов холодной войны. Следует заметить, что и Россия сегодня по заявлениям американского руководства является для США врагом № 1. Негативные стереотипы взаимовосприятия периода

холодной войны. Сохраняющиеся стереотипы взаимовосприятия во многом определяют современные российско-американские отношения и продолжают влиять на современные международные отношения в целом.

Новые вызовы исторического процесса, переплетение традиционных и новых тенденций развития международных отношений требуют новых подходов к осмыслению и интерпретации истории холодной войны. Для понимания современных проблем и выстраивания полноправных отношений с США важно вновь обратить внимание на начальный период холодной войны, когда шло формирование антиамериканских стереотипов.

Цель работы – изучение процесса формирования и трансформации стереотипов восприятия американца советским человеком в начальный период холодной войны (1946-1953гг.).

Задачи:

1. Рассмотреть теоретико-методологические аспекты стереотипов и образов восприятия «других» в рамках культурно-исторического подхода.
2. Изучить роль политического руководства СССР и средств массовой информации в формировании негативного отношения советского общества к США в первые послевоенные годы (1946-1947гг.).
3. Определить значение идеологической кампании по борьбе с «безродным космополитизмом» в распространении антиамериканских настроений.
4. Проанализировать степень результативности антиамериканской пропаганды в молодежной среде в начальный период холодной войны.
5. Показать влияние антиамериканской карикатуры как формы пропаганды на мифологизацию сознания советского человека в начальный период холодной войны.

Объект исследования – средства и методы формирования стереотипов восприятия советскими людьми США в начальный период холодной войны.

Предмет исследования – образ американца в сознании советских людей, отражавшийся в послевоенные годы в представлениях как общества в целом, так и отдельных его групп.

Степень изученности темы. Особый интерес для темы исследования представляют работы, посвященные изучению послевоенного советского общества, менталитета советских людей. Наиболее полно данное направление исследования представлено в работах Е.Ю. Зубковой, в которых на основе архивных материалов показан механизм формирования общественного мнения как переплетения официальных установок, слухов и домыслов. Широкое использование писем и воспоминаний простых граждан позволило реконструировать советскую жизнь не только с внешней стороны, но и глазами самих людей того времени. Существенный вклад в раскрытие социокультурного и психологического феномена восприятия «чужого», а также в изучение менталитета советских людей периода холодной войны, роли идеологии и средств массовой информации в формировании внешнеполитических стереотипов внесли Н.И. Николаева и Е.С. Сенявская, исследования которых основаны на широком круге архивных документов и историко-социологических источников, агитационно-пропагандистских материалов, источников личного происхождения. Актуальные проблемы социальной и «ментальной» истории. на базе региональных архивных источников изучались и представлены в статьях Д.Ю. Асташкина, И.О. Колдомасова, В.Н. Мамяченкова, И.Л. Морозова. Работы позволили увидеть закономерности и особенности формирования и проявления стереотипов восприятия советского человека послевоенного времени в отдаленных регионах СССР.

Особую группу литературы по изучению механизма формирования стереотипов и становления мифологического сознания в обществе составили работы М.Н. Лебедевой, М.Е. Попова, О.С. Поршневой, Ю.А. Сорокина, И.Г

Яковенко и др.

Необходимо отметить работы А.В. Голубева, Ю.И. Игрицкого и Н.Д. Козлова, которые посвящены исследованию истоков внешнеполитических стереотипов советских людей и обращены в довоенное и военное время, что важно для выявления тенденций в восприятии Запада советскими людьми и советской пропагандой.

Рассматривая индивидуализацию советского человека в контексте проблемы формирования стереотипов в годы холодной войны, важный материал найден в работах Е.С. Гениной, Ю.Б. Костяковой, Ю.В. Костяшова, И.Б. Орлова, Е.А. Федосова, М.Н. Федченко, изучавших проблемы умонастроений и ценностного мира советского человека. Применяемый микроисторический подход помогает в исследовании малоизученных сторон советской жизни, таких, например, как отклики человека на происходящие в стране события. Благодаря работам, основанным на архивном материале, мы получили сведения о поддержке и откликах населения на проводимые в стране идеологические кампании.

Близкой к теме данного исследования является работа А.В. Фатеева, в которой рассматриваются причины и условия формирования образа врага в советской пропаганде. Ценность работы состоит в богатом архивном материале. Но автор монографии исследует возникновение стереотипа в рамках советской пропаганды и основной акцент делает на деятельности аппарата пропаганды.

