



**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)**

**ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ВСЕОБЩЕЙ ИСТОРИИ**

**Отражение образов «холодной войны» в американской культуре в 1950-
1960-е гг. (возможности использования темы в школьном курсе истории)**

**Выпускная квалификационная работа
по направлению 44.03.01. Педагогическое образование
Направленность программы бакалавриата
«История»**

Проверка на объем заимствований:
72,08 % авторского текста

Работа рекомендована к защите
рекомендована / не рекомендована

« 8 » 09 2023 г.

зав. кафедрой всеобщей истории
Лазарев С.А.

Выполнила:

Студент группы
ЗФ-505-105-5-2

Пургина Ольга Евгеньевна

Научный руководитель:

к.и.н., доцент кафедры всеобщей
истории

Напалкова И.Е.

**Челябинск
2023**

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Создание инструментов использования культурной дипломатии в 1950-1960 гг. XX в.....	8
1.1 Образы холодной войны в американской культуре 1950-1960гг., как новые инструменты политики.....	8
1.2. Процесс формирования механизма культурной дипломатии с помощью образов холодной войны в американской культуре	13
Глава II. Образы Холодной войны, как средство антикоммунистической пропаганды и культурной дипломатии.....	24
2.1 Влияние образов популярной культуры на антикоммунистическую пропаганду в США.....	24
2.2 Роль образов популярной культуры в культурной дипломатии США в 50-60-е гг.....	42
Глава III. Возможность использования материалов ВКР в школьном курсе истории	54
3.1 Нормативно-правовые акты, регламентирующие преподавание истории в школе	54
3.2 Урок на тему: «Отражение образов Холодной войны в американской культуре в 1950-1960-е гг.».....	58
3.3 Урок на тему: «Отражение образов Холодной войны в советской культуре в 1950-1960-е гг.»	62
Заключение	67
Список литературы и использованных источников	70
Приложения	74

Введение

После разгрома фашистской Германии в мире остались только две великие державы – США и СССР. Соединенные Штаты Америки вступили в противостояние с Советским Союзом в борьбе за мировую гегемонию и поделили мир на два лагеря – Западный во главе с США и социалистический во главе с СССР. Стоит отметить, что обе державы являлись носителями разных политических идеологий. Господствующей идеологией в США и Западных странах являлся либерализм с его постулатами о рыночной экономике, правах человека и индивидуализме. В СССР господствующей идеологией являлся коммунизм с его идеями о классовой борьбе и мировом коммунистическом братстве трудящихся. Так в период с 1945-1991 гг. в мире развернулась Холодная война. Данные события напрямую отразились на массовой культуре того времени. В рамках данной работы нас интересует отражение образов «холодной войны» в американской культуре в 1950-1960-е гг. Культура в широком смысле – это всё, что создано человеком, всё, что нас окружает. Культура обладает огромным значением и является отражением, как повседневной жизни людей, так и политических и экономических аспектов жизни общества. Данное обстоятельство находит свое отражение в музыке, литературе, театре, изобразительном искусстве, архитектуре и многом другом. Культура даёт возможность для формулирования и выражения мыслей, чувств, эмоций и настроений. Она позволяет выразить и распространить идею лучше любых речей. Ценности и идеи, вложенные в объекты культуры, распространяются среди людей, закрепляются в их головах и влияют на их мировоззрение лучше, чем любые пропагандистские речи. Образ Советского союза, как агрессивной коммунистической державы, во главе которой стоят бесчеловечные диктаторы являлся главным мотивом американской культуры 50-60-х гг. Американцы пытались доказать не только самим себе, но и всему миру, что большевизм представляет смертельную угрозу для всего «цивилизованного» мира и его необходимо остановить любой ценой, а США

является последним рубежом защиты цивилизованного мира от «коммунистической угрозы». Таким образом, изучение образов холодной войны в американской культуре 50-60-х гг. позволяет выяснить, как американское общество воспринимало Холодную войну, а также какие настроения царили в американском общественном рассматриваемого периода.

Объект исследования – американская культура 1950-1960-е гг.

Предмет исследования – образы «холодной войны» в американской культуре в 1950-1960-е гг.

Цель исследования – изучить то, как в американской культуре в 1950-1960-е гг. отражались образы «холодной войны».

В соответствии с данной целью были сформулированы следующие задачи:

- Рассмотреть образы холодной войны в американской культуре 50-60-х гг., как новые инструменты политики;
- Исследовать процесс формирования механизма культурной дипломатии с помощью образов холодной войны в американской культуре;
- Проанализировать влияние образов популярной культуры на антикоммунистическую пропаганду в США;
- Изучить роль образов популярной культуры в культурной дипломатии США в 50-60-е гг.;
- Рассмотреть нормативно-правовые акты, регламентирующие преподавание истории в школе;
- Подготовить урок на тему: «Отражение образов Холодной войны в американской культуре в 1950-1960-е гг.»;
- Подготовить Урок на тему: «Отражение образов Холодной войны в советской культуре в 1950-1960-е гг.»

Хронологические рамки исследования укладываются в период 1950-1960-х гг.

Территориальные рамки исследования – территория США.

Методологическую основу выпускной квалификационной работы составил принцип историзма, выражающийся в освещении событий в их последовательности, в строгом соответствии с порождающими их условиями и реальной исторической обстановкой. Решение поставленных задач достигается применением комплексного подхода, а также методов сравнительно-исторического, системного анализа, с учетом достижений в отечественной и зарубежной историографии.

В ходе написания этой работы мною был использован такие общенаучные методы, как анализ, синтез, индукция и дедукция.

Рассмотрению образа и его роли во внешней политике государства посвящены исследования Е.В. Василенко¹, Н.Н. Журавлева², А. Козлова³, В. Крашенинниковой⁴, три монографии С.Н. Мирошникова^{5,6,7}, Ю.Г. Панасье⁸,

¹ Василенко Е. В. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства // Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы. 2015. № 1 (5). С. 77.

² Журавлева Н. Н. Коммуникативные стратегии в сфере культурной дипломатии: современные дискуссии // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 2. С. 160-166.

³ Козлов А. Козел на саксе. Москва: Вагриус, 1998. С. 160.

⁴ Крашенинникова В. Ю. Россия – Америка: холодная война культур. Как американские ценности преломляют видение России. М.: Европа. 2007. С. 296.

⁵ Мирошников С. Н. Становление механизма информационно-психологической войны и «культурной дипломатии» в США в 1946- 1956 гг. // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2015. №5 (38). С.186-194.

⁶ Мирошников С. Н. Пропаганда или объективная информация: радиостанция «Голос Америки» в информационной войне администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953-1955 годах. Вестник КемГУ. 2014. №3 (59). С. 293-298.

⁷ Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 3 (29). Т.: Изд-во ТГУ, 2014. С. 54-59.

⁸ Панасье Ю. Г. История подлинного джаза с 1890 по 1960 гг. С.: Ставропольское книжное издательство, 1991. С. 61-79.

В.И. Попова¹, О.Э. Тугановой², Н.А. Цветковой³, П.А. Цыганковой⁴, И.Л. Шейдиной⁵, Г. Шиллер⁶, Б.А. Ширяева⁷, А.М. Юдиной⁸ и других.

Источники, использованные в ходе написания работы, можно разделить на несколько групп. В первую группу входят официальные документы, например: тексты Федеральных и Штатных законов и законодательных актов США (например, указ №10477⁹ об учреждении единого органа, ответственного за всю внешнюю информационную политику – Информационного агентства Соединённых Штатов Америки, которое имеет большое значение в становлении механизма культурной дипломатии; «Акт Смита Мундта», регулирующий механизмы пропагандистской деятельности как внутри, так и за истобразовательных и культурных обменов (например, знаменитая программа Дж. Фулбрайта, которая была основана в 1946 году для укрепления связей с гражданами других стран посредством культурных и образовательных обменов)¹⁰. Данные документы представлены на официальных сайтах, а также на исторически-архивных сайтах.

Во вторую группу входят речи официальных лиц (например, речь Д. Эйзенхауэра 8 октября 1952 года в Сан-Франциско, в ходе которой он чётко

¹ Попов, В. И. Современная дипломатия: Теория и практика. Курс лекций, читанных в 1991. М.: Наука, 2000. С. 468.

² Туганова О. Э. Современная культура США. М.: Наука, 1989. С. 425.

³ Цветкова, Н. А. Публичная дипломатия США: Теории и концепции. Т.: Грамота, 2015. № 4: Ч. I. С. 186-189.

⁴ Цыганков П. А. Теория международных отношений. Хрестоматия / Сост., науч. ред. и коммент. П. А. Цыганкова. М.: Гардарики, 2002. С. 400.

⁵ Шейдина И. Л. Невоенные факторы силы во внешней политике США. М.: Наука, 1984. С. 351.

⁶ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. С. 326.

⁷ Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. Курс лекций. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. С. 442.

⁸ Юдина А. М. «Джазовая дипломатия» США в 1950-1960-е гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны // Вестник РГГУ. Сер. Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2014. № 18. С. 95-105.

⁹ Executive Order 10477. URL: <https://www.archives.gov/federal-register/codification/executive-order/10477.html> (дата обращения: 22.05.2023).

¹⁰ Fulbright Program Policies. URL: Bureau of Educational and Cultural Affairs. URL: <https://eca.state.gov/fulbright/about-fulbright/j-william-fulbright-foreign-scholarship-boardffsb/ffsb-policies> (дата обращения: 12.05.2023).

обозначил свою позицию касаясь использования инструментов информационно-психологической борьбы; речь сенатора Маккарти о проникновении коммунистов в правительство США); отчёты органов о проделанной деятельности.

В третью группу входят все неофициальные источники. Сюда можно отнести фотоматериалы (например, постеры голливудских фильмов того времени); видеоматериалы (например, образовательный видеоролик «Укрывайся и прячься»); отчёты неправительственных организаций (например, списки обвинённых в пособничестве коммунизму «Красные каналы»); исторические справочники.

Научная новизна работы заключается в комплексном анализе особенностей отражения образов «холодной войны» в американской культуре 50-60-х гг., в частности, в американском кинематографе, литературе и политическом дискурсе.

Практическая значимость данного исследования состоит в возможности использовать его при подготовке образовательных учебных курсов по истории в школе.

Структура данной работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы, а также приложений.

Глава 1. Создание инструментов использования культурной дипломатии в 1950-1960 гг. XX в.

1.1 Образы холодной войны в американской культуре 1950-1960гг., как новые инструменты политики

Культура является одним из наиболее важных стратегических и экономически эффективных средств политического влияния, доступных лицам, формирующим внешнюю политику и политику национальной безопасности США. Культурная дипломатия – это тип публичной дипломатии и мягкой силы, который включает обмен идеями, информацией, искусством, языком и другими аспектами культуры заключенными в образы между нациями и их народами в целях содействия взаимопониманию.

Следует также дополнить, что в условиях явного противостояния, как это было во время Холодной войны, культурная дипломатия может быть определена как использование различных образов культуры для воздействия на иностранную общественность, лиц, формирующих общественное мнение, и даже иностранных лидеров. Эти элементы охватывают весь спектр характеристик в культуре: искусство, образование, идеи, историю, науку, медицину, технологии, религию, обычаи, нравы, торговлю, благотворительность, спорт, язык, профессиональные занятия, хобби и т.д., а также различные средства, с помощью которых эти образы могут быть переданы. Культурная дипломатия может также включать усилия по противодействию враждебной иностранной культурной дипломатии в стране и за рубежом¹.

Таким образом, культурная дипломатия предназначена не только для установления лучшего взаимопонимания между странами и их народами, но и для других целей. Например, таких, как укрепление национальной

¹Попов В. И. Современная дипломатия: Теория и практика. Курс лекций, читанных в 1991. М.: Наука, 2000. С. 84.

безопасности, защита и продвижение других жизненно важных национальных интересов своей страны.

После окончания Второй Мировой войны мир шагнул в новую эру технического развития. Прогресс, которого достигли ведущие мировые державы в технической, военной и ядерной сферах, ошеломлял. Опыт применения новых военных разработок в ходе Второй Мировой войны чётко дал понять правительствам лидирующих стран: применение такой силы допустить нельзя. Особенно это касалось вопросов развития и применения ядерного и термоядерного оружия. Правительства лидирующих стран переосмыслили вопрос противостояния между друг другом и постепенно переходили в плоскость борьбы за умы людей несмотря на то, что военное противостояние всё ещё занимало лидирующие позиции. Этому способствовал в том числе и факт идеологического противостояния между коммунизмом и либерализмом. Именно благодаря этим причинам Администрация Д. Эйзенхауэра с самого начала своего срока делала большой акцент на культурной дипломатии и информационно-психологических методах борьбы как на одних из самых важных в этой войне¹.

Резкая смена позиции правительства Соединённых Штатов Америки в вопросах информационно-психологического влияния не означает, что ранее подобные инструменты не использовались в политике страны. Однако, следует отметить, что в основном подобная деятельность проводилась в рамках внутренней политики. Не стоит забывать и о деятельности фирм и компаний, специализирующихся на продажах товаров и услуг. Американцы превосходно научились навязывать идеи, образ жизни, товары, а также создавать привлекательные ценности и символы.

Опыт Второй Мировой войны доказал, что инструменты культурной дипломатии и информационно-психологическая пропаганда внесли значительный вклад в достижение поставленных результатов. Политики и

¹Панасье Ю. Г. История подлинного джаза с 1890 по 1960 гг. С.: Ставропольское книжное издательство, 1991. С. 61.

общественные деятели стали уделять больше внимания данной сфере влияния, и также стали призывать власти к более масштабному распространению американской культуры за рубеж¹.

Несмотря на предыдущий опыт, применение инструментов информационно-психологической борьбы не закрепилось в государственном аппарате США. В отличие от своего идеологического противника, Вашингтон планировал добиваться своих внешнеполитических целей с помощью силы и давления, которые являлись привычными для страны инструментами. Соединённые Штаты стремились к освобождению Восточной Европы, распространению идей «свободы» и победе над коммунизмом как идеологией. Тем не менее, даже такие цели не были достаточным обоснованием к переходу на культурную дипломатию для правительства. Однако, вскоре ситуация изменилась. После того, как у СССР в 1949 году появилось собственное ядерное, а в 1953 году и термоядерное оружие, настроения в правящих верхах США начали меняться. Наличие у Советского Союза ядерного оружия, а также средства доставки этого оружия до территории Соединённых Штатов меняло международное положение дел. Америка больше не могла оперировать односторонним применением ядерной силы.

Понимая положение, администрация Гарри Трумэна принялась к медленному развороту в сторону информационно-психологической борьбы с противником. В конце 1947 года было проведено первое специальное заседание СНБ, которое было посвящено вопросам информационно-психологической войны с СССР. С этого момента начался пересмотр всей внешнеполитической стратегии. События, произошедшие в следующие несколько лет, привели к созданию СНБ-68 – одному из самых известных документов холодной войны². Согласно СНБ-68, главной задачей в области

¹ Филимонов Г. Ю. К вопросу об истории внешней культурной политики США // Вестник РУДН. Международные отношения. 2011 № 4. С.90.

² Мирошников С. Н. Становление механизма информационно-психологической войны и «культурной дипломатии» в США в 1946-1956 гг. // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2015. №5 (38). С.187.

информационно-психологической борьбы было достижение максимального эффекта в борьбе с СССР во всех сферах: военной, экономической, политической. 20 апреля 1950 года была запущена «Кампания правды». Президент в своей речи обратился к Обществу редакторов газет с просьбой противостоять ложной советской пропаганде и раскрыть глаза народа на истину.

Вскоре начавшаяся война в Корее только укрепила намерения администрации Трумэна делать упор на инструменты информационно-психологической войны. В связи с отсутствием единого органа, отвечавшего бы за все проводимые операции в области информационно-психологической борьбы, ответственность лежала на разных ведомствах, что плохо сказывалось на общей слаженности работы. Для решения этой проблемы 4 апреля 1951 года был создан Совет по стратегическому планированию информационно-психологических операций во главе с Гордоном Греем¹.

Пока война в Корее продолжалась, в Соединённых Штатах Америки началось время предвыборных кампаний. Победивший на выборах в 1952 году представитель республиканской партии Дуайт Эйзенхауэр ещё во время предвыборной гонки делал большой акцент на важности информационно-психологической борьбы, пропаганды и культурной дипломатии. Исследователи считают, что речь, произнесённая им 8 октября в Сан-Франциско достаточно чётко и в полном объёме выражала его позицию по этому поводу: «Многие люди считают, что информационно-психологическая война – это только пропаганда, наподобие той, что распространяет «Голос Америки». Безусловно, использование пропаганды посредством передачи идей, письменно или устно, помогает одному народу победить другой. Однако пропаганда лишь малая часть этой войны. Реальная информационно-

¹Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 3 (29). Т.: Изд-во ТГУ, 2014. С. 54.

