

Листовка как инструмент политической пропаганды

Молчанова Татьяна Сергеевна

*Иркутский национальный исследовательский технический университет
студент*

Вайрах Юлия Викторовна

*Иркутский национальный исследовательский технический университет
к.ф.н, доцент, зав. кафедрой рекламы и журналистики*

Аннотация

В рамках данной статьи рассматриваются события 1979 года в Демократической Республике Афганистан в рамках осуществления пропаганды Советским Союзом. С помощью листовок руководство СССР проводило пропаганду среди советских военных и местного населения. Военный конфликт в Афганистане 1979-1989 годов, оставаясь локальным вооруженным конфликтом, был одним из идеологизированных, потому что обострил идеолого-политическое противостояние между двумя мировыми системами и принял характер информационной битвы. Актуальность темы заключается в том, что в современных условиях государства используют глобальное информационное пространство для проведения стратегических военных операций, а особые требования предъявляются к эффективности пропагандистской деятельности, в том числе способам и методам воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: пропаганда, малые формы печати, листовка, Демократическая Республика Афганистан, ДРА, Советский Союз, СССР, война в Афганистане

Leaflet as a tool of political propaganda

Molchanova Tatiana Sergeevna

*Irkutsk National Research Technical University
student*

Vayrakh Yulia Viktorovna

*Irkutsk National Research Technical University,
Ph.D., associate professor, Head of Department of Advertising and Journalism*

Abstract

This article examines the events of 1979 in the Democratic Republic of Afghanistan as part of the implementation of ideological propaganda by the Soviet Union. With the help of leaflets, the leadership of the USSR carried out propaganda among the Soviet military and the local population. The military

conflict in Afghanistan of 1979-1989, while remaining a local armed conflict, was one of the most ideologized, since it aggravated the ideological and political confrontation between the two world systems to the limit and took on the character of a real information battle. The relevance of the topic lies in the fact that in modern conditions, states use the global information space and infrastructure to conduct strategic military operations, and special requirements are placed on the effectiveness of propaganda activities.

Keywords: Afghanistan, the Afghan war, the information war, propaganda, small forms of the press, the Democratic Republic of Afghanistan, the DRA, the Soviet Union, the USSR.

Афганский вопрос до сих пор остается одним из наиболее острых во всем мире. Информационная война стала одним из методов вооруженного противостояния в Афганистане, «пропаганда» распространилась в средствах массовой информации и военной публицистике. Информационная война – это всеобъемлющая, целостная стратегия, обусловленная все возрастающей значимостью и ценностью информации в вопросах командования, управления, политики, экономики и общественной жизни. Та сторона, которая смогла изучить поведение противника с учетом его исторического опыта, культуры и религии, разработать собственный алгоритм поведения и реализовать его, становится победителем информационной войны [8].

Цель статьи: определить роль листовок в организации пропаганды во время военной кампании в Демократической Республике Афганистан.

Основой пропаганды является манипулятивное воздействие на общество, средства и методы которого способны сделать аудиторию более управляемой. Пропаганда подразумевает беспрекословное следование диктуемым идеям [2].

В вооруженном конфликте в Афганистане преимущественно использовались информационно-психологические действия. Инструментом реализации этих действий стали печатные средства массовой информации: распространение малых форм печати на иностранных языках, публикации в материалах средств массовой информации своей страны и государств-союзников. В период Афганского вооруженного конфликта формы воздействия приобрели отличительные качества – многообразие видов печатной продукции (листовки, газеты, брошюры, журналы).

Главная цель информационно-пропагандистских акций в ходе информационной войны – это дестабилизация общественной жизни, разложение изнутри, подготавливающее почву для успешного осуществления политических, экономических и военных действий, направленных против какого-либо государства [7]. Объектом информационной войны в Афганском конфликте стало местное население, а главная задача пропаганды заключалась во влиянии на общественное мнение, ценностные ориентиры и взгляды. Цель пропагандистских акций сводится к формированию у людей манипулятивного поведения, когда человек испытывает страх перед будущим, переживает за будущее своих детей,

понимает несовершенство государственного строя, высказывает недовольство существующим миропорядком. Идеологическая пропаганда осуществлялась не только Советским Союзом, но и Соединенными Штатами Америки, которые в качестве методов воздействия использовали другие формы давления. Основными стали вызов недоверия к деятельности органов власти и государственного управления, агитация на содействие возникновению оппозиционных групп и поддержке уже действующих [4].

