

UNIUNEA SOVIETICA SI PROPAGANDA IN CONTEXTUL RAZBOIULUI RECE

LUȚAI Raluca *¹

ABSTRACT:

THIS ARTICLE EXAMINES THE SUBJECT OF PROPAGANDA DURING THE COLD WAR. THE COLD WAR WAS AN IDEOLOGICAL CONFLICT WHICH OFTEN GENERATED A WAR OF WORDS BETWEEN THE UNITED STATES AND THE SOVIET UNION. THIS FROZEN CONFLICT, WHICH LASTED HALF OF CENTURY, LED TO A FLOURISHING PROPAGANDA. BOTH POWERS WERE CONCERNED ABOUT THE SPREAD OF THEIR IDEOLOGY AND THE ERADICATION OF THE ENEMY. THE TECHNIQUES, THE METHODS AND THE MEDIA SUPPORT USED FOR PROPAGANDA ACTIONS WERE DIFFERENT. BOTH POWERS APPROACHED CERTAIN ISSUES AND PROMOTED CERTAIN IDEAS WHICH WERE CONSIDERED IMPORTANT FOR THEIR STRATEGY. DURING THE COLD WAR, PROPAGANDA MEANT MORAL SURVIVAL FOR THE TWO ANTAGONISTIC SUPERPOWERS.

IN THIS PAPER WE SEEK TO ANALYZE THE CONCEPT OF PROPAGANDA IN THE SOVIET UNION AND WE ALSO TOOK A LOOK AT THE METHODS AND THE ISSUES USED BY SOVIET UNION DURING THE COLD WAR ERA TO PROMOTE THEIR IDEOLOGY.

Keywords: propaganda, USA, Soviet Union

1. Introducere

Sun Tzu în invatarurile lui sublinia că înfrângerea psihologică a inamicului este o strategie mult mai superioară înfrângerii lui militare. Probabil așa s-a născut propaganda.

Propaganda nu este altceva decât un proces de comunicare al cărui scop este influențarea atitudinilor și a comportamentului unui anumit public țintă. Propaganda modelează atitudini și formează percepții. Prin intermediul propagandei se pot naște comportamente care pot contribui în mod pozitiv sau negativ la construcția sau dezvoltarea unei societăți.

Propaganda a existat încă din cele mai vechi timpuri. Singurul lucru care s-a schimbat este probabil suportul propagandistic și mijloacele de răspândire a mesajelor.

¹ Student, Univeristatea Babes-Bolyai Cluj Napoca, Facultatea de Istorie si Filosofie, Sectia : Studii de Securitate

Fiecare societate care este bazată și construită pe o serie de idei, promovează propaganda. Fenomenul propagandei a prins elan odată cu dezvoltarea mijloacelor de comunicare în masă. Mesajele au ajuns mai repede la urechile oamenilor iar propaganda a început să fie mult mai eficientă. Apariția radioului și a televiziunii a revoluționat societatea așa cum era până ea cunoscută până atunci.

Azi se apleaza la diverse tehnici, metode, suporturi pentru a promova anumite idei, pentru a modela anumite opinii. Mesajele pot să fie de la cele mai subtile la cele mai evidente iar modul în care aceste mesaje acționează este tot mai divers. În opinia mării majorități, propaganda are conotații negative, cele mai des atribuite cuvinte fiind minciună, manipulare.

Istoricii sunt de parare că interesantă perioadă a Războiului Rece reprezintă un punct important în istoria propagandei. În această perioadă, propaganda a fost un mijloc indispensabil supraviețuirii celor două mari puteri. Atât Statele Unite cât și Uniunea Sovietică au căutat să-și dezvolte instituții și instrumente de propagandă care să le permită să devină mai puternice, care să le permită să pătrundă toate substraturile societății asigurându-și astfel supremația. Pe întreaga perioadă a conflictului a izbucnit un adevărat război al cuvintelor. Ambele părți se foloseau de orice mijloc și de orice metodă pentru a arăta și a convinge populația de neajunsurile societății inamice. Propaganda fost considerată un mijloc eficient de menținere a păcii și securității internaționale, indiferent de modul în care era definită aceasta. Propaganda a prins forme în filme, cărți, benzi desenate și a fost folosită eficient pe toata durata Războiului Rece cu scopul declarat de a determina populația să urască dușmanul și să susțină politicile promovate de guvern.