психологическая война распространяется далеко за пределы официальной пропаганды и включает в себя дипломатию, распространение идей через различные средства коммуникаций, экономическую помощь, торговлю и бартерные обмены, различные контакты между людьми в процессе переписки, путешествий и проведения спортивных мероприятий. Что нам необходимо, так это поставить информационно-психологические операции на такую основу, которая поможет вовлечь в нее всю страну, вписать ее в стратегию национальной безопасности, сочленив все элементы этой стратегии с задачами информационно-психологической войны. Скорее мы будем планировать и эффективно использовать любой способ обращения к людям по всему миру. Это потребует так организовать работу правительства, чтобы каждым своим действием вызывать чувство лояльности у народов мира. Каждое серьезное решение правительства должно планироваться и координироваться таким образом, чтобы производить максимальный эффект в холодной войне»¹.

Несмотря на различные взгляды представителей республиканской партии на представления о том, какая должна быть внешнеполитическая стратегия, в вопросах, касающихся Восточной Европы, было достигнуто единство мнений. В необходимости усиливать информационную, идеологическую и психологическую войну против коммунизма и создании нового образа свободного мира не сомневался никто. Ассоциация «свободного мира» с «Великой депрессией» должна быть забыта, заменена новым образом стремительно развивающегося общества, где у каждого есть возможность реализовать свой потенциал.

Исследователи отмечают интересный парадокс. Соединённые Штаты Америки – страна, культурный экспорт которой на сегодняшний имеет огромные масштабы и влияние, изначально практически не имела никакой организованной внешней культурной политики. Эффективность использования культурной дипломатии приходилось доказывать, пробиваясь

¹Туганова О. Э. Современная культура США. М.: Наука, 1989. С. 42.

через консерваторские убеждения политиков и традиционалистские взгляды общества. В то время, как Советский Союз уже активно использовал пропаганду и инструменты информационно-психологической борьбы, Соединённые Штаты Америки только приходили к осознанию важности подобной деятельности. Положение дел на международной арене послужило катализатором активного развития в этой области. Противостояние перешло в новую плоскость – в плоскость борьбы за «души и умы» людей¹.

В заключении к данному параграфу отметим, что история культурной дипломатии и использования информационно-психологического инструментария во внешней политике Соединённых Штатов Америки до начала Холодной войны достаточно объёмна. Несмотря на тот факт, что правительство США уделяло недостаточно внимания этому виду дипломатии, у страны уже была подготовлена как институциональная база, так и способы работы. Таким образом, к моменту начала Холодной войны у правительства Соединённых Штатов присутствовало уже достаточно доказательной базы, а также понимание причин переноса основного противостояния на поле информационно-психологической борьбы.

1.2. Процесс формирования механизма культурной дипломатии с помощью образов холодной войны в американской культуре

Культурная дипломатия является элементом политики национальной безопасности в целом и публичной дипломатии в частности. Культурная дипломатия может быть интегрирована с другими элементами этой деятельности, будь то в сфере информационной политики, идеологической конкуренции, противодействия враждебной пропаганде, политики внешней помощи, религиозной дипломатии или установления доверительных отношений.

¹Цыганков П.А. Теория международных отношений. Хрестоматия. Гардарика, 2002. С. 106.

В этом качестве культурная дипломатия может оказать положительное влияние на внешнее сотрудничество с политикой США. Иностранцы, которые доверяют Соединенным Штатам, американцам в целом или даже просто отдельным американцам, и которые считают, что американцы уважают их и готовы выслушать их точку зрения, с большей вероятностью помогут тем, кому они доверяют. Они с большей вероятностью помогут установить отношения с другими, создать коалиции, сотрудничать с политическими соглашениями, спонсируемыми США и т.д. Это является одной из многочисленных причин, объясняющих большое значение культурной дипломатии во внешней политике США и в годы холодной войны, и в наше время.

С началом Холодной войны и, как следствие, изменением системы международных отношений, конгресс США создавал новые международные культурные и образовательные программы, новые институты и постепенно перестраивал внешнюю политику на рельсы культурной дипломатии. Одним из основных направлений в новой культурной дипломатии США были культурные и образовательные программы, а также программы по обмену с другими странами. Одной из таких стран стала послевоенная Германия, в которой США стремились приобщить народ к своим демократическим ценностям. В период с 1945 по 1954 годы более 12 тысяч немцев и 2 тысяч американцев приняли участие в различных программах по обмену¹. Похожая программа проводилась и в Японии.

По окончании Второй Мировой войны были реорганизованы вышеупомянутые ведомства военного времени – Отдел по координации межамериканских отношений и Управление военной информации. В 1945 году Гарри Трумэн передал Госдепартаменту США функции этих двух органов. Сферу компетенции этих органов объединили с функциями отдела культурных связей. В результате возник Отдел международной информации и

¹ Cummings M.C. Jr. Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. WashingtonDC: CenterforArtsandCulture, 2003. P. 4.

культурных связей, переименованный через год в Отдел международной информации и образовательных обменов (Office of International Information and Educational Exchange)¹. В последующие годы этот орган претерпевал немало организационных изменений.

В 1946 году сенатор Джеймс Уильям Фулбрайт способствовал принятию закона, который ныне известен как Акт Фулбрайта, по которому Госдепартамент мог заключать договоры с правительствами других стран, не требующими утверждения Сената, а также использовать иностранную валюту – выручку от продажи военного оборудования с целью финансирования научных и культурных обменов. Позже было принято решение о ежегодном выделении средств на указанные нужды. Таким образом появилась программа Фулбрайта, известная сегодня как одна из самых престижных программ образовательных грантов.

27 января 1948 года Гарри Трумэн подписал закон «Об обмене в сфере информации и образования», который также носит название «Акт Смита – Мундта». Согласно этому закону, правительство выделяло средства на проведение комплекса пропагандистских мероприятий за рубежом: радиопередачи, выставки, распространение печатной продукции, программы обмена, производство фильмов и прочее. В соответствии с документом целью программы являлось информирование мировой общественности о США, обеспечение лучшего понимания страны за рубежом, а также укрепление взаимопонимания между народом США и гражданами других государств². Подобная реакция правительства США вызвана проводимой внешней политикой СССР, частью которой являлась антиамериканская пропаганда. Наблюдалось здесь и стремление к укреплению национальной безопасности страны, налаживанию доброжелательных отношений как с уже имеющимися

¹ Филимонов Г. Ю. К вопросу об истории внешней культурной политики США // Вестник РУДН. Международные отношения. 2011. № 4. С. 91.

² Там же. С. 92.

союзниками, так и со странами, находящимися под влиянием Советского Союза.

В январе 1953 года президент США Д. Эйзерхауэр создаёт два комитета с целью реорганизации правительства для более эффективной работы в сфере информационно-психологической борьбы. 24 января был создан «Специальный комитет по информационной политике за рубежом», который возглавил Уильям Джексон. Задача комитета заключалась в анализе деятельности правительственных органов в области управления информацией за рубежом и соотнесении результатов этой деятельности с целями и задачами внешней политики в области национальной безопасности США. 29 января 1953 года был создан второй комитет – Комитет по реорганизации правительства во главе с Нельсоном Рокфеллером.

Задачи у комитетов были разные. В зону ответственности Комитета Н. Рокфеллера входила задача дать президенту рекомендации о структуре правительства, которая бы способствовала тому, чтобы задачи информационно-психологической борьбы выполнялись на всех уровнях власти. Комитет У. Джексона, в отличие от первого комитета, должен был предоставить рекомендации лишь относительно методов и способов ведения информационно-психологической борьбы с противником. Решения, принятые этими комитетами, существенно повлияли на политику, в дальнейшем проводимую администрацией Д. Эйзенхауэра¹.

Комитет Н. Рокфеллера предоставил свой доклад 7 апреля 1953 года. Авторы доклада утверждали, что безопасность и благосостояние США «стали в значительной мере и зачастую критически зависеть от успешного проведения внешней политики во всех ее аспектах: политических, военных, экономических и психологических». Именно поэтому все материальные, а также интеллектуальные ресурсы по мнению комитета должны были быть направлены на формулирование и проведение эффективных действий,

¹Шейдина И. Л. Невоенные факторы силы во внешней политике США. М.: Наука, 1984. С. 84.

направленных на достижение национальных целей. Исходя из этого, должны были быть предприняты следующие организационные изменения: ответственность за внешнюю политику должна лежать на госсекретаре, однако он должен сохранять фокус на стратегических вопросах, передавая непосредственно управленческие функции в неполитических сферах специально созданному для этого органу¹.

В качестве главной задачи внешней политики США Комитет У. Джексона в своём докладе обозначил обеспечение безопасности США путём обеспечения мира для развития свободных народов, а также уменьшение влияния или изменения основы существующего в СССР строя. Авторы доклада чётко обозначили невозможность выполнения данной задачи привычными военными методами. Они также подчеркнули, что США должны быть готовы вступить в локальный конфликт с Советским Союзом ради достижения своих целей. Также, по мнению авторов доклада, коллапс советской системы был невозможен в ближайшее время, что означало долговременный характер действий, которые должны были быть предприняты Вашингтоном. В условиях равной ядерной силы, конфликт перетекал в лоно идеологического и политического противостояния. Изучив деятельность основных средств массовой информации, Комитет У. Джексона уделил большое внимание методам информационно-психологического воздействия, а также предоставил рекомендации по изменению характера и тона передаваемых в средствах массовой информации материалов².

В своём докладе Комитет У. Джексона сделал большой акцент на проблеме радиовещания на территории СССР и стран Восточной Европы. Донесение любой информации до этих стран было затруднительным благодаря действиям их правительств. Единственным способом

¹ Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 3 (29). Т.: Изд-во ТГУ, 2014. С. 56.

² Там же. С. 57.

информирования населения стран Восточной Европы и особенно СССР стали радиосигналы. Комитет разработал рекомендации по реорганизации каналов информационного воздействия на коммунистические страны¹. В первую очередь это касалось работы радиостанций, которые являлись для США единственным возможным способом донесения информации с целью противостояния Советской пропаганде. Так как размещение радиостанций вдоль границы СССР было бы достаточно затратно, правительство Соединённых Штатов использовали уже имеющуюся единственную радиостанцию в Восточной Европе – «Радио в американском секторе».

Авторы доклада указывали на разную специфику стран, входящих в блок социалистических стран. Эту специфику необходимо было учитывать для достижений лучших результатов. Основным решением было снижение пропагандистского материала в программе радиовещания. Данное решение было принято для достижения одной из основных целей информационно-психологической работы правительства США: убедить иностранные государства, их лидеров и простых граждан в том, что предложение Соединённых Штатов выгодно им самим, отвечает их национальным и личным интересам. Таким образом, из сетки передач убиралась откровенно пропагандистские материалы, заменив их передачами новостного характера, которые бы рассказывали о реальных событиях, происходящих в мире, а также объясняли бы американскую позицию по освещаемым вопросам. Мера снижения пропаганды определялась в зависимости от конкретной страны, на которую были направлены радиопередачи. Чтобы учитывать эту специфику, необходимо было наладить эффективную координацию между всеми службами государства. Ответственность за выполнение этой задачи была возложена на Информационное агентство Соединённых Штатов.

¹ Мирошников С. Н. Пропаганда или объективная информация: радиостанция «Голос Америки» в информационной войне администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953-1955 годах. Вестник КемГУ. 2014. № 3 (59). С. 293.

Помимо уже вышеперечисленного, комитет У. Джексона предоставил следующие рекомендации¹. Во-первых, необходимо было навести порядок в структуре органов информационно-психологического блока. Существующая система работала неэффективно за счёт отсутствия единой структуры с чётко поставленными общими целями. Вместо этого существовало множество различных ведомств, с разными уровнями ответственности, работа которых между собой практически не координировалась. Во-вторых, авторы доклада считали необходимым сократить количество источников правительственной информации, говорить от имени правительства только тогда, когда это действительно необходимо, а во всех остальных случаях использовать неправительственные источники². В-третьих, комитет У. Джексона, как и комитет Н. Рокфеллера, настаивал на создании единого органа, ответственного за всю информационно-психологическую и пропагандистскую деятельность США за рубежом. В дополнение к этому, авторы доклада предлагали передать в ведение будущего органа обменные программы. В-четвёртых, авторы доклада советовали больше прислушиваться к зарубежным миссиям США. Это касалось, в первую очередь, радиопередач. В-пятых, по мнению комитета, следовало улучшить подготовку кадров для работы в информационно-психологической сфере. В-шестых, необходимо было уделять больше внимания и иным формам информационно-психологической борьбы. Например, увеличить культурный и образовательный обмен людьми между США и другими странами, особенно это касалось студентов. В-седьмых, комитет придерживался мнения, что информационно-психологическая работа будет успешна только тогда, когда её поддержит конгресс США.

В большинстве своём, выводы, сделанные комитетами Нельсона Рокфеллера и Уильяма Джексона, совпали. Общим результатом работы этих

¹ Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 3 (29). Т.: Изд-во ТГУ, 2014. С. 57.

² Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. С. 94.

двух комитетов стала рекомендация о создании единого органа, на который была бы возложена ответственность за всю информационно-пропагандистскую работу за рубежом, а также создание органа, координирующего всю деятельность правительства в соответствии с поставленными целями в сфере информационно-психологического противостояния. В 1953 году президент Д. Эйзенхауэр подписал указ о создании двух органов – Информационного агентства Соединённых Штатов и Совета по координации деятельности, членами которого стали все высшие представители администрации действующего на тот период времени президента¹.

Так, в августе 1953 года было сформировано Информационное Агентство США (ЮСИА). Отличие этого института от созданных ранее заключалось в его независимости от Государственного департамента США. В компетенцию нового агентства перешли все культурные программы, ответственность за которые ранее лежала на Госдепартаменте США, за исключением государственных образовательных программ по обмену, которые остались в зоне ответственности внешнеполитического ведомства. Позднее и они были переданы в сферу компетенции ЮСИА.

Информационное агентство Соединённых Штатов, которое существовало с 1953 по 1999 год, было органом Соединённых Штатов, занимающимся «публичной дипломатией». Миссия ЮСИА состояла в том, чтобы «понимать, информировать и влиять на иностранную публику в продвижении национальных интересов, а также расширять диалог между американцами и американскими институтами, а также их коллегами за рубежом». К заявленным целям агентства можно отнести следующие:

- Объяснить и отстаивать политику США в терминах, которые заслуживают доверия и значимы в зарубежных культурах;

¹ Мирошников С. Н. Становление механизма информационно-психологической войны и «культурной дипломатии» в США в 1946-1956 гг. // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2015. № 5 (38). С. 188.

- Предоставлять информацию об официальной политике Соединенных Штатов, а также о людях, ценностях и институтах, которые влияют на эту политику;
- Предоставить преимущества международного участия американским гражданам и учреждениям, помогая им строить прочные долгосрочные отношения со своими коллегами за рубежом;
- Консультирование Президента и правительственных чиновников США о том, каким образом отношение иностранных государств будет иметь непосредственное отношение к эффективности политики США.

Чтобы выполнять консультативную часть своей миссии, агентство проводило исследования иностранного общественного мнения о Соединенных Штатах и их политике. Агентство делало это с помощью опросов общественного мнения по всему миру. Затем публиковались различные отчеты для правительственных чиновников, в том числе дважды в день репортажи о комментариях иностранных СМИ по всему миру¹.

В этот же период большой вклад в распространение американской идеологии и культуры вносило ЦРУ, осуществлявшее ряд культурно-образовательных программ за рубежом. С целью укрепить, а также развить контакты между американскими и иностранными представителями культуры и деятелями искусства ЦРУ участвовало в создании Конгресса за свободу культуры, а также в его финансировании вплоть до 1966 года. Конгресс за свободу культуры был основан в июне 1950 года в Западном Берлине. В период своей самой активной деятельности у конгресса были офисы в 35 странах. В деятельность Конгресса входило проведение художественных выставок, владение и управление новостной и сервисной службой, организация международных конференций, а также поощрение музыкантов и

¹Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. Курс лекций. СПб: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. С. 113.

художников призами и публичными выступлениями. Помимо Конгресса за свободу культуры, ЦРУ также участвовало в тайном финансировании экспозиций из США за рубежом, в организации заграничных турне американских театральных коллективов и в публикации журналов об американской культуре в других странах¹.

Два закона о международных культурных обменах были приняты в США в 1954 и в 1956 годах. Они позволили более сотни различных творческих коллективов отправиться на гастроли в 89 стран мира². В то же время международный отдел (Office of Foreign Buildings) Государственного Департамента США начал программу по строительству за рубежом новых зданий для американских консульств и посольств на четырёх континентах. Программа была рассчитана на ближайшие 10 лет. Её стоимость оценивается в 200 миллионов долларов США.

В заключении к данному параграфу отметим, что в 1950-1960-е гг. в США был сформирован механизм культурной дипломатии, который впоследствии сыграл большую роль во внешней политике США. Комитеты Н. Рокфеллера и У. Джексона имели важное значение в становлении этого механизма несмотря на то, что они не предложили ничего кардинально нового. Комитеты провели полный анализ уже проделанной ранее работы, а также ситуации как внутри США, так и за её пределами. Важным аспектом проделанной работы является не только тот факт, что информационно-психологическая деятельность была институализирована, но и то, что эта деятельность была выведена на верх административной лестницы, там самым обеспечив новым органам широкие полномочия и упростив коммуникацию внутри администрации. Формирование механизма культурной дипломатии – важный шаг для Соединённых Штатов Америки к исполнению своих целей. Однако, это было лишь началом пути. Впереди было ещё много работы.