Изучение проблемы формирования стереотипов и образов в сознании человека заставляет обращаться не только к исследованиям исторического характера, но и междисциплинарного, например, психологического, культурологического, социологического. Наиболее интересными в контексте исследуемой темы были работы С.М. Андреевой, Н.В. Гришиной, О.А. Леонтовича, А.А. Налчаджяна. Теоретико-методологический материал,

представленный в работах, позволяет рассматривать проблему в историческом контексте. В частности, в монографии О.А. Леонтовича на примере межкультурного общения русских и американцев описана специфика коммуникативной модели, обозначаются основные ее компоненты и принципы лингвокультурного взаимодействия. Вопросы национального самосознания и национальных стереотипов раскрыты А.А. Налчаджяном, а Н.В. Гришиной показана интерпретация конфликтных явлений в психологической науке. Важными для нас были выводы Г.М. Андреевой о том, что образы картины мира отражают тип отношения человека к миру. Современные этнологи, психологи, культурологи и социологи накопили значительный теоретико-практический материал, который сегодня востребован исторической наукой.

Современные научные труды и публикации, посвященные исследованию различных аспектов холодной войны, позволяют увидеть сквозь призму внутренней и внешней политики СССР специфику советско-американских отношений послевоенного времени, их трансформацию под воздействием идеологической пропаганды. Однако необходимо отметить, что в современной отечественной историографии проблема изучения стереотипов взаимовосприятия еще не получила своего решения особенно с позиций микроисторического подхода. Некоторые научные работы касаются исследования проблемы лишь косвенно.

Методологическую основу исследования составил системный подход, предполагающий анализ исторического опыта развития советского общества во второй половине 40-х – начале 50-х гг. Исследование опирается на принципы историзма как принципа научного познания и объективности, который связан с учетом различных точек зрения и подходов к изучаемой проблеме и беспристрастным освещением фактов и их анализа. При изучении стереотипов восприятия и образов «других», «чужих» использовался междисциплинарный подход и достижения культурологов, лингвистов, социологов, психологов,

философов. Важным инструментом исследования стали методы имагологии.

Структура работы. Дипломная работа состоит из введения, трех глав: Глава I. Стереотипы и образы восприятия «других» в культурно-историческом контексте, Глава II. Образ американца в сознании советского человека в начале холодной войны (1946-1953 гг.), Глава III Мир по-американски сквозь призму советской политической карикатуры (1946-1953 гг.), заключения, списка использованных источников и литературы.

Основная часть

В первой главе «Стереотипы и образы восприятия «других» в культурно-историческом контексте» рассматриваются понятие стереотипа в современных исследованиях, а так же стереотипы взаимовосприятия в сознании политического руководства СССР и США в начале холодной войны (1946-1953гг.).

Под стереотипом можно понимать устойчивый, обобщающий образ (часто искаженный) или совокупность ряда характеристик (не всегда верных), свойственные представителям собственного социокультурного пространства или представителям другого сообщества (нации), включающий стандарты, нормы, мыслительные аналогии, предрассудки, традиции и др. Специфика такого образа состоит в том, что он выделяя одно типическое свойство, акцентируя внимание на специфической черте, основываясь на чувственном восприятии других, формирует общее представление об облике представителя другой группы, общности.

Особенности политического, социально-экономического и культурного развития страны определяют представления общества о других народах, о внешнем мире в целом. Восприятие внешнего мира и народов может быть разной степени адекватности, но в любом случае опирается на стереотипы,

составляющие основу менталитета.

Проблемы формирования в общественном и индивидуальном сознании образов «другого» в процессе исторического взаимодействия народов и культур рассматриваются исторической имагологией – междисциплинарным направлением (литературоведение, социальная психология, история, культурология и этнология), получившим развитие в России в 80-х гг. XX века. Образ «другого» рассматривается как сложная, динамическая система представлений и мнений, обладающая как стереотипными, так и дифференцированными чертами, как рациональными, так и эмоциональными компонентами. Соотношение и сочетание данных компонентов и черт зависит от степени мифологизации сознания субъекта восприятия, его образованности, мировоззрения, личного опыта взаимодействия с другой культурой, влияния социального и культурного окружения.