Lucrarea de față tratează pe larg subiectul propagandei sovietice. Este interesant de observat care au fost mijloacele, metodele și mesajele răspândite de Partidul Comunist. Propaganda sovietică a avut la bază ideologia marxist leninistă și s-a concentrat pe distrugerea idealurilor capitaliste și democratice. Propaganda a fost omnescentă și eficientă și a putut fi întâlnită oriunde. Îndorctrinarea a cuprins întreaga populație. Sovieticii și-au folosit armata să infleunteze masele, au încercat să arate în orice mod supremația omului sovietic și să formuleze în minte omului de rând, o imagine cât mai negativă a Statelor Unite. Cât de mult au reușit acest lucru este greu de spus dar analiza propagandei din acea perioadă este foarte interesantă.

2. Propaganda-generalități :

Propaganda reprezintă un proces de comunicare care are ca scop principal influențarea atitudinilor și a comportamentului unui public țintă. Propaganda modelează percepții și sugerează de cele mai multe ori, acțiuni potrivite acestor percepții.

Paul Robinson în « *Dicționar de securitate internațională* » clasifică propagandă în trei tipuri : propaganda albă, neagră și gri. El definește propaganda albă ca fiind acțiunea de propagandă a cărei sursă este precis identificată astfel încât cei care primesc informația știu exact de unde vine aceasta. Propaganda neagră ascunde sursa de unde vine informația și de cele mai multe ori, pretinde că sursă din care informația provine, este alta decât cea reală. Propaganda gri, se află undeva la mijloc-între propaganda neagră și ce gri, ea nu identifică sursă din care provine informația.²

Propaganda este considerată azi un termen cu conotații negative. Acest lucru este cel mai bine subliniat de Lordul Posonby, care în 1926 vorbește despre propagandă ca fiind : « *The difilment of the human soul which is worse than the distruction of the human body* »³. Mințile noastre sunt modelate, gesturile ne sunt de multe ori formate iar ideile de multe ori sugerate. Aproape orice sferă a vieții noastre este controlată sau poate fi controlată prin mijloace pe care de multe ori nu le cunoaștem sau nu le identificăm.

Conotația termenului « propagandă » nu a fost dintotdeauna una negativă. Ea s-a răspândit cu precădere în ultimul secol. În Roma secolului XVII (1627) termenul de propagandă se lega de o societate a cardinalilor care avea îndatorirea de a supraveghea activitatea misiunilor diplomatice străine create la Roma. Altă instituție importantă a fost și Colegiul de Propagandă care a fost creat la ordinului papei Urban al VIII lea și care era nu altceva decât o instituție creată cu scopul de a educa preoții și nu de a modela ideii sau de a induce acțiuni.⁴

În zilele noastre, cuvintele cele mai des atribuite propagandei sunt : minciuna, manipulare, spălare de creiere. Propaganda nu este ceva mecanic care se face după anumite reguli prestabilite și respectate de toată lumea, propaganda este o artă o știință care se folosește de orice mijloc pentru a promova anumite idei, care folosește tehnici diferite și promovează idei în mod diferit.