¹ Филимонов Г. Ю. К вопросу об истории внешней культурной политики США // Вестник РУДН. Международные отношения. 2011 № 4. С. 92.

² Там же. С. 93.

Изменения в работе правительства, перестройка на рельсы культурной дипломатии происходили долго и болезненно. В первую очередь, преградой служил консерватизм среди государственных служащих. Непривыкшие и не имеющие опыта работы с инструментами культурной дипломатии и информационно-психологической борьбы политики часто ставили под сомнение эффективность новых методов работы. Тем не менее, невозможность достигнуть поставленных целей путём угроз и применения силы нельзя было отрицать. Так, культурная дипломатия стала новым оружием мягкой силы, в борьбе против СССР и коммунистической идеологии. Американцы активно использовали культурную дипломатию для пропагандирования американского образа жизни и либеральных ценностей западного общества.

Глава II. Образы Холодной войны, как средство антикоммунистической пропаганды и культурной дипломатии

2.1 Влияние образов популярной культуры на антикоммунистическую пропаганду в США

В годы после Второй мировой войны американское общество процветало. Многие народы мира чувствовали влияние американского образа жизни. Американская культура вышла на новую ступень развития, благодаря резко усилившейся поддержке государства. Кинематограф и музыкальная индустрия получали материальную помощь от правительства на создание новых продуктов культуры, направленных на распространение американских идеалов и ценностей. Темой многих произведений культуры, будь то фильмы, песни или литературные произведения, стало растущее напряжение между бывшими союзниками – Соединёнными Штатами Америки и Советским Союзом.

Несмотря на растущее благополучие американского общества, распространение коммунизма и постоянная угроза ядерной войны внушали страх внутри американского общества. Это нашло отражение во многих продуктах культуры, например, в художественной литературе, кинематографе, музыке. В какой-то степени, это страх специально поддерживался правительством США – необходимо было поддерживать плохой образ Советского Союза, как главного врага свободы и демократии¹.

Переходя на рельсы информационно-психологической войны, американское правительство понимало, что нельзя забывать и о внутренней культурной политике. Этот аспект ярко выражался в антикоммунистической пропаганде внутри Соединённых Штатов Америки. Для организации работы в этой сфере американское правительство нанимало лучших специалистов.

¹Юдина А. М. «Джазовая дипломатия» США в 1950-1960-е гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны // Вестник РГГУ. 2014. №18. С. 95.

Внутренняя антикоммунистическая пропаганда имела широкий спектр используемых инструментов. Она была направлена на все социальные группы населения, в том числе и на новое, растущее поколение.

Отличным примером антикоммунистической пропаганды для младшего поколения являются популярные на период начала холодной войны жевательные резинки «Детский крестовый поход против коммунизма» с карточками вкладышами внутри. Жевательные резинки – это продукт, в первую очередь, рассчитанный на детскую целевую аудиторию. Поэтому, при создании карточек вкладышей использовались такие ассоциативные элементы, которые были бы просты и понятны для детей. Карточки содержали мультяшные изображения с яркими цветами, а текст на них был достаточно прост, чтобы дети могли понять сообщение без особых трудностей. Персонажами таких карточек становились советский и китайский лидеры стран, обычные граждане Советского Союза (Например, Ольга и Иван), советские солдаты и рабочие. Помимо одушевленных персонажей, героями карточек становились «призрачный город», как следствие нанесение атомного удара, советская военная техника, обыски у советских граждан, рабство и другие атрибуты советской диктатуры. Карточки были преимущественно ярко-красного цвета, что вызывало у детей определённые ассоциативные связи – опасность, страх, коммунизм. На каждой карточке большими буквами были напечатаны слова «Борись с красной угрозой!», что также дополняло ассоциативный ряд¹.

Другим инструментом, который правительство США активно использовало в качестве антикоммунистической пропаганды, направленной на детей, послужили образовательные видеоролики в школах. Видеоролики, созданные Министерством гражданской обороны американского федерального правительства, показывали, как вести себя в случае ядерной

¹Мирошников С. Н. Пропаганда или объективная информация: радиостанция «Голос Америки» в информационной войне администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953-1955 годах // Вестник КемГУ. 2014. №3 (59). С. 293.

атаки. Одним из самых популярных учебных видеороликов является «Укрывайся и прячься». По сюжету видеоролика мультипликационная черепаха Берт прячется от встречающихся ей на пути опасностей. Детям предлагают делать то же самое. Далее, видео показывает, как школьники осваивают данную технику выживания – дети прячутся под партами и закрывают головы руками. Такой приём, как использование актёров того же возраста, что и целевая аудитория данного видеоролика, помогает зрителям отождествлять себя с действующими персонажами, а значит создаёт более крепкую ассоциативную связь. В видеоролике также присутствовал призыв всегда помнить о возможности ядерной войны¹.

Одним из самых известных образовательных фильмов, включенных в школьную программу, а также показанных по телевидению стал «Красный кошмар». Это был антикоммунистический короткометражный фильм, представленный как образовательный фильм о природе коммунизма. Главной целью фильма было формирование общественного мнения против коммунизма. «Красный кошмар» делает диковинное заявление, что целые американские города были реконструированы на советской территории, чтобы обучить коммунистических шпионов и лазутчиков методам свержения американского правительства и общества.

Помимо включения различных видеороликов и антикоммунистических фильмов в образовательную программу, правительство США спонсировало расклеивание антикоммунистических плакатов в школах и общественных местах. Эти плакаты содержали вполне предсказуемое послание. Они подчеркивали срочность и необходимость борьбы с коммунизмом, настаивая на том, что это реальная угроза, ищущая возможность нанести удар.

Стоит отметить, что образование в период холодной войны служило мощным инструментом антикоммунистической пропаганды. Новое поколение

¹Мирошников С. Н. Становление механизма информационно-психологической войны и «культурной дипломатии» в США в 1946-1956 гг. // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2015. № 5 (38). С.186.

воспитывалось строго в идеалах и ценностях Соединённых Штатов Америки. Идеология свободы и демократии противопоставлялась тоталитаризму, царившему в Советском Союзе. Коммунизм представлялся главным врагом всей американской нации. Подобный способ обучения заставлял детей воспринимать и обрабатывать будущие события таким образом, что все дальнейшие действия Советского Союза воспринимались молодыми американцами как враждебные¹.

Другим популярным инструментом внутренней антикоммунистической пропаганды стали телевидение и кинематограф. Телевидение зародилось в ранний период Холодной войны, и поскольку среда медленно росла, сети в первую очередь находили спонсорство и финансирование со стороны государства, в частности Министерства обороны. В результате американский телевизионный контент, очевидно, сосредоточился на позиции Запада по отношению к Советскому Союзу, и таким образом средство массовой информации начало довольно широко использоваться в качестве пропагандистского инструмента. Американские семьи теперь имели доступ к средствам пропаганды в своих домах и смотрели мини-документальные фильмы о том, что делать в случае ядерной атаки (аналогично «Укрывайся и прячься»), как распознать американского коммуниста, а также выпуски новостей о политическом положении своей страны. Документальные фильмы как таковые также играли с идеей того, что значит быть истинным патриотом-гражданином. Федеральным правительством была выпущена серия документальных фильмов, раскрывающих опасности коммунистического общества: «Коммунистический план завоевания» (1955 г.), «Красный кошмар» (1955 г.), «Коммунистическое оружие очарования» (1956 г.) и «Коммунистическая цель: молодежь» (1962). Однако, многие исследователи считают, что информация, предоставленная в этих фильмах, не является полностью достоверной. По мнению Томаса Доэрти, автора книги «Cold War,

¹Крашенинникова В.Ю. Россия – Америка: холодная война культур. Как американские ценности преломляют видение России. М.: Европа, 2007. С. 94.

Cool Medium», средства массовой информации во времена холодной войны были достаточно гибкими и лояльными по отношению к правительству.

По телевидению в США велось немало развлекательных передач, которые тем или иным образом пропагандировали антисоветские настроения, выставляя СССР злодеями и противниками, показывали, насколько далеко позади находятся СССР от США на пути технического прогресса и развития общества. Одним из примеров развлекательного шоу является комедийный сериал «Приключения Оззи и Гарриет». Ситком, длившийся более десяти лет, считается синонимом идеальной американской семейной жизни 1950-х годов. Шоу преподносило идею того, что быть семьей в Америке – это здорово, показывая важность получения образования, уважения к своим родителям и упорного труда.

Однако, задействованы были не только развлекательные и образовательные передачи, но и реклама. «Дейзи» была самой известной рекламной кампанией холодной войны. Она была выпущена в эфир только один раз, 7 сентября 1964 года. Содержание рекламы было противоречивым, и эмоциональная реакция на неё была достаточно острой¹.

Реклама начинается с маленькой девочки, стоящей на лугу, медленно считающей лепестки маргаритки. Когда она достигает цифры «9», внезапно раздаётся зловеще звучащий мужской голос, объявляющий обратный отсчет запуска ракеты. Обратный отсчет достигает нуля, и чернота мгновенно сменяется одновременной яркой вспышкой и громоподобным звуком, за которым следуют кадры ядерного взрыва, похожего по внешнему виду на взрыв Тринити-теста 1945 года, а затем кадры вздымающегося грибовидного облака. Звучит голос Джонсона, который решительно заявляет: «Это ставки! Создать мир, в котором смогут жить все дети Божьи, или уйти в темноту. Мы должны либо любить друг друга, либо умереть. Затем другой голос за кадром говорит: «голосуйте за президента Джонсона 3 ноября. Ставки слишком

¹Козлов А. Козел на саксе. М.: Вагриус, 1998. С. 91.

высоки, чтобы ты остался дома!»¹. Хотя в рекламе и не упоминается Советский Союз, многие исследователи считают это отсылкой к исходящей угрозе от Советского руководства в тот период в виде возможной ядерной войны. Призыв голосовать за Джонсона означал гарантируемую президентом безопасность для Америки².

В отличие от телевидения, кинематограф был уже более привычен американскому обществу. Как и многие другие индустрии, Голливуд ждал окончания Второй мировой войны, так как это бы означало увеличение прибыли в разы, а также освобождало бы киноиндустрию от морального долга перед страной. Однако, долгожданное освобождение от фильмов по заказу правительства длилось недолго.

Развитию киноиндустрии способствовали сразу несколько факторов. Во-первых, научно-технический прогресс, повлиявший сразу на все сферы жизни, в том числе и на культурную её составляющую. Во-вторых, американское правительство активно спонсировало создание таких элементов культуры, влияние которых способствовало достижению национальных целей. Конвейер антикоммунистических фильмов заработал. Только в период с 1948 по 1953 годы было выпущено порядка семидесяти фильмов с явно антикоммунистическим настроением.

На ранних этапах холодной войны, в конце 1940-х и начале 1950-х годов, голливудский кинематограф отражал глубокий страх и паранойю, охватившую американское общество того времени. Многие ранние фильмы представляли эпический конфликт между США и СССР как не что иное, как благородный исторический крестовый поход в защиту западной цивилизации. Голливуд активно использовал тему американской паранойи в период холодной войны. Их сюжетные линии очень часто вращались вокруг идеи, что

¹«Daisy» Ad (1964): Preserved from 35mm in the Tony Schwartz Collection. URL: Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=riDypPIKfOU> (дата обращения: 4.04.2020).

² Tony Shaw, Denise J. Younglood, *Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Hearts and Minds*. 2010. P. 20.

кто-то (муж, сын, дочь и т. д.) может оказаться коммунистом. Например, в фильме «Заговорщик» (1949) режиссера Виктора Сэвилла героиня Элизабет Тейлор с ужасом узнает, что ее муж – коммунистический шпион. В других фильмах, таких как «Мой сын Джон» (1952), семьи распадаются из-за якобы «промывки мозгов» одного из членов семьи, который является членом союза коммунистов. Фильмы в результате становятся эффективным средством для изображения традиционной американской семьи, которая должна столкнуться с болезненной изменой из-за коммунизма¹.

Другим популярным сюжетом для фильмов стал шпионаж. Фильмы про шпионов быстро обрели популярность среди американского населения. Американцам нравилось смотреть на красивые боевики, в которых красивый спец-агент рискует жизнью ради выполнения миссии на благо государства, борется с врагами и спасает всех. Подобные фильмы поднимали патриотические настроения и внушали народу идею о непобедимости американской разведки. Пиком популярности шпионажа в Голливуде считаются 1960-е годы.

В голливудских фильмах того времени образ американского общества, американских героев, хороших ребят всегда противопоставлялись «великому злу», представленному в лице коммунизма. Персонажей-коммунистов зачастую изображали лишь слегка отдалёнными от бандитов. Их идеология была проста – уничтожить Соединённые Штаты Америки. У коммунистов в фильмах были гангстерские менталитет и методы. Коммунистические злоумышленники в полной мере были представлены как полная противоположность американским ценностям. Например, в фильме «Шанхайская история» шеф полиции в Китае Марвин Миллер нарушает почти все стандарты американского приличия, которые мог себе представить Голливуд, включая жестокое обращение со стариками и женщинами, слезку за молодыми женами, стрельбу в собаку, высмеивание религии,

¹ Nancy E. Bernhard U.S. Television News and Cold War Propaganda, 1947-1960. Cambridge Studies in the History of Mass Communication, 2003. P. 36.

хладнокровное убийство и удерживание еды голодающих заключенных. «Шанхайская история» был одним из немногих фильмов времен холодной войны, посвященных коммунизму в Китае. Большинство фильмов всё же были связаны именно с Советским Союзом¹.

В киноиндустрии Голливуда чётко прослеживаются два основных стереотипа о коммунизме в Европе, на которых построены многие фильмы того времени. Первый стереотип изображал коммунистов как последователей коллективной идеологии, в которой нет места индивидуальным правам и привилегиям. Второй – высмеивал коммунистов как лицемеров, которых можно лишить их идеологии с помощью потребительски товаров.

Одной из задач Голливуда в 1950-е годы стало создание положительного имиджа военных. Население Соединённых Штатов должно было доверять секретным агентам, которые противостоят коммунистической угрозе, а также доверять военной технике, которая требовалось для того, чтобы отразить возможный ядерный удар.

Создание подобного положительного образа через инструменты кинематографа активно поддерживалось Пентагоном. В период с 1948 по 1962 года Пентагон помог снять 45% военных фильмов, снятых Голливудом. Помощь оказывалась в совершенно разных формах – от предоставления доступа к видеоклипам до предоставления студиям возможности использовать военные базы и оборудование. Это позволило Голливуду снимать за относительно небольшие деньги такую военную технику, как реактивные истребители и бомбардировщики, подводные лодки, авианосцы и другие корабли. Современные военные технологии, особенно реактивный самолет, стали привлекательными атрибутами фильмов, когда Голливуд обратился к широкому цветному экрану, пытаясь привлечь аудиторию обратно в кинотеатры. Однако, помощь не была безвозмездная. В обмен Пентагон требовал права одобрения сценариев фильмов, которым он помогал. Таким

¹ Russell E. Shain, Hollywood's Cold War // Journalism. University of Colorado. Boulder Published online, 14 Apr 2013. P. 340.

образом, правительство имело возможность корректировать фильмы, добавляя или убирая различные элементы.

Вовлечение киноиндустрии в холодную войну было вызвано политическим принуждением, экономической неопределенностью и национальным страхом перед коммунизмом, граничащим с паранойей. Ответ Голливуда на эти три давления включал в себя обширную серию фильмов о холодной войне, которые во многом отражали общественное мнение о ней. Фильмы холодной войны обычно изображали коммунистов как безликих злоумышленников, пытающихся подорвать американское общество. Перед лицом врага американское гражданское население оказывалось практически беззащитным. Безопасность и благополучие американского общества сильно зависела от профессиональных воинов в плане безопасности, или по-другому – спец-агентов. Именной такой имидж тщательно создавал Пентагон в 1950-х годах и поддерживал популярный взгляд на военных деятелей времен холодной войны¹.

Постеры фильмов времён холодной войны можно рассматривать как отдельные пропагандистские произведения. Постеры были яркие, запоминающиеся. Их создатели хорошо поработали над тем, чтобы правильно расставить акценты. Постеры, как и большинство печатной пропаганды того времени, характеризовались использованием больших шрифтов, яркой цветовой палитры и характерных символов, связанных с определённой тематикой. Например, на некоторых преобладал яркий красный цвет, который вызывал чёткую ассоциацию с флагом Советского Союза, но также и с кровью и войной.

Большой популярностью пользовались печатные СМИ. Соединённые Штаты Америки возглавили одну из самых успешных пропагандистских кампаний в истории, прежде всего благодаря эффективности печатных СМИ,

¹Журавлева Н.Н. Коммуникативные стратегии в сфере культурной дипломатии: современные дискуссии // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 2. С. 160.