В современном и общем понимании холодная война определяется как следствие и наиболее существенный элемент международно-политической системы, сложившейся в итоге второй мировой войны и получившей название Ялтинско-Потсдамской. В принятых соглашениях зафиксировано признание интересов СССР в Восточной Европе, его преимущественное и экономическое влияние в странах этого региона Европы. Тогда, несмотря на неизбежные дискуссии и разногласия, в целом было выражено желание заложить основу для сотрудничества великих держав. Но такая политическая атмосфера скоро изменилась .

По воспоминаниям советского посла в США Н.В. Новикова уже в 1946 году в политическом климате Соединенных Штатов бушевала новая антисоветская истерия. Антисоветская кампания была хорошо продумана и проводилась систематически, с дальним прицелом .

Политическое клише воздействует на человеческое сознание и формирует картину мира тем, что при чрезмерно частом использовании устойчивых

сочетаний, оно перестает быть информативным и становится оценочными. Политические клише (фразы) используются для того, чтобы вызвать положительные эмоции у слушателей, смоделировать картину мира и затем определить поступки и поведение не только на межличностном, но и общественном (вплоть до правительственного) уровне. Стереотипы становятся таковыми после многократного повторения политических клише и фиксации их в сознании многих людей. Клишированные фразы типа: «разбойничья сущность империализма», «прогнивший капиталистический строй со всеми его пороками» и др. диктовали отношение советских граждан эпохи холодной войны к США.

Таким образом, в первые послевоенные годы официальные круги СССР и США отошли от установившихся в годы второй мировой войны принципов союза и разрабатывали новые принципы взаимоотношений, все чаще акцентируя внимание на негативных сторонах, обвиняя друг друга в реакционности и агрессивности. Политическим руководством СССР существовавший еще в 1945-1946 гг. позитивный образ США заменялся на негативный, на «образ врага». Тенденция усиления антиамериканских настроений советско-партийного руководства связана не только с изменениями в советско-американских отношений по политическим и военно-стратегическим причинам, но и с действием идеологического фактора, с существованием стереотипных марксистско-ленинских представлений о политике западных держав, которые рассматривались как враждебное окружение, а сотрудничество с ним возможно было только в силу крайней необходимости. Подобные идеологические стереотипы в основе своей содержали образ капиталистического мира как образ врага.

Во второй главе «Образ американца в сознании советского человека в начале холодной войны (1946-1953 гг.)» рассмотрены трансформация образа американца как союзника в образ врага в массовом сознании советских людей

под воздействием пропаганды, «Безродные космополиты» в зеркале официальной антиамериканской идеологии и Стиляги.

Для создания положительного образа союзников и усиления тенденции к единению стран на страницах советских газет тогда печатали фрагменты переписки лидеров стран антигитлеровской коалиции И.В. Сталина, У. Черчилля и Д. Рузвельта. Например, выраженная Сталиным в письме Д. Рузвельту от 27 февраля 1945г. уверенность «в дальнейшем укреплении сотрудничества между нашими странами и установлению мира для всех свободолюбивых стран» подчеркивала дружественность отношений.

Другим примером формирования дружественных чувств является очерк «Американцы» (май 1942г.) К. Симонова, в котором союзники показаны «веселыми рослыми парнями с пестрыми шарфами, любителями сувениров и настоящими смелыми воинами, очень похожими на русских» .

Даже еще после окончания Великой отечественной войны СМИ продолжали публиковать в газетах и озвучивать в радиопередачах информацию о митингах советско-американской дружбы, о праздновании в США 27-й годовщины Красной Армии, о создании русского университета при Колумбийском Университете, о работе Американско-Советского Медицинского, Музыкального, Научного обществ, о проведении в Москве выставки «Изобразительное искусство США», об издании в США журнала «Советская Россия сегодня», о концертах американской музыки в СССР, об американских художественных фильмах .

На протяжении 1945-1946 гг. советские средства массовой информации продолжали представлять США как союзника, активного члена антигитлеровской коалиции. В итоге, несмотря на односторонность освещения печатью отношений с со странами антигитлеровской коалиции, симпатии к западным союзникам усиливаются, они становятся популярнее.