В Советском Союзе, корпус, отвечающий за идеологическое обеспечение боевых действий советских войск, создавался в экстренном порядке, поэтому в его состав вошли люди, никогда ранее не занимавшиеся проблемами Афганистана и не имеющие представления о традициях, правилах поведения, принятых в обществе и религии, из-за чего подразделение допускало просчеты. После ввода советских войск в Афганистан Политбюро ЦК КПСС приняло закрытое постановление об освещении в СМИ акции интернациональной помощи Афганистану. В декабре 1979 года, когда приказ о вводе советских войск в Афганистан был уже отдан, в газете «Правда» появилось сообщение, где военное присутствие нашего государства в ДРА называлось «вымыслом чистейшей воды». Через несколько дней та же газета публикует интервью Генерального секретаря КПСС Л.И. Брежнева, в котором тот объясняет причины принятия такого решения (о вводе войск на территорию Афганистана) [3].

В начале 1980 года СССР в средствах массовой информации была развернута пропаганда необходимости Афганского конфликта. При освещении противостояния в Демократической Республике Афганистан советским корреспондентам запрещалось использовать слово «война», военные действия представлялись как интернациональная помощь братскому народу.

Листовки, обращения, плакаты и карикатуры оказались эффективным способом психологического воздействия, они отражали повестку дня и вовремя распространялись в нужных местах. Подобные малые печатные формы изготавливали на фирменных бланках подпольной организации (командования, комитета или фронта). Листовки-иллюстрации стали действенной формой политической пропаганды, но для карикатур использовались не только листовки, их рисовали на пакетах, спичечных коробках и стаканчиках, изготавливались наклейки и настенные календари [9].

Подготовкой и изданием малых печатных форм занимались партийные ведомства: министерство обороны, министерство государственной безопасности, министерство внутренних дел, министерство по делам народностей и племен, министерство культуры и информации, местные органы власти и управления, Национальный Фронт и др. общественные организации. Из-за отсутствия полиграфической базы возле частей советских войск для ведения печатной агитации использовались технические возможности Кабула, где печатались 85 % всех малых форм печати, поэтому содержание листовок не отражало реальной военной ситуации [6].

В 1983 году с целью подготовки и распространения малых печатных форм была сформирована группа афганских художников, их насчитывалось порядка 20 человек. Художники прошли профессиональную подготовку на двухмесячных курсах в Кабуле под руководством советских художников-карикатуристов Н.И. Луданова и И.К. Михайлина. В течение двух лет листовки выпускались черно-белыми, весь цветовой спектр стал применяться в 1985 году [1].

Распространением листовок, обращений и плакатов занимались афганские агитационные отряды в ходе боевых операций и спецмероприятий. Для массового распространения советские военные использовали авиационный сброс печатной продукции. Например, листовка – обращение вооруженных сил Демократической Республики Афганистан 1982 года, большую часть которой занимало изображение, а текст гласил: «В течение прошедших трех лет бандами мятежников уничтожено 1813 школ, 3 больницы, 111 сельских медпунктов, убиты тысячи невинных людей. Главари банд за эти преступления получили от США, ФРГ, Англии более 500 млн. долларов. Смерть преступникам и их хозяевам-империалистам!» (рис.1)



Рис.1 Листовка – обращение вооруженных сил Демократической Республики Афганистан 1982 года

Содержание листовок было направлено на то, чтобы показать, что мятежники – главные враги афганского народа. Красочные иллюстрации были наполнены множеством мелких деталей, а сюжет их был понятен сразу. Таковыми являлись листовки 1987 года (рис.2)



Рис.2 Мятежники – главные враги афганского народа

На листовках размещали обращение не только к мирным жителям, но и участникам оппозиционных группировок. Цветная листовка 1987 года призывает к примирению сторон: «Идет процесс прекращения военных действий. Только в провинции Кундуз подписаны соглашения с 75 отрядами, ведутся переговоры с другими полевыми командирами. Идите и вы таким же безопасным путем. Этим вы себе обеспечите жизнь!» (рис.3).