которая включает в себя этот сегмент газет, плакатов и книг. Самое большое значение среди печатных СМИ имели, конечно же, газеты. Они играли ключевую роль благодаря ежедневной частоте и большому количеству тиражей. Они служили основным источником информации в эпоху холодной войны. Так же, как и на постерах голливудских фильмов, в изображениях, печатаемых в газетах, использовались узнаваемые символы и жирные шрифты. В газетных статьях часто появлялись отзывы и интервью с людьми, которые были американскими шпионами в Советском Союзе или которые рассказывают о своем опыте проживания в коммунистической стране, будь то Советский Союз или страны Восточной Европы. Другим инструментом, используемым в печатных медиа, стали карты, отражающие экспансию Советского Союза и идей коммунизма. Как и в других печатных продуктах, в картах зачастую преобладал ярко-красный цвет, ассоциирующийся с угрозой¹.

Литература зачастую рассматривалась как дешевый способ производства массовой пропаганды для народа. В этой пропагандистской битве использовались как вымышленные тексты, так и комические. Правительство решило субсидировать эти книги, сделав некоторые из них чрезвычайно дешевыми, чтобы распространить их как можно больше среди потенциальной целевой аудитории. Книги, которые в основном были посвящены героическому персонажу, побеждающему американских врагов, таких как Советский Союз, стали главными хитами и одними из самых продаваемых. Сюжетная линия одной из книг, например, была сосредоточена на солдате, который пошел воевать с советами и в конце концов вышел победителем. Тема специальных агентов была популярна не только в кинематографе, но и в литературе. Жанр «шпионского романа» был самым распространенным в литературе времен Холодной войны. Романы Яна Флеминга о британском шпионе Джеймсе Бонде были написаны в 1950-х

¹Василенко Е. В. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства // Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы. 2015. № 1 (5). С. 77.

годах и мотивировались напряженными отношениями с советским блоком. Джон Ле Карр (псевдоним Дэвида Корнуэлла, бывшего сотрудника британского шпионского агентства МИ-5) написал несколько романов, таких как «Шпион, пришедший с холода», действие которых происходит в Восточной Германии. В 1950-е и 1960-е годы также были выпущены сотни дешевых криминальных романов, часто с непристойными темами или чрезмерным насилием. «Чистилище завоеванных» показывало Америку, захваченную коммунистическими силами; «Красное изнасилование» рассказывало о советской операции по захвату западных женщин в целях сексуального рабства. В другом случае события романа будут окружать обычных американских граждан и их борьбу с коммунистическими ценностями в их обществе. Эти тексты почти всегда были предвзятыми и часто фокусировались на негативной стороне коммунизма. В книгах коммунизм изображался как угроза, которая всегда таилась и была готова напасть в любой момент. Это было сделано для того, чтобы заставить читателя поверить в то, что коммунизм и его сторонники всегда были врагами.

Охватившая страну паранойя и страх глубоко укрепились в сознаниях людей. Внутренняя пропаганда работала отлично. Однако, подобные опасения были присущи не только гражданскому населению, но и некоторым политикам. Подозрения госслужащих, а затем и многих работников Голливуда всё больше закрадывались среди администрации президента. Период с 1947 по 1956 год в Соединённых Штатах Америки характеризуется политическими гонениями на коммунистов. Так называемый период «Красной паники» оказал большое влияние на американскую культуру того времени. Начинаясь холодная война требовала от правительства действий не только на фронте внешней политики, но и внутренней. С целью защитить Америку от проникновения коммунизма изнутри, Гарри Трумэн в ноябре 1946 года объявил о создании президентской временной комиссии по лояльности сотрудников федеральной службы. Комиссия состояла из представителей шести правительственных департаментов под председательством

специального помощника генерального прокурора А. Девитта Ванеча. Комиссия стремилась определить федеральные стандарты лояльности и установить процедуры снятия или дисквалификации нелояльных или подрывных сотрудников с федеральных должностей. На основе результатов работы комиссии был составлен документ, институализирующий проверку гражданских служащих.

В марте 1947 года президент Гарри С. Трумэн подписал указ № 9835, или как его по-другому называют – «Орден лояльности», о создании «Программы лояльности федеральных служащих», учреждающей специальные советы по проверке политической лояльности, которые определяли «американизм» федеральных государственных служащих и требовали, чтобы все федеральные служащие приносили присягу на верность правительству Соединенных Штатов Америки. Приказ предоставил широкие полномочия для ведомственных органов проводить проверки лояльности федеральных служащих и соискателей. Категории нелояльности сотрудников были следующие: саботаж, шпионаж, или их пропаганда; измена, мятеж или их пропаганда; преднамеренное, несанкционированное разглашение конфиденциальной информации; пропаганда насильственного свержения правительства США; членство, принадлежность к любой организации, помеченной как тоталитарная, фашистская, коммунистическая или подрывная, или связь с ней. Затем президент рекомендовал прекратить деятельность тех, кто признался в шпионаже в пользу Советского Союза, а также некоторых подозреваемых в том, что они «не американцы». С юридической точки зрения «не американец» (un-American) означало деятельность, источники финансирования которой находились за рубежом. Проверки на лояльности привели к более чем 2700 увольнениям и 12 000 отставкам в период с 1947 по 1956 год.

Для систематизации результатов проверок лояльности был создан специальный список АГЛОСО – Список подрывных организаций Генерального прокурора. Список генерального прокурора был утвержден

правительствами штатов и местными органами власти, военными, подрядчиками по обороне, гостиницами, министерством финансов и государственным департаментом. Несмотря на широкую огласку, Министерство юстиции и другие агентства отказались опубликовать более чем небольшие объемы информации по другим аспектам списка, помимо его содержания. В секретную информацию были включены такие сведения, как составление списка, критерии составления списка, почему список был опубликован и почему ни одна из перечисленных организаций не получила уведомления об их назначении до публикации списка.

Правительственные советы лояльности проверили миллионы федеральных служащих (речь идёт не только о чиновниках, но и об учителях, юристах, социальных работниках и др.) и работников индустрии развлечений. В ходе проверок их спрашивали какие книги и журналы они читают, к каким профсоюзам и общественным организациям принадлежат и ходят ли они в церковь, с кем они проводят своё свободное время.

«Программа лояльности» была тесно связана с деятельностью Комитета по расследованию антиамериканской деятельности, созданного ещё в 1934 году. Комитет по расследованию антиамериканской деятельности, или как он по-другому назывался – Комитет Палаты представителей по внутренней безопасности, занимался расследованием коммунистической деятельности в Америки во время холодной войны. Комитет уделил большое влияние проверкам Голливуда. В 1947 году комитет провел девять дней слушаний по поводу предполагаемой коммунистической пропаганды и влияния в голливудской киноиндустрии. Каждый, кого обличили в антиамериканской деятельности или в связи с коммунистическими организациями, а также каждый, кто отказывался отвечать на вопросы и помогать расследованию был занесён комитетом в так называемый «чёрный список». В конечном итоге более 300 художников – включая режиссеров, радиокомментаторов, актеров и особенно сценаристов – были бойкотированы студиями. В число известных личностей попали Чарли Чаплин, Орсон Уэллс, Алан Ломакс, Бертольд Брехт,

Пол Робсон, Дороти Паркер, Лилиан Хеллман, Хейзел Скотт, Пит Сигер и Леонард Бернштейн и многие другие. Некоторые из них покинули США или ушли в подполье, чтобы найти работу. Другие, как, например, Далтон Трамбо, писали под псевдонимами или именами коллег. Только около десяти процентов преуспели в восстановлении карьеры в индустрии развлечений. Восстановить своё имя работникам Голливуда предлагали с помощью сотрудничества со следствием – необходимо было давать показания в Комитете по расследованию неамериканской деятельности и называть имена. Однако, многие отказывались это делать.

В ответ на расследования Палаты представителей большинство студий выпустили ряд антикоммунистических и антисоветских пропагандистских фильмов, таких как «Красная угроза» (август 1949 года), «Красный Дунай» (октябрь 1949 года), «Женщина на пирсе 13» (октябрь 1949 года), «Винный в государственной измене» (май 1950 года), «Я был коммунистом для ФБР» (май 1951 года), «Красная планета Марс» (май 1952 года).

Расследованиями против Голливуда занимался также республиканский сенатор от штата Висконсин – Джозеф Маккарти, представитель правительственного оперативного комитета и его постоянного подкомитета по расследованиям Сената США. Период «красной паники», или по-другому, маккартизм, тесно связан с деятельностью сенатора. Маккартизм – термин, часто употребляемый для описания периода «охоты на ведьм», устроенной сенатором Маккарти. Под «ведьмами» понимаются коммунисты, а также сочувствующие им. По утверждениям сенатора, коммунисты проникли во все сферы жизнедеятельности США, включая правительство и армию. Американцы, воодушевлённые его речами, поддерживали его антикоммунистические настроения. Найдя поддержку и среди народа, и среди правительства, Джозеф Маккарти развернул огромную кампанию по выявлению коммунистов и сочувствующих им граждан. Пользуясь широко растущим страхом перед возможным шпионажем коммунистов в Америке, сенатор Маккарти проводил расследования действий коммунистов в

правительстве. Аналогично комитету по расследованиям антиамериканской деятельности, республиканский сенатор устраивал слушания против большого количества работников Голливуда. Всех, кто отказывался сотрудничать, отправляли в «чёрный список».

Так называемый «чёрный список» Голливуда был лишь составной частью более крупного «чёрного списка» индустрии развлечений Соединённых Штатов Америки. Попасть в «чёрный список» означало потерять работу и не иметь возможности с лёгкостью найти новую. В случае с Голливудом, студии были обязаны уволить, а также не принимать на работу тех, кто был заподозрен в коммунистической деятельности или же проявлял некую симпатию к этому. Впервые подобная практика была применена в ноябре 1947 года после того, как десять писателей и режиссеров были обвинены в неуважении к Конгрессу за отказ давать показания перед Комитетом по антиамериканской деятельности Палаты представителей. Десять представителей индустрии развлечений отказались отвечать на вопросы и сослались на Первую поправку о свободе слова и собраний. Эти личности были вызваны в суд, чтобы предстать перед Комитетом по антиамериканской деятельности Палаты представителей в октябре того же года. Они стали известны как «Голливудская десятка». В неё вошли: сценарист Альва Бесси, сценарист и режиссер Герберт Биберман, сценарист Лестер Коул, режиссёр Эдвард Дмитрик, сценарист Ринг Ларднер младший, сценарист Джон Говард Лоусон, сценарист Альберт Мальц, сценарист Сэмюэл Орнитц, продюсер и сценарист Адриан Скотт, сценарист Далтон Трамбо.

После встречи руководителей киноиндустрии президент Ассоциации кинопроизводителей Эрик Джонстон выпустил пресс-релиз, который сегодня называется «Заявление Уолдорфа». В их заявлении говорилось, что эти десять человек будут уволены или отстранены от работы без сохранения жалования и не будут вновь приняты на работу до тех пор, пока с них не снимут обвинения в неуважении к суду и пока они не поклянутся, что они не коммунисты. Это послужило началом «чёрного списка». Все десять

отказались давать показания и в начале 1948 года были приговорены к одному году тюремного заключения. Попытки подать апелляции не привели к успеху. Их тюремное заключение началось в 1950 году.

В сентябре 1950 года один из них, Эдуард Дмитрик, публично заявил, что когда-то был коммунистом и готов дать показания против других, которые тоже были коммунистами. Он был досрочно освобожден из тюрьмы после того, как он описал свое краткое членство в партии и назвал имена, его карьера восстановилась. Остальные хранили молчание, и большинство из них не смогли получить работу в американской кино-и телевизионной индустрии в течение многих лет.

Помимо официального «черного списка» существовал отчет под названием «Красные каналы», созданный тремя бывшими агентами ФБР в 1950 году – Джоном Г. Кинэном, Кеннетом М. Бирли и Теодором К. Киркпатриком. Отчет представлял собой список имён 151 человека из индустрии развлечений: актёры, писатели, музыканты, телеведущие и многие другие. «Красные каналы» служили средством расширения «черного списка» индустрии развлечений, который отказывал в приеме на работу множеству артистов, которых он считал сочувствующими «подрывным» причинам. Некоторые артисты предпринимали попытки оспорить подобные заявления. Например, актёр Джо Джулиан подал акт о клевете простив «Красных каналов». Однако, ему не удалось добиться победы в судебном деле.

Волна антикоммунистических настроений захлестнула Соединённые Штаты Америки в начале 1950-х годов. Демонизация коммунизма, проводимая американским правительством превратила образ Советского Союза в ужасного монстра, стремящегося свергнуть демократическую власть и установить повсеместную диктатуру. Начавшаяся холодная война и новые методы борьбы с противником, например, такие, как информационно-психологическая борьба и культурная дипломатия, требовали изменений и внутренней политики в том числе. Для достижения желаемого эффективного результата, внутренняя и внешняя политика должны были быть полностью

друг с другом согласованы. Для победы на фронте информационно-психологического противостояния в холодной войне правительству США требовалось создать, а в дальнейшем постоянно поддерживать образ врага в лице СССР. Образ, который безоговорочно подталкивал население Соединённых Штатов Америки к поддержке действий своего правительства¹.

Американская пропагандистская машина успешно справилась с такой задачей. Большинство американцев были убеждены в неоспоримом зле, источником которого выставлялся коммунизм. Паника охватила Америку. Для страны, которая только ступила на путь организованной культурной дипломатии и информационно-психологической борьбы, США достигли отличных результатов. С помощью пропаганды, которая была интегрирована в продукты культуры – кино, телевидение, литература, правительство сумело внушить населению идеи опасности коммунистов. Со всех возможных каналов информации поступала чёткая и понятная каждому идея – коммунизм должен быть побеждён. Несмотря на то, что образ коммуниста уменьшился до обычных человеческих размеров, он стал только более коварным. Американское население знало, что коммунисты могли выглядеть как их дружелюбные соседи, коллеги по работе или учителя их детей. Они больше не представлялись как поставщики грубой силы. Напротив, они изображались ловкими манипуляторами, лжецами, которые использовали идеологические махинации для достижения своих целей – извратить демократию и искалечить капитализм. Претворяясь, коммунисты проникали во все сферы жизни американского общества, распространяли свои разрушающие идеи, очерняли культуру, развращали детские умы. Именно такими представлялись коммунисты в глазах американского населения.

Культура, как отражение ценностей человека, отражение его мыслей и идей, очень изменчива и подвижна. Под воздействием пропаганды мысли и идеи человека перестраиваются, что отражается в продуктах культуры,

¹Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. Курс лекций. СПб: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. С. 44.

которые он производит. Если же человек не создаёт культуру сам, то он ищет такие продукты культуры, которые бы совпадали с его идеями. Таким образом, повышается спрос на те продукты культуры – например, фильмы и книги, которые отражают идеи транслируемой пропаганды. Это объясняет создание и популярность среди аудитории фильмов антикоммунистической направленности. Например, страх перед коммунистическим шпионажем, который твёрдо закрепился в сознании людей, привёл к широкому распространению фильмов наподобие «Мой сын Джо» (1952 г.), в котором родители подозревают своего сына в шпионаже для коммунистов. Фильмы и книги подобной тематики были широко распространены в 50-е годы прошлого столетия. Многочисленные рассказы в повествовательных формах содержали темы проникновения, подрывной деятельности, вторжения и разрушения американского общества неамериканской мыслью¹.

Проверки на лояльность ещё больше повышали напряжение в обществе. Любая, даже косвенная связь с коммунистической идеологией приводила к тому, что человек мог лишиться работы, семьи и друзей. Действия, предпринимаемые правительством, а в особенности сенатором Маккарти с его комитетами, часто переходили черту разумного. Многие историки оценивают его действия как неправомерные и нарушающие принципы демократии, которые он так яростно защищал. Устроенная им проверка индустрии развлечений в корне изменила принцип создаваемых в те годы продуктов культуры. Случай с «Голливудской десяткой» показал, что для сохранения своей карьеры и свободы, необходимо было идти на встречу Комитетам, сотрудничать со следствием, сдавать друзей и семью ради своей безопасности. Индустрия развлечений встала перед выбором – либо создавать антикоммунистические продукты по заказу правительства, либо быть забытым и непринятым в обществе. Студии отказывали в работе тем специалистам, которые были хотя бы косвенно упомянуты в расследованиях

¹Юдина А. М. «Джазовая дипломатия» США в 1950-1960-е гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны // Вестник РГГУ. 2014. №18. С. 95.

правительства, так как не хотели терять финансирование и свой статус. Независимое кино не получало поддержки ни в студиях, ни в рекламе: дистрибьютеры объявляли бойкот, газеты и радиостанции отказывались рекламировать. Таким образом, вся индустрия развлечений повернулась лицом к антикоммунистической пропаганде и встала на рельсы производства по государственному заказу. Больше всего это коснулось именно киноиндустрии, ведь кино является самым эффективным средством для трансляции идей и образов, которые авторы закладывают в свой продукт. Именно так можно охарактеризовать 1950-е годы в сфере культуры. Не оставив выбора, правительство грубо взяло под контроль все средства создания культуры, тем самым усилив транслируемую пропаганду.