² Paul Robinson ,Dicționar de securitate internaționala ,(CA Publishing 2010),156

³Philip M Taylor, Munitions of the mind-a history of propaganda from the ancient word to the present day, (Manchester Univsersity Press 2003) ,10

⁴ Edward L. Bernays.Propaganda, (Ig Publishing ,1928),21

Suporturile propagandei pot fi filmele, cărțile, discursurile sau orice alt mijloc prin care se ajunge ușor la un număr mare de oameni. Se apelează la diverse tehnici de propagandă care pot fi foarte subtile sau foarte evidente. Nu contează foarte mult dacă ele sunt subtile sau evidente cât contează dacă și-au îndeplinit sau nu scopul, dacă au reușit sau nu să transmită mesajul dorit. Dintre tehnicile cele mai des folosite în scopuri propagandistice amintim : eufemisme, jocurile de cuvinte, mărturia (testimonial) apelul la frică sau autoritate s.a.

3. Propaganda și Războiul Rece

Secolul XX a adus cu sine nu numai războiul total ci și mass-media. În secolul XX, războiul a cuprins fiecare cetățean iar mass media a revoluționat lumea așa cum era ea cunoscută până atunci. Ziarele se răspândesc și sunt tot mai accesibile ,radioul suna în casă fiecărui cetățean în timp ce invenția fraților Lumiere devine cel mai important mijloc de comunicare în masă în prima jumătate a secolului XX. Cealaltă jumătate a secolului XX va revoluționa lumea prin răspândirea televiziunii, care va fi unul din cele mai influente și mai importante mijloace propagandistice. Apariția și răspândirea televizorului a revoluționat modul și tehnicile propagandistice în timp ce radioul a fost un mijloc important de răspândire a informațiilor pentru cei care nu-și permitau un televizor sau pentru cei care nu știau carte și nu puteau citi presa.

Mass media și războiul au dat lumii propagandă și au deschis o nouă pagină în istoria lumii.

Prima parte a secolului XX fost dominată de propagandă împotriva regimului nazist. Nazismul era considerat : » cea mai mare crimă educationala din istorie »⁵. Orice rămășiță a ideologiei naziste a fost eliminată odată cu înfrângerea germanilor.

Încheierea luptelor nu a adus însă pacea. Lumea s-a împărțit în funcție de cele două puteri care au ieșit învingătoare după cel de-al doilea război mondial : SUA și Uniunea Sovietică. Lumea a devenit bipolară, dominată de două societăți antagonice în care diferențele puteau fi identificate în aproape orice sector al societății.

Din 1945 lumea a intrat într-o nouă etapă, o etapă în care războiul așa cum îl cunoștea lumea până în acel moment, s-a metamorfozat. Perioadă este cunoscută sub numele de

⁵ Philip M. Taylor , *Munitions of the mind-a history of propaganda from the ancient word to the present day*, (Manchester University Press 2003), 258

Războiul Rece și reprezintă perioada conflictului ideologic dintre cele două blocuri recent formate.

Războiul rece nu a fost un război care s-a concretizat prin lupte directe între cele două puteri, nici prin vărsare de sânge ci prin conflictul ideologic dintre aceste puteri. Războiul Rece a fost o luptă ideologică între democrație și totalitarism, o luptă între două sisteme economice diametral opuse-capitalism și socialism și o luptă între două blocuri militare diferite : Nato și Țările Tratatului de la Varșovia. În conflict nu s-au utilizat tactici militare, nici nu s-au folosit tranșee sau strategii militare de atac. Războiul Rece a fost o luptă în care presiunea economică, manevrele diplomatice, asasinatul, descurajarea, înarmarea și propaganda au fost principalele metode de luptă.

Propaganda și strategiile psihologice au reprezentat un element cheie al conflictului americano sovietic. Ambele puteri folosindu-se de orice metodă pentru ași impune dominația, pentru ași întări supremația și mai ales, pentru ași înlatura inamicul. Războiul Rece a fost un război al cuvintelor, un război al declarațiilor și al discursurilor iar instrumentul propagandei a fost esențial în politicile guvernamentale ale ambelor state. Propaganda era considerată un mijloc eficient și ieftin de menținere a păcii și securității globale așa cum era ea definită în acea perioadă.⁶

Propaganda a fost un mijloc indispensabil supraviețuirii morale a ideilor promovate de ambele puteri. Atât Statele Unite cât și Uniunea Sovietică au căutat să-și dezvolte instituții și instrumente de propagandă care să îi permită să devină mai puternică, care să îi permită să pătrundă toate substraturile societății și care să îi asigure un viitor fiabil.