В первые послевоенные годы многие советские люди относились

благожелательно к американцам. У фронтовиков еще живы были воспоминания о совместной борьбе против фашизма, об американской помощи. Известный писатель В. Аксенов отмечал, что «проамериканские чувства в народе базировались на более существенных материях. В памяти народа слово «Америка» связано было с чудом появления вкусной и питательной пищи во время военного голода. Мешки с желтым яичным порошком, банки сгущенки и ветчины спасли от смерти сотни тысяч советских детей. Коммуникации поддерживались американскими «Студебеккерами», «Дугласами», «Доджами». У советских людей существовало стойкое ощущение Америки как страны сказочного богатства и щедрости. Встречи в Европе на волне победной эйфории породили идею о том, что мы, то есть русские и американцы, очень похожи. К тому же советские люди продолжали испытывать на себе влияние американской музыки, кино, научно-технических достижений и сохраняли позитивное отношение к американцам. В первые послевоенные годы демонстрировались зарубежные кинофильмы, в том числе трофейные, которые давали, как правило, хороший кассовый сбор.

Однако уже в 1946 году появились первые признаки переоценки отношений с Америкой. Если раньше деятельность журналистов центральных газет была направлена на преодоление стереотипов в отношениях между народами стран антигитлеровской коалиции, то с 1946 года, когда в официальных кругах СССР и США были разработаны иные принципы взаимоотношений, тенденция нарастания антиамериканизма в советском средствах массовой информации стала прослеживаться достаточно отчетливо.

«Образ врага» становится средством внедрения в общественное сознание идей советского патриотизма, важным аспектом которых было ограждение от негативного влияния Запада.

Образ врага – это представления, возникающие у социального (массового или индивидуального) субъекта о другом субъекте, воспринимаемом как

несущий угрозу его интересам, ценностям или самому социальному и физическому существованию, и формируемые на совокупной основе социально-исторического и индивидуального опыта, стереотипов и информационно-пропагандистского воздействия. Образ врага имеет символическое выражение и динамический характер, зависящий от новых внешних воздействий информационного типа .

Поскольку все материалы подавались только в одном ключе и представлялись как вся правда об Америке, образ ее получался односторонне негативным и мифологизированным. Сформировался образ США как образ страны «со звериным оскалом», находящейся в глубоком экономическом кризисе, с «упадочной культурой», с огромной армией бандитов и убийц. Соединенные Штаты Америки стали главным врагом .

Интерес к Америке и стремление к независимому мировосприятию оставалось у части населения. Но поскольку советское руководство, используя мощные пропагандистские инструменты, продемонстрировало способность внедрить в массовое сознание советских людей негативный образ американцев, то проамериканские настроения люди выражали с опаской.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что антиамериканскими настроениями были охвачены не все советские люди, однако в результате идеологической кампании советского руководства в массовом сознании советских людей все-таки были заложены семена недоверия и опасения новой мировой войны, опасность которой исходила именно от США.

Либерально настроенная интеллигенция имела симпатии к Западу, была привержена идеям космополитизма – идеологии мирового гражданства (от греч. *kosmopolites* – космополит, гражданин мира). В нашей стране термин космополитизма носил крайне негативный оттенок. Неслучайно поэтому либерально настроенная интеллигенция и стала главным объектом идеологической чистки периода 1949-1953 гг. Космополитизм был объявлен

идеологией американского империализма, что придавало образу врага в лице США новые оттенки.

В поисках космополитов проходила «чистка» региональных журналистов и писателей, деятелей театров, руководителей музеев, ответственных работников предприятий, партийных организаций высших учебных учреждений. Их обвиняли в высказываниях проамериканского направления, в информировании знакомых о содержании передач радиостанции «Голос Америки», в восхвалении условий жизни в США .

«Дело врачей» было завершающим этапом в борьбе с космополитами. В пропаганде использовались термины «подлые шпионы под маской профессор-врачей», «наймиты иностранных разведок», «чудовищные происки врагов» и др. Обсуждения материалов по данной теме носили осуждающий характер, действия «врачей-убийц» считали злобствованием «поджигателей войны» .

В кампании против «безродных космополитов» применялся опыт поиска «врагов», выработанный еще в 30-е годы, а активными обвинителями были партийные работники. Что касается отдаленных национальных районов страны, то исследователями установлено, что рабочие и колхозники в дискуссиях на собраниях и в прессе не принимали участие, отсутствовала также и «поддержка масс» в виде многочисленных писем в редакцию и «сигналов» о выявленных на местах врагах-космополитах .

В период борьбы с космополитизмом утверждалась приоритетность всего советского и, прежде всего, достижений русской культуры, пропаганда которых являлась признаком «советского патриотизма». В сущности, проводимые идеологические кампании осуществляли коллективное зомбирование людей, выполняя социально-политическую функцию, так как избавляли большинство людей от необходимости задумываться о сути происходящего вокруг, а у людей, думающих это порождало двоемыслие и в конечном счете конформизм.