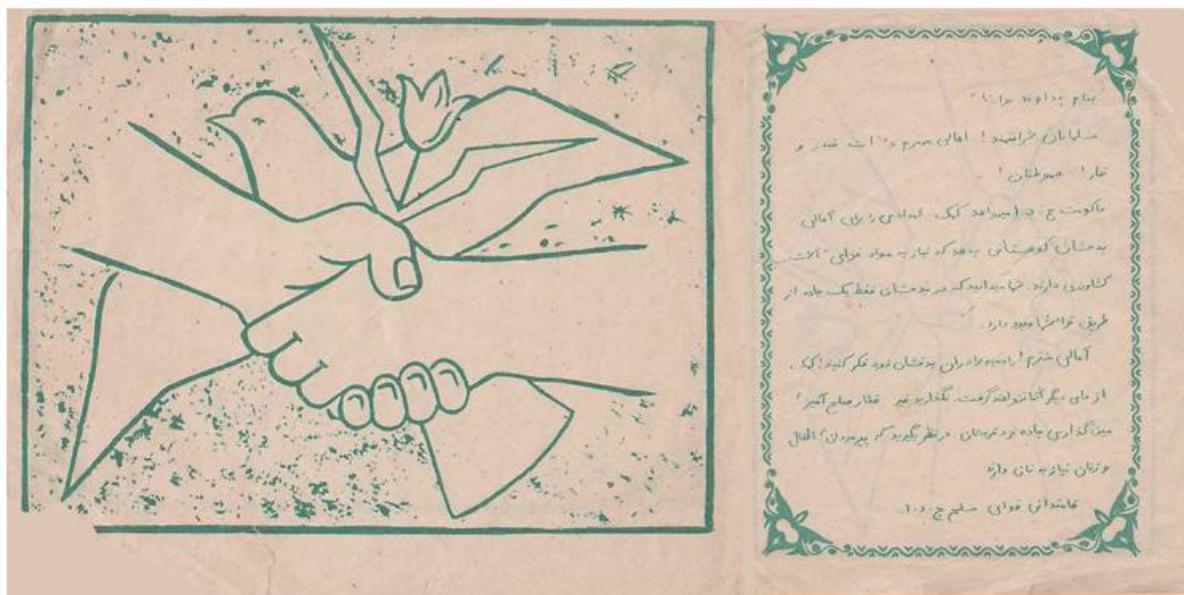


Рис.3 Примирение сторон

Содержанием листовок стали правила и нормы поведения, принятые в чужой стране, запреты на определенные действия, сообщения об угрозе со стороны западных сил. Листовки распространяли среди военных ограниченного контингента советских войск, в воинских частях ими были обклеены комнаты советско-афганской дружбы, КПП, военные комендатуры,

городские Центры дружбы, пункты материальной и медицинской помощи населению (рис.4)



Рис.4 Воину-интернационалисту

Сюжет карикатурных листовок был понятен с первого взгляда из-за прорисовки деталей. Главным героем малых печатных форм стал Бабрак Кармаль: его фигура располагалась у ног Генерального секретаря ЦК КПСС, сидящего на троне с короной на голове или руководитель Демократической Республики Афганистан изображался символически как попугай, сидящий на руке Л. И. Брежнева. Карикатурные листовки редко сопровождались текстом, суть итак была предельно ясна (рис.5)



Рис.5 Карикатурные листовки

В западной печати признанными формами подачи информации стали репортажи с места боевых действий, интервью с очевидцами и участниками событий, беседы с пострадавшими от советской оккупации, встречи с участниками джихада, разговор с главами народного сопротивления. Афганская проблема в материалах газет и журналов выводилась на международный уровень с помощью освещения встреч лидеров афганской оппозиции с высшими чиновниками Запада и представителями правительства. Лейтмотивом всех этих публикаций было стремление представить афганскую вооруженную оппозицию подлинными «борцами за свободу», осудить просоветский кабульский режим [10].

Во время Афганского вооруженного противостояния силы Советского Союза и западного блока находились в идеологической борьбе. Использование малых форм печати обе стороны пытались навязать мирному населению нужную линию поведения и заручиться поддержкой как можно большего количества людей. Для достижения этих целей использовались методы политической агитации и пропаганды, с помощью листовок пытались показать «истинную» суть противника и выгодно подчеркнуть свои заслуги. Советский Союз выбрал стратегию помощи братскому, дружественному народу отстоять завоевания Апрельской революции, Соединенные Штаты Америки и Запад стремились проиллюстрировать зависимость афганской власти от приказов СССР и обещали избавить гордый народ от советской оккупации.

Библиографический список

1. Кашуба Г.П. Афганские встречи. М.: ДОСААФ, 1981. 88 с.
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Знание, 1995. 428 с.
3. Ляховский А.А. Тайны Афганской войны. М.: Планета, 1991. 269 с.
4. Слинкин М.Ф. Афганистан: оппозиция и власть. М.: Планета, 2005. 250 с.
5. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация: профессиональный опыт западной прессы. М.: Прогресс, 1993. 427 с.
6. Громов Б.В. Ограниченный контингент. М.: Прогресс, 1994. 332 с.
7. Кочергин А.Н., Коган В.З. Проблемы информационного взаимодействия в обществе. Философско-социологический анализ. М.: Наука, 1980. 248 с.
8. Крысько В.Г. Секреты психологической войны. М.: Планета, 1999. 428 с.
9. Меримский В.А. Война в Афганистане. Записки участника. М.: Прогресс, 1998. 213 с.
10. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М.: Изд-во МГУ, 1991. 324 с.