

*На правах рукописи*

*- [подпись] -*

**Зубков Сергей Александрович**

?

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА**

**Н.С. ХРУЩЕВА**

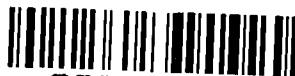
**1955 – 1964 гг.**

**Специальность 07.00.02 – Отечественная история**

**Автореферат**

**диссертации на соискание ученой степени**

**кандидата исторических наук**



003064691

Москва - 2007

Работа выполнена на кафедре истории России новейшего времени  
Историко-архивного института Российского государственного  
гуманитарного университета

**Научный руководитель:** доктор экономических наук,  
кандидат исторических наук, профессор  
**Минаев Валерий Владимирович**

**Официальные оппоненты:** доктор исторических наук, профессор  
**Аксютин Юрий Васильевич,**  
Московский педагогический областной  
университет

кандидат исторических наук  
**Голубев Александр Владимирович,**  
Институт российской истории РАН

**Ведущая организация:** **Московский педагогический  
государственный университет**

Защита состоится «28» сентября 2007 г. в 15<sup>00</sup> часов на  
заседании Диссертационного совета Д. 501.001.98 по защите диссертаций на  
соискание ученой степени доктора наук в Московском государственном  
университете им. М.В.Ломоносова по адресу: 119991, Москва, Воробьевы  
горы, МГУ, 1-й корпус гуманитарных факультетов, ауд. № 459.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им.  
А.М.Горького МГУ по адресу: 119991, Москва, Воробьевы горы, МГУ, 1-й  
корпус гуманитарных факультетов.

Автореферат разослан «28» августа 2007 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета,  
кандидат исторических наук, доцент



Н.Л. Головкина

## Общая характеристика работы

**Актуальность темы исследования.** Формирование позитивного имиджа России в настоящее время выступает как приоритетная государственная задача. Позиции страны в мире, развитие международного сотрудничества, экономические и политические выгоды – все это непосредственно зависит от репутации России в глазах мирового сообщества. Россия уже в течение нескольких лет переживает процесс «смены имиджа», обусловленный крахом советской системы, распадом СССР и изменением места страны в конфигурации международных отношений. Поиски «национальной идеи» 1990-х гг., рассуждения о кризисе идентичности, споры вокруг «миссии» России в мире, несмотря на разнголосоциу мнений, отражают один и тот же процесс работы над новым образом страны. Это процесс не завершен и не может быть завершен в силу того, что имидж подвержен изменениям и должен соответствовать особенностям исторического момента.

Имидж лидера неотделим от имиджа страны: на международной арене именно лидер является «лицом» государства, его полномочным представителем. Сфера мировой политики и международных отношений – это пространство коммуникации, где на выработку конкретных решений оказывают влияние не только дипломатические контакты и конъюнктурные стратегии, но и их символическое сопровождение - ритуалы, репрезентации, жесты, инсценировки. На этом коммуникативном поле действуют различные актеры, которые посредством вербальных и невербальных дискурсов себя презентуют, между собой конкурируют и таким образом «делают политику». Имидж политика является важным элементом этой дискурсивной коммуникации, частью «шоу-политики».

Изучение проблемы формирования имиджа лидера в историческом контексте, на примере конкретных исторических персонажей может дать новое понимание политической ситуации в современной России и оценить эффективность политических коммуникаций.

С точки зрения формирования международного имиджа политика среди всех государственных деятелей советской эпохи выделяется фигура Н.С.Хрущева. Этот человек – первый среди советских руководителей – может считаться лидером современного типа, который выступал на международной арене как публичный политик, политик «открытого типа». В этом смысле международная деятельность Н.С. Хрущева может рассматриваться не только в русле истории дипломатии и внешней политики периода «оттепели», но и как реализация масштабного пиар-проекта «Хрущев для мира». Главное

содержание этого проекта заключалось в создании позитивного международного имиджа советского лидера. Как политическая фигура Хрущев выделялся не только среди советских руководителей. Неординарные способности к самопрезентации и безусловные актерские качества сделали Хрущева, по признанию западной прессы, «исполнителем главной роли в международном политическом спектакле» и «самым блистательным шоуменом мировой сцены».