În contextul Războiului Rece, propaganda a înflorit. Cealaltă parte, inamicul, era întotdeauna portretizat ca agresiv, militarizat, ca un adevărat pericol la adresa păcii mondiale la libertate, indiferent de modul în care era definită libertatea.

Propaganda a prins forme în filme, cărți, benzi desenate și a fost folosită în timpul Războiului Rece cu scopul de a determina populația să urască dușmanul și să susțină politicile promovate de guvern.

În învățăturile lui, Sun Tzu, spunea că înfrângerea psihologică a inamicului este o strategie superioară înfrângerii lui militare. La acest lucru s-au gândit probabil și cele două super puteri atunci când și-au desfășurat activitățile de propagandă.

⁶ Shawn J Parry-Giles, The rethorical presidency ,propaganda and the Cold War,(Praeger 1960) , 81

4. Propaganda in Uniunea Sovietica

Propagandă în Uniunea Sovietică a reprezentat una din cele mai importante arme în timpul Războiului Rece. Aceasta a fost folosită într-un război al cuvintelor care avea scopul de a denigra sau înlătura inamicul.

Propaganda a fost omniprezența și eficientă. Spre deosebire de societatea Americană unde libertatea de expresie era un drept garantat, în societatea sovietică succesul propagandei a fost mult mai mare datorită faptului că media controla întreaga societate.

Propaganda sovietică a fost bazată pe ideologia Marxist Leninistă și a plecat de la convingerea că limbajul este unul dintre cele mai importante aspecte ale acestei politici.

Istoria propagandei sovietice începe odată cu apariția bolșevismului, Lenin chiar declarând într-unul din discursurile sale „că propagandă este cea mai importantă armă a sistemului. Încă de la instituirea noului regim, comuniștii au instituit o nouă ordine, ordine care avea în vedere educarea populației, populație care în mare parte era analfabetă. Din 1918, Lenin s-a preocupat de educarea poporului conștient fiind că prin educație, impactul ce-l va avea propaganda va fi mult mai mare.

În anii următori, propaganda era întâlnită pretudindeni: în media, în artă, în discursuri politice, în filme sau în muzică. Media avea scopul de a indoctrina de a sugera opinii și de a forma modele de comportament.

Radioul a fost un mijloc foarte eficient de propagandă mai ales datorită faptului că marea majoritate a populației Uniunii Sovietice era încă analfabeta. Vocea lui Stalin era des auzită în casele sovieticilor. Acesta vorbea de măreția comunistă și de defectele democrațiilor. Cetățenii erau tot timpul la current cu „atrocitățile” comise de americani, de consumul excesiv și irational al acestora și de ideile dăunătoare promovate de acestea. Radio Moscova și Radio Pace și Progres au fost avanposturile propagandei sovietice.

Răspândirea televiziunii după anul 1949 a revoluționat modul în care statul putea să își impună controlul în viața de zi cu zi a oamenilor. Oameni erau acum bombardati cu imagini, sunete, idei care nu făceau altceva decât să arate fie măreția sistemului fie deficiențele inamicului. Filmele difuzate arătau cum URSS trebuie să rămână puternică și să înlătore odată pentru totdeauna pericolele societății capitaliste. Filmele arătau decadență și imoralitatea societății americane și erau întotdeauna create după principiul bad guys- reprezentați de americani și good guys- sovieticii.