Как только люди были охвачены истерией, между отдельными людьми возникло постепенное, но постоянное чувство недоверия. Люди были брошены в неразбериху выбора, кому доверять, а кому нет. Ранее близкие друзья были повергнуты в смятение, разрываясь между личной лояльностью и патриотизмом в сочетании со страхом стать жертвой. Многие ученые писали о патриотизме и необходимости объединения американцев в войне против коммунизма, о событии, которое заставило общественность создать фронты и присоединиться к правительству в войне против врага. Общественное мнение было в пользу правительства в таких исторических событиях, как Вьетнамская война. Правительство США выиграло свою миссию по созданию общественного мнения и ненависти к советским государствам, тем самым получив поддержку общественности в таких событиях, как войны с врагами под предлогом борьбы с коммунизмом.

2.2 Роль образов популярной культуры в культурной дипломатии США в 50-60-е гг.

Осознав всю важность применения культурной дипломатии в холодной войне, правительство США приняли ряд мер, которые в дальнейшем помогли

добиться успеха в этой войне. В список предпринятых мер можно отнести: создание комитетов для оценки сложившейся ситуации и разработки рекомендаций; проведение этими комитетами полного анализа организации работы в правительстве в рамках культурной дипломатии и информационно-психологической борьбы; применение разработанных комитетами рекомендаций; реорганизация работы правительства; разработка институализированной базы для проведения культурной дипломатии в виде создание отдельного ответственного органа.

Появление отдельного органа, ответственного за культурную дипломатию – Информационного агентства Соединённых Штатов Америки (ЮСИА) положило начало организованному применению культуры во внешней политике США. Следуя рекомендациям докладов комитетов Джексона и Рокфеллера, администрация Эйзенхауэра начала перестройку правительства и ведомственных органов – необходимо было нанять персонал такой квалификации, которая бы отвечала поставленным целям и задачам. Одной из самых важных рекомендаций касаясь инструментов культурной дипломатии стало изменение формата работы радиостанции «Голос Америки»¹.

«Голос Америки» должен был стать официальным голосом американского правительства для жителей «за железным занавесом». Именно с его помощью Вашингтон планировал доносить информацию о позиции правительства США на международной арене, объяснять те или иные действия и, что считалось особенно важным, знакомить народы СССР и Восточной Европы с культурой и жизнью американцев.

Первый директор ЮСИА Теодор Стрейберт, назначенный на этот пост президентом 31 августа 1953 года, принял на себя основную роль по реорганизации работы агентства и в особенности «Голоса Америки». Изменения, проводимые им, часто происходили медленно и болезненно, с

¹Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. С. 83.

непониманием и непринятием среди персонала как агентства, так и радиостанции. Процесс перестройки и реорганизации работы можно отследить по отчётам деятельности ЮСИА за 1953-1956 годы. Первые 2 отчёта не отличались большими объёмами и кратко излагали произошедшие изменения. Совсем по-другому выглядели отчёты за 1955-56 годы, в которых отразилась большая часть изменений¹.

В первую очередь, радиостанция переехала из Нью-Йорка в центр Вашингтона, в бывшее здание министерства здравоохранения, образования и социального обеспечения. Подобное решение было обосновано тем, что более близкое положение позволит усилить влияние правительства на работу радиостанции, в то время как её руководство будет в курсе всех принимаемых администрацией решений². В качестве следующего шага, директор ЮСИА Т. Стрейберт провёл большое сокращение сотрудников как на радиостанции, так и в самом агентстве. В общей сложности во второй половине 1953 года на радиостанции были уволены 1985 человек, а также 295 в начале 1954 года. В дополнение к увольнениям, некоторые сотрудники радиостанции приняли решение покинуть свои должности самостоятельно. Это объясняется тем, что далеко не все были готовы к изменениям: начиная от переезда и заканчивая изменениями в политике радиостанции. Помимо этого, было сокращено количество зарубежных миссий агентства: с 85 до 76. Однако, подобные изменения никак не отразились на их значимости в структуре ЮСИА. Напротив, их роль только усилилась. Это объясняется тем фактом, что комитет У. Джексона рекомендовал организовывать работу всех подразделений агентства на основе результатов зарубежных миссий ЮСИА. Находясь в стране целевой аудитории, на которую направлены те или иные действия, предпринимаемые агентством, сотрудники зарубежных миссий как никто

¹ Мирошников С. Н. Пропаганда или объективная информация: радиостанция «Голос Америки» в информационной войне администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953-1955 годах // Вестник КемГУ. 2014. №3 (59). С. 294.

² Cull N. J. The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945-1989. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. P.102.

другой могли отследить реакцию населения и скорректировать работу. Именно сотрудники миссий ЮСИА за рубежом стали связующим звеном между Вашингтоном и странами, на население которых была направлена культурная дипломатия. Это особенно касалось тех сотрудников, которые пребывали в дипломатических миссиях в социалистических странах¹.

В связи с большой потерей сотрудников, радиостанции требовалось набрать новых, квалифицированных специалистов. В подборе специалистов был сделан упор на профессиональные качества и понимание процессов, происходящих в странах вещания радиостанции. Уходя от прямой пропаганды в своих программах и переходя к правильно упакованным идеям руководство ЮСИА понимало, что для достижения результата требуются специалисты своего дела. Теперь недостаточно было просто поддерживать идеи антикоммунизма или быть выходцем из стран Восточной Европы или Советского Союза. Бывшие сотрудники в основном были простыми эмигрантами из социалистических стран, не имели опыта журналистской деятельности и отлично справлялись только с одной задачей – критикой режима тех стран, откуда они вырвались. Подобная точка зрения была полезна лишь в то время, когда перед радиостанцией стояли другие задачи – дискредитация социалистического режима. Такой подход больше не соответствовал целям внешней политике США².

Самое большое изменение коснулось политики вещания «Голоса Америки», содержания ветки её передач. По содержанию новые программы можно разделить на новостные и развлекательные. В новостных программах, на которые первоначально делался упор, излагалась официальная точка зрения американской администрации, взгляд Вашингтона на ситуацию на международной арене и его обоснование. Программы с открытыми призывами

¹Шейдина И.Л. Невоенные факторы силы во внешней политике США. М.: Наука, 1984. С. 84.

² Мирошников С.Н. Пропаганда или объективная информация: радиостанция «Голос Америки» в информационной войне администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953-1955 годах // Вестник КемГУ. 2014. № 3 (59). С. 294.

к сопротивлению режиму были заменены на относительно нейтральные, не оказывающие сильного давления¹. Помимо анализа американской позиции, журналисты и ведущие делали анализ проводимой политики стран социалистического блока, сравнивали уровень жизни населения в странах Западной и Восточной Европы². Одним из примеров таких программ можно считать «Внешнеполитическое обозрение» – пятнадцатиминутная программа, в которой ведущий делал краткий обзор основных событий в мире за неделю. Другим примером является программа «Пресс-конференция США», в которой трое журналистов задавали вопросы приглашённому гостю – политическому деятелю или официальному представителю США. Таким образом, программа показывала разницу между США и социалистическими странами, в которых подобная практика являлась невозможной. Другим новым направлением в вещании радиостанции стало освещение информации о проведении администрацией США политики гуманитарной помощи и попытках мирного регулирования международных конфликтов. Например, ЮСИА была разработана целая кампания для распространения идей, связанных с мирным использованием атомной энергии.

Развлекательные же программы были посвящены просвещению аудитории в вопросах американской культуры и образа жизни. Посольство США в Москве предложило создать программу, которая была бы посвящена современной музыке США. Целевой аудиторией такой программы обозначалась «золотая молодёжь». Подобная инициатива в госдепартаменте была встречена не дружелюбно – её посчитали труднообъяснимой перед конгрессом тратой средств³. Однако, Т. Стрейберт был не согласен с позицией

¹Шейдина И. Л. Невоенные факторы силы во внешней политике США. М.: Наука, 1984. С. 64.

²Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 3 (29). Томск: Изд-во ТГУ, 2014. С. 54.

³ Мирошников С. Н. Пропаганда или объективная информация: радиостанция «Голос Америки» в информационной войне администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953-1955 годах // Вестник КемГУ. 2014. № 3 (59). С. 295.

госдепартамента. Он привёл профессионалов из сферы средств массовых коммуникаций в руководство «Голоса Америки»¹. В мае 1954 года на пост директора радиостанции был назначен Джон Поппил, первый президент «Ассоциации радиовещательных компаний». При его руководстве произошла наиболее существенные изменения, касающиеся тематики передач радиостанции. Усилился развлекательный сектор в сетке передач, появилась такая культовая программа, как «Музыка в США», ставшая позднее визитной карточкой радиостанции. Джон Поппил был настоящим мастером своего дела, он чётко осознавал, как работает радио и отстаивал своё видение работы. Он нашёл поддержку не только у директора ЮСИА, с которым ему доводилось работать ранее, но и у нового помощника президента по вопросам холодной войны Нельсона Рокфеллера, занявшего пост в марте 1954 года. Джон Поппил понимал необходимость постоянной борьбы за внимание слушателя с помощью чего-то нового, модного, необычного. Также он понимал, кто является основной целевой аудиторией, на кого необходимо сделать упор. Подобные развлекательные программы были нацелены на молодёжь, которая легче остальных откликается на всё новое и модное, стремление к которым заглушить сложно даже в тоталитарном государстве.

«Музыка США» – музыкальная передача, одна из самых известнейших в тот период. Она стала популярна во много благодаря своему ведущему, Уильяму Коноверу. Он предложил своё видение программы о музыке. Впервые передача «Музыка США» вышла в эфир 5 января 1955 года. Становление программы символом «Голоса Америки» произошло во многом благодаря её гениальному ведущему – Уильяму Коноверу, который со своей особой манерой в совершенно аполитичном стиле рассказывал о музыке и музыкантах. Программа быстро стала популярной, и уже через год после первого выхода в эфир руководство радиостанции приняло решение транслировать программу на весь мир, а не только на страны Восточной

¹Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. Курс лекций. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. С. 119.

Европы. Программа выходила шесть раз в неделю и была разделена на две части. Первая, наиболее популярная, «Час джаза», которая была посвящена американскому джазу. Вторая часть была посвящена остальным жанрам музыки, которая вскоре стала даже популярнее, особенно с включением в неё рок-н-ролла, популярного среди молодого поколения¹.

Джаз, полюбившийся европейцам в межвоенный период именно как американская музыка, в начале 50-х годов прошлого века стал практически визитной карточкой США. Джазовые исполнители с большим успехом гастролировали по странам Европы после Первой мировой войны и стали ассоциироваться именно с американской культурой. Именно поэтому джаз был выбран в качестве главного элемента музыкальной программы. «Музыка США» и в особенности джаз быстро стали главной ассоциацией с «Голосом Америки». Джаз быстро приобрёл популярность среди «золотой молодёжи» как Советского Союза, так и стран Восточной Европы. Молодёжь не только слушала музыку, но и перенимала идеи, образ мысли в неё заложенные. У. Конновер так описывал воздействие этой музыки на человека: «Джаз – это музыкальная параллель американской политической и социальной системы. Мы выработали законы и границы, которые мы согласились выполнять и придерживаться, но мы свободны делать то, что мы хотим в этих установленных пределах. То же самое в джазе – музыканты соглашаются придерживаться ключевых вещей – мелодии, темпа и длительности. Внутри этих ограничений музыканты свободны играть все, что они хотят. Так и у тех людей в других странах, которые слышат это качество в джазе, он стимулирует стремление к такой же свободе в их собственной жизни». Доказательством этому может послужить появление в Москве и других крупных городах СССР «стиляг» – молодых людей, обычно из числа «золотой молодежи», которые не только слушают «Музыку США» по «Голосу Америки» и музыкальные передачи Би-Би-Си из Лондона, но и перенимают стиль одежды и образ жизни,

¹Крашенинникова В.Ю. Россия – Америка: холодная война культур. Как американские ценности преломляют видение России. М.: Европа. 2007. С. 84.

который пропагандировался на этих радиостанциях. Конечно, прослушивание «Музыки США» на радиостанции «Голос Америки» не является главной причиной появления «стиляг», но это определённо имело своё влияние.

В 1954 году радиостанция «Голос Америки» резко расширила свои возможности вещания за «железный занавес» благодаря закончившемуся в этом году техническому оснащению. ЮСИА смогло запустить передающий центр и отделение радиостанции в Мюнхене, что позволило покрывать всю территорию Восточной Европы и достигать Москвы и Ленинграда¹.

Несмотря на большую популярность джаза, а позднее и рок-н-ролла среди целевой аудитории «Голоса Америки», далеко не все политики понимали и принимали необходимость использовать именно эти жанры для культурной дипломатии. Старое видение культуры прочно засело в сознании многих консерваторов. При разговорах о культуре им в первую очередь представлялось классическое искусство, в котором лидировали Европы и Советский Союз – опера, балет, симфоническая музыка. США на их фоне определённо проигрывали, часто их считали «культурной пустыней». Однако постепенно руководству ЮСИА с помощью результатов зарубежных миссий удалось изменить точку зрения правительства. Огромный отклик, пришедший на распространение джаза среди молодёжи, доказывал, что именно это является американской культурой и поводом для гордости. После триумфального турне Л. Армстронга в 1955 году стокгольмский обозреватель «Нью-Йорк Таймс» писал, что «совершенно не понятно, почему американское правительство тратит громадные деньги на пропаганду, лучше бы оно спонсировало поездку в Европу побольше джазовых коллективов».

Джаз, ставший символом американской культуры, быстро набирал популярность среди европейской аудитории. Всё чаще стали устраивать гастроли джазовых коллективов по странам Европы. Одним из наиболее известных представителей джазовой музыки является Луи Армстронг. В 1948

¹Крашенинникова В.Ю. Россия – Америка: холодная война культур. Как американские ценности преломляют видение России. М.: Европа. 2007. С. 74.

году он со своим джазовым ансамблем отправился во Францию на Первый фестиваль джаза, где получил официальный подарок от представителя президента Французской Республики¹. Это означало большой шаг в установлении культурных связей между Францией и США².

Распространение джаза среди европейской общественности открыло большие двери перед правительством США. Перед Вашингтоном стояла задача правильного использования музыки в качестве элемента «мягкой силы» в своей внешней политике. Популярность джаза и ассоциация его с культурой Америки давала стране возможность решить не только задачу культурной экспансии американских ценностей в Европу, а позже и в мир, но и улучшить образ США в вопросе расовой дискриминации. Этот вопрос стоял достаточно остро в противостоянии между США и СССР. В то время как США обвиняли СССР в нарушении прав человека, Советский Союз делал ответное заявление и выдвигал обвинения в расовой дискриминации темнокожего населения Штатов. Как известно, джазовая музыка – музыка темнокожего населения, является часть негритянской культуры. Распространение именно этого музыкального жанра создавало новые возможности для афроамериканцев и способствовало решению вопроса расовой дискриминации. Американские политики использовали джаз в качестве доказательства работающих принципов американской демократии. Расовое равенство и интеграция культур разных народов подавались как преимущество жизни в Америке. Использование джаза в качестве инструмента внешней политики имело большое влияние не только за пределами страны, но и внутри неё, так как помогало преодолеть расовую дискриминацию в обществе.

¹ Панасье Юг. История подлинного джаза с 1890 по 1960 гг.: Пер. с фр. Юг Панасье: С прибавлением очерка Л. Переверзева о джазе с 1960 по 1990 и 18 портретов лучших музыкантов Европы и Америки. С.: Ставропольское книжное издательство, 1991. С. 61.

²Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. Томск: Изд-во ТГУ, 2014. С. 54.

Появился даже специальный термин – «Джазовая дипломатия», который описывал то, как американские политики ловко использовали джаз для достижения различных целей. Начало такой деятельности приходится на 1950-е годы. В 1955 году президент Д. Эйзенхауэр пригласил джазового музыканта Диззи Гиллеспи и предложил ему устроить гастроли в рамках государственной программы по продвижению американской культуры¹. Созданный в 1954 г. Специальный президентский фонд стал источником финансирования многих культурных гастролей. Деятельность фонда контролировало ЦРУ. Другим известным представителем джазовой музыки, гастролировавшим по многим странам и представлявшим культуру Америки, был Бенни Гудмен. Свой первый тур он начал в 1956 году при поддержке Государственного департамента США. Музыкант с ансамблем проводили гастроли не только в странах Европы, но и в странах Азии (например, Японии, Сингапуре, Таиланде и др.). В начале 1960-х годов Гудмену даже удалось выступить в СССР и стать первым представителем американского Джаза в Советском Союзе². Другим популярным элементом во внешней культурной политике стал кинематограф. Достигшие большого прогресса США имели явное преимущество перед странами социалистического блока. На протяжении 1950-х годов Голливуд был в очень выгодном положении и экспортировал много своих постановок по всему миру. Как уже упоминалось ранее, использование легко узнаваемых образов и цветовых палитр сделало экспорт американских фильмов привлекательным для иностранной аудитории. Сюжеты фильмов также вращались вокруг тем, которые важны для американской и зарубежной аудитории, таких как семья и доверие, что сделало пропагандистское сообщение, присутствующее в этих фильмах, тайным.