Под определение «безродных космополитов» попадали и стилиаги – категория молодежи, отличавшаяся стилем одежды и речи, манерами, имиджем, интересом к музыке и танцам, характерным для американской и западноевропейской культуры. Термин «стиляга» появился в конце 40-х годов из языка джазовых музыкантов («стилять», т.е. играть в чужом стиле) для обозначения молодых людей в узких брюках, длинных клетчатых пиджаках с подбитыми плечами, пышных юбках и элегантных платьях, любящих «трофейные» западные фильмы, слушавших джаз и танцевавших «стилем» .

Стиляжный образ жизни был характерен для незначительного числа молодежи столицы и крупных городов, в конце 40-х годов это были дети высокопоставленных военных, партийных функционеров, профессоров, дипломатов. Постепенно социальный состав стилиаг становился более широким и выходил за пределы категории «золотой молодежи». Модные, яркие стилиаги были уже практически во всех городах страны. Одежда стилиаг, воспроизводившей западный образ жизни, была их визитной карточкой, отличительной особенностью от общей серой массы скучно одетых людей.

Категория молодых людей со своим повышенным интересом к западной поп-культуре была одной из главных проблем партийно-комсомольских функционеров. В молодежной субкультуре стилиажничества была и составляющая американской ориентации. Среди стилиаг выделялась группа, которую называли «штатники». Они стремились одеваться по американской моде, слушать только американский джаз. Однако после прекращения выпуска журнала «Америка» и ограничения иностранной литературы молодые люди пытались подражать американскому стилю, не имея адекватных представлений о жизни в этой стране. Пропаганда по созданию непривлекательного образа США и американского образа жизни привела к обратному результату в молодежной среде – породила интерес к объекту пристальной критики.

Появление стилиаг в общественной жизни советского общества

свидетельствовало о том, что, казалось бы, в монолитном обществе есть те, которые хотят иметь свой стиль жизни и свое собственное пространство для самовыражения. Однако новизна, которую несли стилисты была не на уровне идей, а на уровне быта .

В третьей главе «Мир по-американски сквозь призму советской политической карикатуры (1946-1953 гг.)» показан процесс формирования образа американца посредством карикатуры.

Карикатура была популярна и востребована в журналах и газетах. Особенность карикатуры в том, что она представляет уже готовый образ, который усваивается легко и не требует усилий для восприятия читателей. Карикатура критиковала и давала оценку каким-либо событиям или фигурам международного сообщества, давала возможность воспитывать определенное отношение к ним и не оставляла места для личного анализа информации. Простая и доходчивая пропаганда через карикатуру способствовала формированию и усилению стереотипов, причем, чем примитивнее пропагандистский образ, тем он легче ассимилировался в систему стереотипов. Визуализировать негативный образ американцев помогали средства политического плаката и карикатуры.

В отличие от образа собственной страны, который представлялся успешным и миролюбивым, капиталистические государства и их политики изображались как лживые, кровожадные и лицемерные . Именно к таким привычным и понятным образам обращаются карикатуристы, поддерживая имеющиеся и создавая новые стереотипы лаконичными и меткими штрихами.

Основным сатирическим журналом в СССР был «Крокодил», издаваемый с 1933 года. В начальный период холодной войны ведущая роль в журнальной графике принадлежала международным темам. Тираж сатирического журнала «Крокодил» составлял 6,5 млн. экземпляров.

Много антиамериканских карикатур в 1946-1953 гг. публиковалось и в

советских газетах. Карикатуры не только высмеивали буржуазный образ жизни, американские ценности, но и обличали США как страну-агрессора, стремящуюся к мировому господству. Приводятся факты читательских карикатур, высмеивающих агрессивную политику США .

Таким образом, карикатуры сыграли значительную роль в создании мифологизированной картины американского образа жизни и внешней политики США.

В **заключении** хотелось бы отметить, что начальный период холодной войны (1949-1953гг.) явился пиком антиамериканской пропаганды, именно в этот период она приобрела всеохватывающий и агрессивный характер, но антиамериканизм исходил от политического руководства страны, он в меньшей степени свойственны отдаленным от центра регионам, не все советские люди относились к американцам негативно. Все же в этот период нельзя не отметить тенденцию нарастания антиамериканских настроений.