Presa era și ea sub atenta atenție a statului care, prin intermediul ei, își lansă acțiunile propagandiste. Ziarele informau ceea ce statul vroia să cetățenii să afle. Orice

articol era atent analizat și plasat astfel încât să nu apară probleme. Principalul ei scop nu era să furnizeze știri ci să promoveze ideologia. Propaganda nu era negată fapt demonstrat și de declarația din 1978 a editorului șef al principalului ziar sovietic, Pravda: “*our aim is propaganda, the propaganda of the party and the state. We do not hide this.*”⁷

Un alt mijloc de propagandă eficient și des utilizat de autoritățile sovietice au fost paradele militare și showurile militare aeriene. Aceste parade arătau superioritatea militară a acestora, instigau un sentiment de frică pentru orice fel de dușman, arătau gradul de pregătire al țării și capacitatea acesteia de a înlătura orice obstacol și orice dușman.

Cu scopul unei bune coordonări a activităților propagandistice s-a creat Agitprop o instituție care avea ca principal scop gestionarea și eficientizarea politicilor de propagandă. Ca și orice altă parte a societății sovietice, și Agitprop-ul se afla sub conducerea Partidului Comunist, Ordinele veneau de la acesta și nimic nu putea să treacă peste. O altă instituție care era parte a activității propagandistice a fost și Glavit, creată puțin mai târziu cu scopul de a controla în mod riguros orice fel de producție media și de a asigura concordanța politicii de partid cu propaganda.

După cum am precizat în prima parte a lucrării, propaganda poate fi de trei tipuri: propagandă albă, propagandă neagră și propagandă gri. Toate aceste tipuri pot fi identificate și în cazul Uniunii Sovietice. Propaganda Albă a fost sub incidența Departamentului Ideologic al Partidului Communist iar sursa acesteia este cunoscută. Aceasta lansa mesaje prin intermediul Radio Moscova și Radio Pace și Progres și prin alte agenții și departamente informaționale. Una din cele mai importante agenții de presă care avea îndatorirea de a lansa mesaje propagandistice a fost Agenția de Presa Novosti. Documentele publicate de aceasta au fost de cele mai multe ori de natură politică.

Propaganda neagră este propagandă a a cărei sursă este necunoscută. În Uniunea Sovietică, propaganda neagră era condusă și coordonată de poliția secretă, de KGB. Acesta avea un departament special format din 120 de ofițeri, Serviciul A, care acționau în vederea dezinformării. Și care a acționat mai puternic după 1960 efectul fiind creșterea vizibilității Uniunii Sovietice pe scară internațională. Mulți specialiști sunt de părere că s-a recurs la propaganda neagră, pe parcursul anilor 1960-1990 datorită faptului că sovieticii simțeau pericolul declinului.

⁷Philip M. Taylor, *Munitions of the mind-a history of propaganda from the ancient world to the present day*, (Manchester University Press 2003), 273

Propaganda gri este tipul de propagandă a cărei sursă este nesigură sau incertă. Departamentul Internațional al Partidului Sovietic era cel care controla și influența operațiunile sovietice de propagandă gri. Cel mai bun exemplu în acest sens se leagă de președintele Indonezian Sukarno care era sprijinit de SUA.⁸

Trebuie precizat că liniile propagandei sovietice au urmat două direcții: o direcție internă în care se avea în vedere formarea Omului Nou, construcția unei societăți prospere și o direcție care avea în vedere formarea unei imagini negative în minte omului de rând cu privire la caracterul și acțiunile inamicului.

Propaganda sovietică a fost omnișentă și omniprezentă și a modelat opiniile întregii societăți sovietice. Ea a contribuit la îndoctrinarea individului de la varste fragede. Tonul mesajelor promovate prin intermediul des întâlnitelor postere a fost de multe ori ironic și agresiv .