¹ Юдина А. М. «Джазовая дипломатия» США в 1950-1960-е гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны // Вестник РГГУ. Сер. Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2014. № 18. С. 101.

² Журавлева Н. Н. Коммуникативные стратегии в сфере культурной дипломатии: современные дискуссии // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 2. С. 160.

Создание образа «идеальной жизни» американского гражданина было одной из принципиально важных задач Голливуда при создании фильмов, показ которых должен был состояться за рубежом. Этот образ хорошо запоминался и надолго оставался в сознании общественности. Картинка идеальной жизни в Америке создавала уверенное представление о том, как живут граждане США. Особо сильное влияние голливудские фильмы оказывали на те страны, уровень жизни которых существенно отставал от Соединённых Штатов. Правительство США использовало частно-государственное партнёрство как форму сотрудничества правительства с частным сектором. Такое сотрудничество лежало в основе культурной дипломатии США. Оно помогало избегать обвинений в прямой пропаганде, ведь ценности и идеи транслировали носители культуры и представители общественных групп, а не официальные лица. Этот принцип помогал Вашингтону активно распространять американские ценности по всему миру и создавать положительный образ. Использование музыки, в особенности её джазового направления, позволило Соединённым Штатам Америки выйти на принципиально новый уровень культурной дипломатии. Активное распространение американских ценностей и образа жизни через музыку оказало большое влияние на представление мирового сообщества об Америке. Удивительным фактом стало то, что в странах Восточной Европы и в самом Советском Союзе нашлось большое количество поклонников американской музыки, что, несомненно, сыграло свою роль.

В заключении к данному главе отметим, что использование правительством США элементов культуры привело к созданию образов, чётко закрепившихся в сознании, как американской, так и мировой общественности, чему способствовал американский кинематограф и культурная «джазовая» дипломатия. Благодаря данным инструментам американцам удалось достичь многих успехов во борьбе с Советским союзом и коммунистической идеологией.

Во-первых, во внутренней политике США стала преобладать антикоммунистическая пропаганда, которая создала образ коммуниста – врага американского народа. Создание такого образа и манипулирование культурными инструментами привели к массовой истерии среди населения, увеличению популярности жанров антикоммунистической направленности и установлению в американском обществе определённых стереотипов о гражданах социалистических стран. Культура, в особенности кинематограф и литература, оказались под большим воздействием антикоммунистических настроений, следствием чего стало массовое производство фильмов, телесериалов и книг о борьбе демократии в лице США с коммунизмом.

Во-вторых, образ, созданный правительством Америки за рубежом, является достаточно успешным и жив до сих пор. Представления об американском обществе как о лучшем обществе мира достаточно прочно закрепились в сознании мировой общественности. Уровень жизни (не только с технологической точки зрения, но и с точки зрения демократии) американских граждан представлялся идеальной мечтой для жителей многих стран. Культура, с помощью которой правительство США продвигало свои ценности, обрела мировую популярность. На сегодняшний день чётко видны последствия действий, предпринятых Вашингтоном в середине прошлого столетия – США по-прежнему крупнейший экспортёр культуры в мир.

В-третьих, многие исследователи отмечают, что грамотная культурная внешняя политика США помогла ей победить в холодной войне и разрушить сложившийся социалистический строй в стране противника.

Так, влияние образов популярной культуры на антикоммунистическую пропаганду в США сыграло большую роль в победе американцев в Холодной войне, а роль идеологических образов популярной культуры США в культурной дипломатии США в 50-60-е гг. помогла американцам создать более положительный и привлекательный имидж для США по сравнению с имиджем СССР, который в значительной степени был демонизирован американцами.

Глава III. Возможность использования материалов ВКР в школьном курсе истории

3.1 Нормативно-правовые акты, регламентирующие преподавание истории в школе

Первый и наиболее важный нормативно-правовой акт, которые регулирует процесс образования – это Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ в редакции от 17 февраля 2023 г. «Об образовании в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями вступившими в силу с 28 февраля 2023 г.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»: «единство образовательного пространства на территории Российской Федерации, защита и развитие этнокультурных особенностей и традиций народов Российской Федерации в условиях многонационального государства».

По нашему мнению, изучение истории Холодной войны является актуальным в связи с тем, что данный исторический период сыграл большую роль в жизни многонационального народа Российской Федерации. Все народа проживающие на территории Российской Федерации стали участниками глобального исторического противостояния между социалистическим и западным блоками. Общность истории и борьба с единым геополитическим оппонентом в лице США является важным элементов современной российской идентичности, особенно в свете международных политических событий последний лет. Таким образом, изучение Холодной войны является важным элементов культурной, политической и гражданской интеграции многонационального российского народа в единое целое и соответствует основным принципам государственной политики и правового регулирования отношений в сфере образования.

Другой важный нормативный документ, который используется в сфере образования – это Федеральный государственный образовательный стандарт (далее – ФГОС)¹.

ФГОС – это совокупность обязательных требований к образованию определенного уровня и (или) к профессии, специальности и направлению подготовки, утвержденных федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования. К образовательным стандартам, принятым до 2009 года, применялось название «Государственные образовательные стандарты». До 2000 года, до принятия государственных стандартов по каждой ступени общего образования и специальности (направления подготовки) профессионального образования, в рамках общего государственного образовательного стандарта применялись государственные требования к минимуму содержания уровню подготовки выпускника по каждой ступени образования и специальности.

В соответствии со ФГОС личностные результаты преподавания истории России в 10 классе должны включать «российскую гражданскую идентичность, патриотизм, уважение к своему народу, чувства ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, прошлое и настоящее многонационального народа России, уважение государственных символов». Также, согласно ФГОС, преподавание истории России в 10 классе должны включать: «сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире». Так, изучение истории Холодной войны должно сформировать у детей

¹ Приказ Министерство образования и науки российской федерации приказ от 17 декабря 2010 г. № 1897 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55070507/> (Дата обращения: 20.07.2023)

целостное представление о политике и месте России в системе международных политических отношений с другими странами. Также изучение истории глобального геополитического противостояния между США и СССР должно сформулировать такое важное качество, как патриотизм.

Следующим важным нормативно-правовым актом, регламентирующим процесс преподавания истории в средней школе, является историко-культурный стандарт (далее – ИКС)¹.

ИКС включает в себя принципиальные оценки ключевых событий прошлого, основные подходы к преподаванию отечественной истории в современной школе с перечнем обязательных для изучения тем, понятий и терминов, событий и персоналий и сопровождается перечнем «трудных вопросов истории», которые вызывают острые дискуссии в обществе и для многих учителей – объективные сложности в преподавании.

ИКС подразумевает изучение таких важных, фундаментальных исторических категорий, как: «План Маршалла». «Доктрина Трумэна». «Холодная война». Страны «народной демократии». Организация объединенных наций (ООН). Коминформбюро. Организация Североатлантического договора (НАТО). Совет 42 экономической взаимопомощи (СЭВ). Гонка вооружений. Перечисленные в ИКС понятия и термины могут быть рассмотрены в ходе проведения урока на тему «причины и первый этап Холодной войны в 1945-1953 гг.».

Другим немаловажным документом, регламентирующим процесс преподавания истории в средней школе, является Примерная рабочая программа основного общего образования по истории для 10-11 классов общеобразовательных организаций (далее – программа)².

¹ Историко-культурный стандарт. Рабочая группа по подготовке концепции нового учебно-методического комплекса по отечественной истории. 2022. С. 83.

² Примерная рабочая программа основного общего образования по истории для 5-9 классов общеобразовательных организаций. Москва. 2022. С. 79.

В соответствии с данной программой в 10 классе должны быть рассмотрены такие вопросы, как: «Рост влияния СССР на международной арене. Начало холодной войны. Формирование биполярного мира. Советизация Восточной и Центральной Европы. Создание военно-политических блоков и реализация программ экономической поддержки». В соответствии с Примерной рабочей программой на изучение данных вопросов может быть выделен 1 час. В ходе изучения данных вопросов могут быть реализованы следующие основные виды деятельности обучающихся: «Раскрывать сущность идеологических доктрин Запада (Доктрина Трумэна, План Маршалла), характеризовать их роль в международных отношениях послевоенного времени. Раскрывать значение понятий и терминов: железный занавес; гонка вооружений, холодная война; ООН; страны народной демократии.

Характеризовать причины и последствия создания военно-политических блоков НАТО и Организации Варшавского договора. Рассказывать, используя карту, о странах народной демократии в Восточной и Центральной Европе».

В качестве учебника, который соответствуют требованиям ФГОС и может быть использован на уроке истории мы рассмотрим учебник А.В. Торкунова, А.А. Данилова, М.М. Горинова: История России. 10 класс.

Учебник. Базовый и углубленный уровни. В 3-х частях. В частности, нам интересуют 2 часть данного учебника. Учебник освещает ключевые вопросы истории России с 1914 г. до начала XXI в. Он разработан в соответствии с требованиями Историко-культурного стандарта и Федерального государственного образовательного стандарта. С учётом современного уровня исторической науки в учебнике на фоне мировой истории показано историческое развитие России, её роль в мире. Значительное место уделено вопросам истории духовной жизни общества, культуры и повседневности. Главным результатом изучения курса должно стать формирование у учащихся российской гражданской идентичности и патриотизма. Учебник соответствует Концепции преподавания учебного курса «История России» в

образовательных организациях Российской Федерации, реализующих основные общеобразовательные программы. Данный учебник, выходящий в трёх частях, завершает линию учебников по отечественной истории. Допущено Министерством просвещения Российской Федерации.

3.2 Урок на тему: «Отражение образов Холодной войны в американской культуре в 1950-1960-е гг.»

Цель: сформировать как отображались образы Холодной войны в американской культуре в 1950-1960-е гг.?

Планируемые результаты:

1. Личностные – формирование российской гражданской идентичности; готовность и способность обучающихся к саморазвитию и самообразованию на основе мотивации к обучению и познанию; готовность и способность осознанному выбору и построению дальнейшей индивидуальной траектории образования на базе ориентировки в мире профессий и профессиональных предпочтений, с учетом устойчивых познавательных интересов.

2. Предметные – знание некоторых исторических источников по истории Первой мировой войны и умение работать с ними, умение определять тип исторического источника, понимать и интерпретировать содержащуюся в них информацию; представление причинно-следственных связей основных событий и процессов начала XX века; способность применять понятийный аппарат исторического знания и приемы исторического анализа для раскрытия сущности и значения событий и явлений прошлого и современности.

3. Метапредметные – умение самостоятельно планировать пути достижения целей, в том числе альтернативные, осознанно выбирать наиболее эффективные способы решения учебных и познавательных задач; умение соотносить свои действия с планируемыми результатами, осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, определять способы действий в рамках предложенных условий и требований,

корректировать свои действия в соответствии с изменяющейся ситуацией; умение определять понятия, создавать обобщения, устанавливать аналогии, классифицировать, самостоятельно выбирать основания и критерии для классификации, устанавливать причинно-следственные связи, строить логическое рассуждение, умозаключение (индуктивное, дедуктивное, по аналогии) и делать выводы; умение организовывать учебное сотрудничество и совместную деятельность, работать индивидуально и в группе.

Задание на урок: каким было отражение образов Холодной войны в американской культуре в 1950-1960-е гг.

Таблица 1 – Задание на урок

Источники	Приемы и технологии	Формирование умений и компетенций
<p>Устные источники</p> <ul style="list-style-type: none"> – слово учителя (объяснение, рассказ) – выступление ученика 	<p>Проблемное обучение (частично-поисковый демонстрационный метод)</p> <p>Технология развития критического мышления («интеллектуальная разминка»).</p> <p>Диалоговые технологии</p>	<ul style="list-style-type: none"> – участвовать в обсуждении вопроса – раскрывать значение понятий – дискутировать – высказывать аргументированные суждения – объяснять – формулировать вопросы и задавать товарищам – оценивать – составлять рассказ – делать выводы

	обучения (дискуссия)	
<p>Источники:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Тексты песен – фрагменты литературного произведения – Пропагандистские плакаты – Рецензия к фильму. 	<p>Групповые технологии.</p> <p>Технология развивающего обучения (частично-поисковый лабораторный метод).</p>	<ul style="list-style-type: none"> – выделять главное – систематизировать информацию – сравнивать, сопоставлять – характеризовать – обобщать – защищать проекты (самостоятельно подготовленные доклады, рефераты) – исследовать – составлять план устного выступления

Таблица 2 – Ход урока

Этапы урока	Описание работы
Организационный момент	Учитель приветствует класс и просит поделиться ребят на 4 группы, в каждой команде выбрать капитана
Переход к новому материалу (подготовка учащихся к	Учитель выводит на экран карикатуру «Молотов и советский медведь за столом переговоров» и задает проблемный вопрос: «Каким событиям посвящен

<p>восприятию нового)</p>	<p>данный пропагандистский плакат? Как представлен образ СССР?» (Приложение 1).</p> <p>В ходе беседы с учителем обучающиеся формулируют тему урока, после чего учитель рассказывает о предстоящей работе: обучающиеся вместе с учителем вспоминают, что такое исторические источники, какие виды исторических источников существуют. Обучающиеся вместе с учителем формулируют проблемное задание на урок – какие образы Холодной войны создавались в американской культуре 50-60 гг.?</p>
<p>Освоение нового материала</p>	<p>Учитель раздает каждой группе источники и задание к ним:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какой исторический источник находится перед вами? 2. Определите жанр искусства, к которому принадлежит исторический источник? 3. Каким было отношение американцев к Холодной войне? Как это отражено в источнике? <p>Также все обучающиеся получают бланки с таблицей «Образы Холодной войны», которую они будут заполнять по ходу выступлений. Обучающиеся начинают работу с источниками, учитель консультирует группы.</p> <p>1 группа анализирует тексты американских песен и описывает их отношение к Холодной войне (Приложение 2).</p> <p>2 группа читает фрагмент из американского литературного произведения и анализирует, как в нем представлен образ Холодной войны (Приложение 5).</p>

	<p>3 группа анализирует американские пропагандистские плакаты и как в них представлен образ Холодной войны (Приложение 3, 4).</p> <p>4 группа читает рецензию к американскому фильму и анализирует как в нем представлен образ Холодной войны (Приложение 6).</p>
Закрепление изученного материала	Обучающиеся заканчивают заполнение таблицы по итогам выступлений групп и формулируют общий вывод об отражении образов «холодной войны» в американской культуре в 1950-1960-е гг.
Подведение итогов работы класса, рефлексия	Совместное обсуждение учителя с обучающимися, какие виды работы и вопросы оказались сложными, что понравилось в уроке, выставляются оценки за работу в классе.

3.3 Урок на тему: «Отражение образов Холодной войны в советской культуре в 1950-1960-е гг.»

Цель: сформировать как отображались образы Холодной войны в советской культуре в 1950-1960-е гг.?

Планируемые результаты:

1. Личностные – формирование российской гражданской идентичности; готовность и способность обучающихся к саморазвитию и самообразованию на основе мотивации к обучению и познанию; готовность и способность осознанному выбору и построению дальнейшей индивидуальной траектории образования на базе ориентировки в мире профессий и профессиональных предпочтений, с учетом устойчивых познавательных интересов.

2. Предметные – знание некоторых исторических источников по истории Первой мировой войны и умение работать с ними, умение определять тип исторического источника, понимать и интерпретировать содержащуюся в

них информацию; представление причинно-следственных связей основных событий и процессов начала XX века; способность применять понятийный аппарат исторического знания и приемы исторического анализа для раскрытия сущности и значения событий и явлений прошлого и современности.

3. **Метапредметные** – умение самостоятельно планировать пути достижения целей, в том числе альтернативные, осознанно выбирать наиболее эффективные способы решения учебных и познавательных задач; умение соотносить свои действия с планируемыми результатами, осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата, определять способы действий в рамках предложенных условий и требований, корректировать свои действия в соответствии с изменяющейся ситуацией; умение определять понятия, создавать обобщения, устанавливать аналогии, классифицировать, самостоятельно выбирать основания и критерии для классификации, устанавливать причинно-следственные связи, строить логическое рассуждение, умозаключение (индуктивное, дедуктивное, по аналогии) и делать выводы; умение организовывать учебное сотрудничество и совместную деятельность, работать индивидуально и в группе.

Задание на урок: каким было отражение образов Холодной войны в советской культуре в 1950-1960-е гг.

Таблица 3 – Задание на урок

Источники	Приемы и технологии	Формирование умений и компетенций
Устные источники – слово учителя (объяснение, рассказ) – выступление ученика	Проблемное обучение (частично-поисковый демонстрационный метод)	– участвовать в обсуждении вопроса – раскрывать значение понятий – дискутировать

	<p>Технология развития критического мышления («интеллектуальная разминка»).</p> <p>Диалоговые технологии обучения (дискуссия)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – высказывать аргументированные суждения – объяснять – формулировать вопросы и задавать товарищам – оценивать – составлять рассказ – делать выводы
<p>Источники:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Тексты песен – фрагменты литературного произведения – Пропагандистские плакаты – Рецензия к фильму. 	<p>Групповые технологии.</p> <p>Технология развивающего обучения (частично-поисковый лабораторный метод).</p>	<ul style="list-style-type: none"> – выделять главное – систематизировать информацию – сравнивать, сопоставлять – характеризовать – обобщать – защищать проекты (самостоятельно подготовленные доклады, рефераты) – исследовать – составлять план устного выступления

Таблица 4 – Ход урока

Этапы урока	Описание работы
Организационный момент	Учитель приветствует класс и просит поделиться ребят на 4 группы, в каждой команде выбрать капитана
Переход к новому материалу (подготовка учащихся к восприятию нового)	<p>Учитель выводит на экран карикатуру «Советский образ жизни». Каким событиям посвящен данный пропагандистский плакат? Как представлен образ СССР» (Приложение 8).</p> <p>В ходе беседы с учителем обучающиеся формулируют тему урока, после чего учитель рассказывает о предстоящей работе: обучающиеся вместе с учителем вспоминают, что такое исторические источники, какие виды исторических источников существуют. Обучающиеся вместе с учителем формулируют проблемное задание на урок – какие образы Холодной войны создавались в советской культуре 50-60 гг.?</p>
Освоение нового материала	<p>Учитель раздает каждой группе источники и задание к ним:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Какой исторический источник находится перед вами? 5. Определите жанр искусства, к которому принадлежит исторический источник? 6. Каким было отношение советских людей к Холодной войне? Как это отражено в источнике? <p>Также все обучающиеся получают бланки с таблицей «Образы Холодной войны», которую они будут</p>

	<p>заполнять по ходу выступлений. Обучающиеся начинают работу с источниками, учитель консультирует группы.</p> <p>1 группа анализирует тексты советских песен и описывает их отношение к Холодной войне (Приложение 11).</p> <p>2 группа читает фрагмент из советского литературного произведения и анализирует, как в нем представлен образ Холодной войны (Приложение 12).</p> <p>3 группа анализирует советские пропагандистские плакаты и как в них представлен образ Холодной войны (Приложение 8, 9, 10).</p> <p>4 группа читает рецензию к советскому фильму и анализирует как в нем представлен образ Холодной войны (Приложение 13).</p>
<p>Закрепление изученного материала</p>	<p>Обучающиеся заканчивают заполнение таблицы по итогам выступлений групп и формулируют общий вывод об отражении образов «холодной войны» в советской культуре в 1950-1960-е гг (Приложение 14)</p>
<p>Подведение итогов работы класса, рефлексия</p>	<p>Совместное обсуждение учителя с обучающимися, какие виды работы и вопросы оказались сложными, что понравилось в уроке, выставляются оценки за работу в классе.</p>

Заключение

После второй мировой войны США и СССР оказались в состоянии Холодной войны в борьбе за мировое лидерство. Ядерное оружие, ставшее фактором сдерживания, сделало «битву наций», имевшую место быть в предыдущую историческую невозможной. Появилась необходимость в применении новых видов борьбы которые стали бы более тонкими и воздействовали на духовную сферу человеческой жизни. Американцы стали усиленно работать над тем, что впоследствии получило название Мягкая сила. Главным оружием Мягкой силы в 50-60 гг. стала культурная дипломатия, джазовая музыка и киноискусство. Стоит отметить, что американская культура стала не просто народным творчеством, но превратилось в настоящую и высокоорганизованную индустрию по производству и экспорту духовных ценностей американского общества. Американская мечта и американский образ жизни стали поражать сознание не только рядовых американцев, но и сознание значительной части мирового народонаселения, что сделало американскую капиталистическую модель более привлекательной в глазах простых обывателей.

Использование правительством США элементов культуры привело к созданию образов, чётко закрепившихся в сознании, как американской, так и мировой общественности.

Во-первых, во внутренней политике США преобладала антикоммунистическая пропаганда, которая создала образ коммуниста – врага американского народа. Создание такого образа и манипулирование культурными инструментами привели к массовой истерии среди населения, увеличению популярности жанров антикоммунистической направленности и установлению в американском обществе определённых стереотипов о гражданах социалистических стран. Культура, в особенности кинематограф и литература, оказались под большим воздействием антикоммунистических

настроений, следствием чего стало массовое производство фильмов, телесериалов и книг о борьбе демократии в лице США с коммунизмом.

Во-вторых, образ, созданный правительством Америки за рубежом, является достаточно успешным и жив до сих пор. Представления об американском обществе как о лучшем обществе мира достаточно прочно закрепились в сознании мировой общественности. Уровень жизни (не только с технологической точки зрения, но и с точки зрения демократии) американских граждан представлялся идеальной мечтой для жителей многих стран. Культура, с помощью которой правительство США продвигало свои ценности, обрела мировую популярность. На сегодняшний день чётко видны последствия действий, предпринятых Вашингтоном в середине прошлого столетия – США по-прежнему крупнейший экспортёр культуры в мир.

В-третьих, многие исследователи отмечают, что грамотная культурная внешняя политика США помогла ей победить в холодной войне и разрушить сложившийся социалистический строй в стране противника.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что возникновение американской культурной дипломатии было оправданным, несмотря на сопротивление со стороны многих американских политиков. Результатом, к которому привела американская культурная дипломатия зародившаяся в 1940-х и давшая наибольший результат в 1950-1960-х годах, стало не только достижение поставленных целей, что уже является доказательством её эффективности, но и пошла на пользу стране в более долгосрочной перспективе.

Ввозящаяся к методическому аспекту данной темы отметим, что, по нашему мнению, изучение истории Холодной войны является актуальным в связи с тем, что данный исторический период сыграл большую роль в жизни многонационального народа Российской Федерации. Все народы, проживающие на территории Российской Федерации стали участниками глобального исторического противостояния между социалистическим и западным блоками. Общность истории и борьба с единым геополитическим

оппонентом в лице США является важным элементов современной российской идентичности, особенно в свете международных политических событий последний лет. Таким образом, изучение Холодной войны является важным элементов культурной, политической и гражданской интеграции многонационального российского народа в единое целое и соответствует основным принципам государственной политики и правового регулирования отношений в сфере образования. Изучение образов Холодной войны в американской культуре 1950-1960-х годов помогает понять, как американское общество воспринимало Холодную войну, а также какие настроения царили в американском общественном рассматриваемого периода.

По нашему мнению, изучение такой сложной и важной темы, как образы Холодной войны в американской культуре 1950-1960-х гг. должно происходить в форме двух уроков практических работы. В связи с тем, что учебный план старшей школы не предполагает дополнительных часов для изучения такой актуальной и важной темы, мы предлагаем провести два урока посвященных образам холодной войны в культуре США и СССР в рамках кружка по истории, что позволит освоить данный материал без ущерба для учебного плана. В ходе двух практических уроков по истории, посвященных данной теме детям будет дана возможность изучить отражение образов Холодной войны в советской культуре в 1950-1960-е гг. на примере советской музыки, кинематографа и литературы. В конце второго урока дети смогут обобщить все полученные знания и сравнить образы Холодной войны в американской и советской культуре, что поможет им установить духовную атмосферу, царившую в США и СССР.

Таким образом, цели и задачи, поставленные в начале данной работы, считаю достигнутыми.

Список литературы и использованных источников

Источники

1. «Daisy» Ad (1964): Preserved from 35mm in the Tony Schwartz Collection: [Электронный ресурс]: Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=riDypP1KfOU> (дата обращения: 4.04.2020).
2. Cull N. J. The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945-1989. Cambridge: CambridgeUniversityPress, 2008. –P.102.
3. Cummings M.C. Jr. Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. Washington DC: Center for Arts and Culture, 2003. –С. 4.
4. Nancy E. Bernhard U.S. Television News and Cold War Propaganda, 1947-1960. – Cambridge Studies in the History of Mass Communication, 2003. – P. 36-54.
5. Russell E. Shain, Hollywood’s Cold War // Journalism. University of Colorado – Boulder Published online, 14 Apr 2013. –P. 340.
6. Tony Shaw, Denise J. Younglood, Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Hearts and Minds. – 2010. – P. 20-21
7. Executive Order 10477: [Электронный ресурс]: National Archives. URL: <https://www.archives.gov/federal-register/codification/executive-order/10477.html> (дата обращения: 22.05.20).
8. Fulbright Program Policies: [Электронный ресурс]: Bureau of Educational and Cultural Affairs. URL: <https://eca.state.gov/fulbright/about-fulbright/j-william-fulbright-foreign-scholarship-boardffsb/ffsb-policies> (дата обращения: 12.05.20).
9. Историко-культурный стандарт. Рабочая группа по подготовке концепции нового учебно-методического комплекса по отечественной истории. – 2022. – 83 с.
10. Приказ Министерство образования и науки российской федерации приказ

от 17 декабря 2010 г. № 1897 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования».

11. Примерная рабочая программа основного общего образования по истории для 5-9 классов общеобразовательных организаций. – Москва. 2022. – 79 с.

Литература

12. Василенко Е. В. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства / Е. В. Василенко // Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы. – 2015. – №1 (5). – С. 77.
13. Журавлева Н. Н. Коммуникативные стратегии в сфере культурной дипломатии: современные дискуссии / Н. Н. Журавлева // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 2. – С. 160-166.
14. Козлов А. Козел на саксе / А. Козлов. – Москва: Вагриус, 1998. – 443 с. – ISBN 5-7027-0765-6.
15. Крашенинникова В.Ю. Россия – Америка: холодная война культур. Как американские ценности преломляют видение России / В.Ю. Крашенинникова. – Москва: Европа, 2007. – 388 с. – ISBN 978-5-9739-0122-6
16. Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно психологической борьбы со странами социалистического лагеря / С. Н. Мирошников // Вестник Томского государственного университета. История. – 2014. – № 3(29). – Томск: Изд-во ТГУ, 2014. – С.54-59.
17. Мирошников С. Н. Пропаганда или объективная информация: радиостанция «Голос Америки» в информационной войне администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953-1955 годах / С. Н. Мирошников // Вестник КемГУ. 2014. – №3 (59). – С. 293-298.

- 18.Мирошников С. Н. Становление механизма информационно-психологической войны и «культурной дипломатии» в США в 1946- 1956 гг. / С. Н. Мирошников // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2015. – №5 (38). – С.186-194.
- 19.Панасье Ю. Г. История подлинного джаза с 1890 по 1960 гг. / Ю. Г. Панасье // Ставрополь: Ставропольское книжное издательство. – 1991. – С. 61-79
- 20.Печатнов В. О., Манькин А. С. История внешней политики США / В. О. Печатнов, А. С. Манькин // Москва. – 2012. – № 41. – С. 322-323.
- 21.Попов В. И. Современная дипломатия: Теория и практика. Курс лекций, читанных в 1991 / В. И. Попов. – Москва: Наука, 2000. – 573 с. – ISBN 5-7133-1158-9
- 22.Севостьянов Г. Н. История США, т. 4. 1945-1980 гг. / Г. Н. Севостьянов – Москва: Наука, 1987. – 744 с.
- 23.Туганова О. Э. Современная культура США / О. Э. Туганова. – Москва: Наука, 1989. – 425 с. – ISBN 5-02-012681-0
- 24.Филимонов Г. Ю. К вопросу об истории внешней культурной политики США / Г. Ю. Филимонов // Вестник РУДН. Международные отношения. – 2011 – № 4. – С. 89-98.
- 25.Цветкова Н. А. Публичная дипломатия США: Теории и концепции / Н. А. Цветкова // Тамбов: Грамота, 2015. – № 4. – Ч. I. – С. 186-189.
- 26.Цыганков П. А. Теория международных отношений. Хрестоматия / Сост., науч. ред. и коммент. П. А. Цыганкова. – Москва: Гардарики, 2002. – 590 с. – ISBN 5-8297-0106-5
- 27.Шейдина И. Л. Невоенные факторы силы во внешней политике США / И. Л. Шейдина. – Москва: Наука, 1984. – 351 с. – ISBN
- 28.Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – М.: Мысль, 1980. – 326 с. – ISBN
- 29.Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. Курс лекций / Б. А. Ширяев. – Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. – 442 с. – ISBN 978-5-288-04306-2

30.Юдина А. М. «Джазовая дипломатия» США в 1950-1960-е гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны / А. М. Юдина // Вестник РГГУ. – 2014. – № 18. – С. 95-105.

Приложения

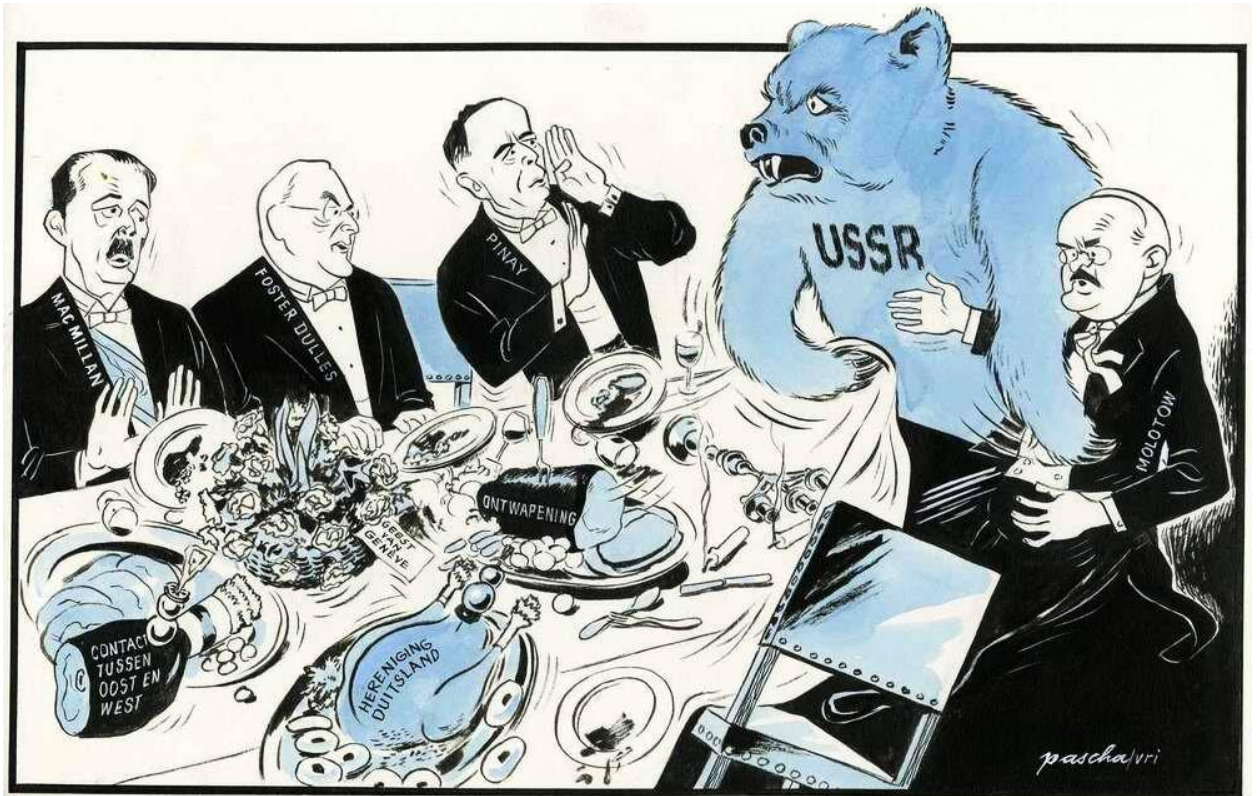


Рисунок 1. Молотов и советский медведь за столом переговоров с министрами иностранных дел США, Великобритании и Франции по поводу подписания Декларации о независимости Австрии, 1955 г.

Песня «Совет Джо», Роя Акаффа, 1951 г.

Сейчас есть коммунистические амбиции, чтобы править или разрушать нас

всех

С атомными боеприпасами они хотели бы, чтобы мы упали

Мирные люди каждой нации стали бы обычными рабами

Мы будем лучше предотвращать эту ситуацию, мы будем заполнять наши

могилы.

Припев: Вы увидите молнию услышать раскат атомных громов

Когда Москва лежит в пепле, Боже, помилуй свою душу

Вот вопрос, господин Сталин, и это вы должны решить

Когда атомные бомбы начинают падать, вам есть где спрятаться?

Дядя Сэм все еще будет жить, когда дым битвы исчезнет.

Он сделает петлю, подходящую вам. Бог закроет дверь Небес.

Вы встретитесь лицом к лицу с сатаной и увидите, что умершие близкие

Поэтому будьте уверены, что когда бомбы начнут падать, у вас есть место,

чтобы спрятаться.

пауза

Вспомните г-на Сталина, как мы оба сражались бок о бок

Когда Гитлер и Муссолини заставляли тебя биться и как ты плакал

Дядя Сэмми пришел, чтобы помочь вам, дал вам силы, мы дали вам все

И теперь твое великое стремление - увидеть падение нашей нации.