Democrația și libertățile americane erau contestate, capitalismul era considerat distrugător în timp ce acțiunile Statelor Unite erau considerate imperialiste și îndreptate spre dominație. Uniunea Sovietică era centrul lumii, era exemplu demn de urmat de întreaga lume. Era o lume a bunăstării economice în care clasele sociale nu existau și în care nimeni și nimic nu tulbură viața liniștită a Omului Nou, a omului remodelat de ideile Marxist leniniste.

Societatea comunistă era prezentată în propagandă sovietică ca o societate puternică îndreptată spre progress în care clasele sociale nu existau și în care cooperarea dintre țărani și muncitori susținea societatea. Multe din afișele de propagandă din perioada Războiul Rece prezintă agricultura și industria sovietică și îndemnul de a duce la îndeplinire planurile cincinale, de a duce la îndeplinire dorința marelui conducător. În acest sens, sloganul: *“Pălanurile partidului sunt și planurile mele* “explică cel mai bine situația. Mesajele pe care cetățenii sovietici le primeau erau de cele mai multe ori motivaționale iar munca era considerată o “primă linie” în lupta pentru pace.

În ceea ce privește propaganda îndreptată împotriva Statelor Unite ar fi o multiple de aspecte de discutat. Acvila Americană se transformă în vultur, bunăstarea și rafturile pline ale magazinelor erau considerate criminale, alianțele lor distrugătoare și acțiunile lor imperialiste. Statele Unite erau considerate gata să cucerească întreg globul și să-și răspândească pretutindeni ideile distrugătoare. Capitalismul era dăunător iar idealurile lui -

⁸ Forms of Soviet propaganda during the Cold War , disponibil la adresa : <http://www.oocities.org/happygirl823/propforms.html>, (accesat 14 iunie 2011)

distrugătoare și cauzatoare de crize. Societatea Americană era o societate stricată în care capitalismul seca puterile omului de rând, în care banii conduceau societatea în care nimic nu era fără prâr.

O temă importantă, des exploatată de posterele de propagandă se referă la Statele Unite ca la un destabilizator de pace, ca un exportator de bombe și rachete nucleare care vor aduce distrugerea lumii. Crearea și funcționarea Nato era pusă pe seama americanilor și considerată o organizație distrugătoare care amenința pacea și liniștia mondială. Mâinile americanilor erau pătate cu sânge iar dorința lor de a domina lumea era ascunsă sub falasa pretenție de a apăra și promova drepturile omului. Soldatul American era distrugător și ucigaș în timp ce mărșia Armatei Roșii era incontestabilă. Dacă SUA era destabilizatorul atunci URSS era bastionul păcii. Florile, porumbeii păcii și pacea erau des prezentate în posterele de propagandă.

Ca o concluzie , putem spune că propaganda sovietică în timpul Războiului Rece nu a fost altceva decât un atac indirect asupra Statelor Unite portretizată ca fiind periculoasă și amenințătoare, în timp ce propaganda internă își propunea promovarea Omului Nou construit după valorile socialiste, gata să propovăduiască ideologia bătrânului Lenin, în lume.

Bibliografie:

1. Taylor M, Philip. *Munitions of the mind-a history of propaganda from the ancient world to the present day*, Manchester University Press,2003
2. Childs, Harwood Lawrace. *Propaganda and dictatorship-a collection of papers*, Princeton Univserity Press, 1936
3. Parry-Giles, Shaw. *The rhetorical presidency propaganda and the Cold War 1946-1955*, Praeger,1960
4. Bernays,Edward. *Propaganda*, Ig Publishing ,1928
5. Robinson ,Paul.*Dictionar de securitate internationala*, CA Publishing,2010
6. Soviet propaganda against USA, disponibil la adresa <http://englishrussia.com/index.php/2006/09/20/soviet-propaganda-against-usa-posters/> (accesat in 8 iunie 2011)
7. Forms of Soviet propaganda during the Cold War , disponibil la adresa : <http://www.oocities.org/happygirl823/propforms.html>, accesat 14 iunie 2011