пауза

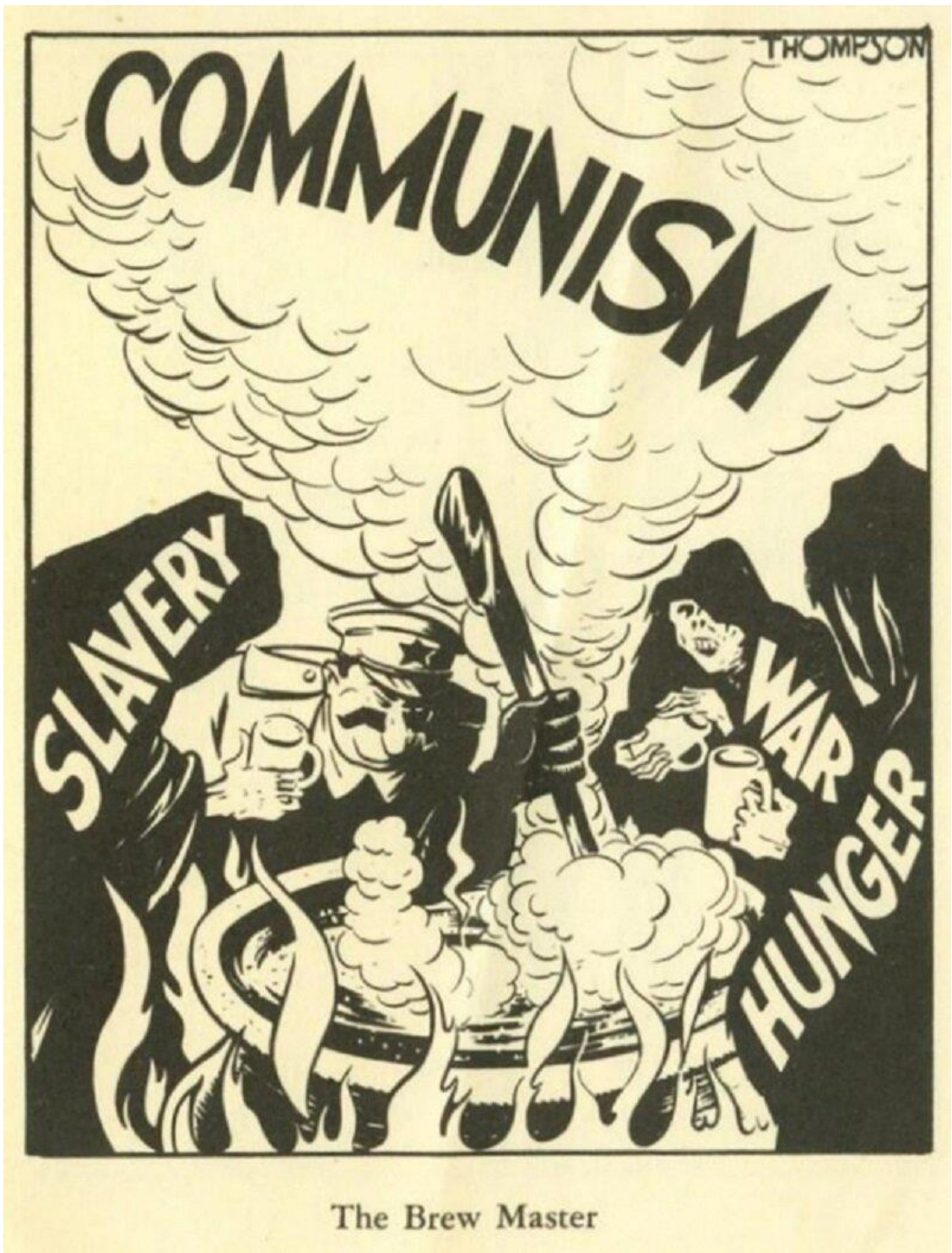


Рисунок 2. Американская карикатура на И.В. Сталина.

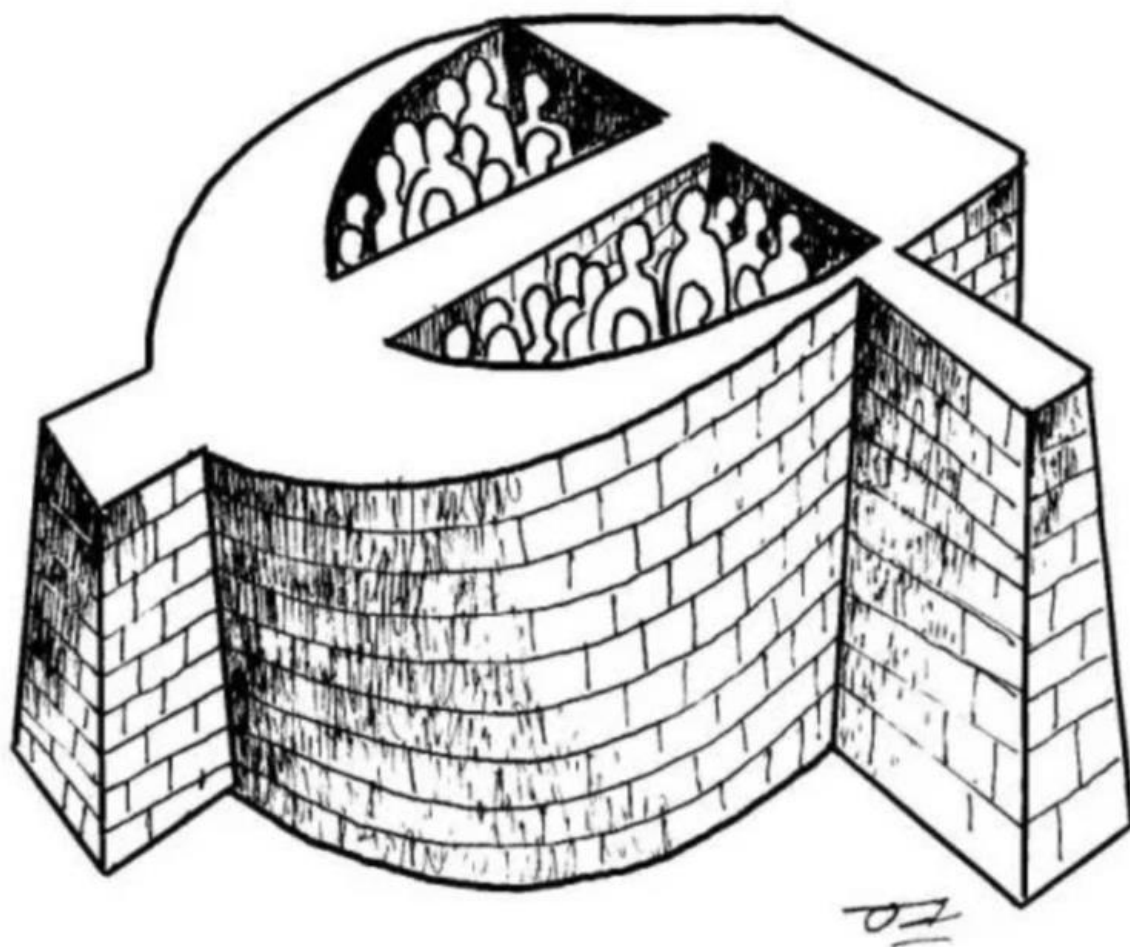


Рисунок 3. Американская карикатура на советский политический строй, показанный в виде «тюрьмы».

Отрывок из романа Роберта Кувера «Публичное сожжение»

Вашему вниманию представлен отрывок из романа Роберта Кувера «Публичное сожжение». Сюжетной основой для произведения Кувера послужила одна из самых трагических страниц в истории «холодной войны» – казнь супружеской четы Розенбергов, которая состоялась 19 июня 1953 года за якобы имевшую место передачу Советскому Союзу секретов создания атомной бомбы. Вам необходимо проанализировать фрагмент из американского литературного произведения и сформулировать ответ на вопрос – как в нем представлен образ Холодной войны?

«... та ужасная спешка, с которой Дядя Сэм собрал своих старейшин, предполагает, что речь пойдет о самом факте его существования. Конечно же, в мире растет напряженность, гонка вооружений с обеих сторон, угроза полного взаимного уничтожения атомным оружием, но есть что-то еще – кажется, что критическим вопросом становится сама казнь на электрическом стуле, что-то внутри этого ритуала, самой этой формы, кажется, что события зашли так далеко, что ситуация обрела собственную логику развития, которую уже невозможно переломить, нация оказалась слишком глубоко вовлеченной в эту церемонию, барьеры рухнули, призраки выпущены на свободу, в мире царят ужас и восторг: если шпионы не умрут, не умрут прямо сейчас, может случиться что-то ужасное, сама судьба мира может сойти с предначертанного ей пути...».



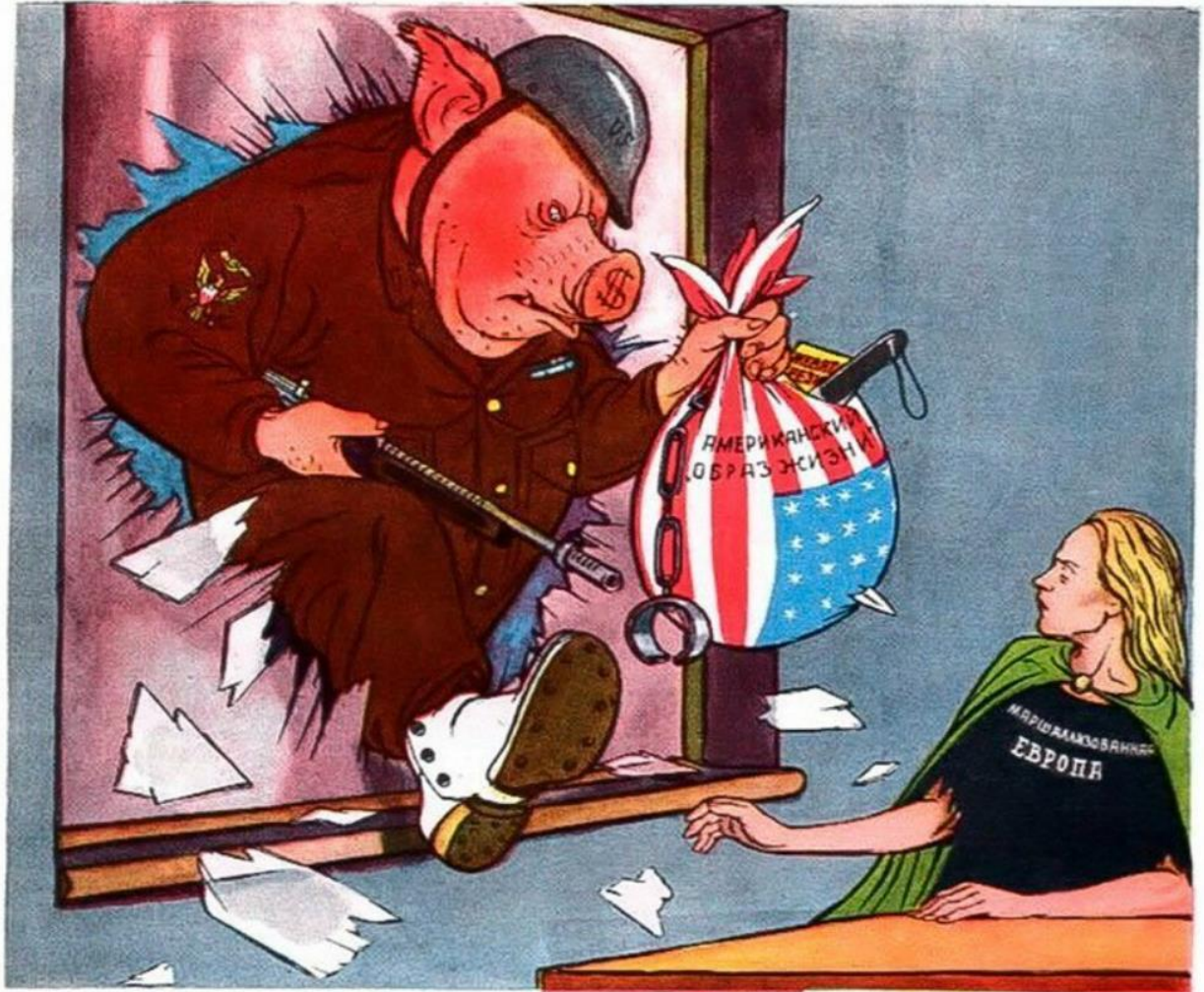
Фотография 1. Кадр из фильма «Доктор Стрейнджлав, или, как я научился не волноваться и полюбил атомную бомбу», 1964 г.

Одержимый мыслью о том, что коммунисты намереваются украсть у американцев их «бесценные телесные соки», генерал Джек Д. Риппер, командир военно-воздушной базы посылает эскадрилью бомбардировщиков с ядерным оружием бомбить СССР. Президент США Маффи пытается спасти положение, он собирает своих советников, включая доблестного генерала Тергидсона и прикованного к инвалидной коляске бывшего нацистского ученого доктора Стрейнджлава.

Таблица 5 – Образы Холодной войны в американской культуре 50-60-х гг.

Источник	Образ холодной войны
Текст песни	
Фрагмент из литературного произведения	
Пропагандистские плакаты	
Рецензия к фильму	

Какой общий вывод вы можете сделать на основе анализа данной таблицы.



«Окно бряжнуло с шумом; стекла, звеня, вылетели вон, и страшная свиная рожа выставилась, поводя очами...»

Рисунок 4. Советская карикатура, высмеивающая план Маршалла и американский образ жизни, 1950 г.



Рисунок 5. Советская карикатура «Дядя Сэм играет на аккордеООНе»

«По сути дела ООН является теперь не столько всемирной организацией, сколько организацией для американцев, действующей на потребу американским агрессорам» (Из беседы тов. Сталина И.В. с корреспондентом «Правды»).

Рис. Л. БРОДАТЫ

Настоящий американский юмор кончился в тот час, когда умер Марк Твен (Из доклада на совещании сатириков и юмористов.)



МАРК ТВЕН (Тому Сойеру и Геку Фину): — Уйдём отсюда, дети! Здесь теперь шутки плохи!..

Рисунок 6. Советская карикатура «Марк Твен тому Сойеру и Геку Фину...», высмеивающая американскую массовую культуру 1950-1960 гг.

Хотят ли русские войны? Евгений Евтушенко, 1961 г.

Хотят ли русские войны?
Спросите вы у тишины
над ширью пашен и полей
и у берез и тополей.
Спросите вы у тех солдат,
что под березами лежат,
и пусть вам скажут их сыны,
хотят ли русские войны.

Не только за свою страну
солдаты гибли в ту войну,
а чтобы люди всей земли
спокойно видеть сны могли.
Под шелест листьев и афиш
ты спишь, Нью-Йорк, ты спишь, Париж.
Пусть вам ответят ваши сны,
хотят ли русские войны.

Да, мы умеем воевать,
но не хотим, чтобы опять
солдаты падали в бою
на землю грустную свою.
Спросите вы у матерей,
спросите у жены моей,
и вы тогда понять должны,
хотят ли русские войны.

Отрывок из романа Валентина Катаева «Святой колодец», 1964 г.

«Я полюбил Америку вашингтонских школьников, мальчиков и девочек, которые в разноцветной тьме дневного сеанса оплакивали разбитую и поруганную любовь белого Ромео и темной Джульетты и, может быть, оплакивали свою незащитную юность. Я понял трагедию великого государства, выбравшего путь Рима, но не путь Афин. Возмездие за преступление предков, которые обратили в рабство целый народ, лишили его родины и оставили своим потомкам ужасное наследство. Освобожденные рабы все равно остались рабами, потому что Америка не стала их родиной. Я понял, что до тех пор, пока в Америке живут рядом черные и белые, не сливаясь и не признавая друг друга и формально считаясь равноправными гражданами этой несметно богатой и жестокой страны, где традиция властвует над законом и где белый полицейский может безнаказанно застрелить черного мальчика и целый народ лишен прав свободного человека, – Соединенные Штаты будут самым несчастным государством в мире, как богач, больной раком. Ему нет спасения. Для него нет лекарства».



Фотография 2. Кадр из советского фильма «Мертвый сезон», 1968 г.

В западномкурортном городке Даргейте под вывеской фармацевтического центра немецкий военный преступник и нацист доктор Хасс заканчивает работу над новым психохимическим оружием массового поражения – газом RH (Эр-Эйч). Возможности газа таковы, что в малых дозах он стимулирует интеллект человека, в больших – превращает его в послушного идиота. Вынужденный работать на одну страну, в фильме не названную, Хасс, однако, намеревается передать свои разработки другой – Западной Германии.

Таблица 6 – Образы Холодной войны в советской культуре 50-60-х гг.

Источник	Образ холодной войны
Текст песни	
Фрагмент из литературного произведения	
Пропагандистские плакаты	
Рецензия к фильму	

Какой общий вывод вы можете сделать на основе анализа данной таблицы.