Главным результатом деятельности как советского пропагандистского аппарата, так и самого Н.С.Хрущева стало изменение международного имиджа страны в глазах мирового общественного мнения: стереотип восприятия Советского Союза как закрытого общества, сформировавшийся при Сталине, стал постепенно разрушаться. Процесс этот остался незавершенным и был столь же противоречив, как и другие перемены периода «оттепели». Однако этот опыт по-прежнему актуален и представляет как научный, так и практический интерес.

**Объектом** данного диссертационного исследования является международный имидж Н.С. Хрущева – комплекс представлений о советском лидере, целенаправленно формируемый для решения внешнеполитических задач. Понятие «*имидж*» имеет несколько интерпретаций. В диссертации имидж рассматривается как *продукт особого рода деятельности* (пиар-деятельности), рассчитанной на достижение определенного результата. Имидж выступает как *образ* с заранее заданными свойствами.

**Предметом** исследования служит деятельность по формированию образа Н.С.Хрущева «для мира»: организационные структуры, методы и формы внешнеполитической пропаганды, содержание имиджа, каналы его презентации и трансляции, динамика изменений в зависимости от ситуативного контекста и восприятия аудитории.

Советская внешняя политика после смерти Сталина развивалась по нескольким направлениям. В диссертации рассматривается только одно из них – *отношения Советского Союза с Западом*. Именно этот срез международных отношений позволяет наиболее рельефно обозначить особенности международного имиджа советского лидера и оценить его как результат пиар-деятельности пропагандистских структур и СМИ. Образ Хрущева для Запада можно рассматривать как целенаправленно реализуемый проект, т.е. как специально конструируемый международный имидж. Дипломатические практики и их презентации в странах Восточного блока и «третьего мира» имели свою специфику, и кроме того, с точки зрения развития имиджевых стратегий в это направление было вложено гораздо меньше усилий.

*Хронологические рамки исследования* ограничены периодом 1955 – 1964 гг. Начальную хронологическую веху определила первая поездка Хрущева на Запад (Женева, встреча на высшем уровне представителей четырех держав). Конечная хронологическая веха – октябрь 1964 г., отставка Хрущева. Для отношений Советского Союза с западным миром в это время были свойственны противоречивые тенденции: периоды сближения сменялись конфронтацией и международными кризисами. В соответствии с этими переменами менялся и международный имидж Хрущева. Хронологические рамки диссертации являются достаточными, чтобы представить и проанализировать особенности эволюции международного имиджа Хрущева и оценить успехи и просчеты в этой связи советских пропагандистских служб.

*Степень разработанности проблемы.* Изучение имиджей как направление исторических исследований – историческая имагология – существует относительно недавно. Ее рождение связано с развитием междисциплинарных исследований на основе проникновения в историческую науку методов культурологии, социологии, политологии. Условия складывания исторической имагологии, которая заимствовала инструментарий литературоведения и культурологии, определили специфику изучения имиджей в рамках данной научной дисциплины. Имагология занимается главным образом исследованием презентации национальных образов, своего/чужого в пространстве своей и других культур<sup>1</sup>.

Изучение образа своего/чужого применительно к советской эпохе уже имеет определенную традицию в историографии. Проблема формирования внешнеполитических стереотипов посвящены работы А.В.Голубева, Е.С.Сенявской, А.В.Фатеева и др.<sup>2</sup> Главный акцент в исследованиях образа «другого» сделан на представлении «образа врага» – этого ключевого концепта советской пропаганды и одного из самых устойчивых стереотипов массового сознания. А.В.Голубев, М.И.Наринский, Л.В.Поздеева, кроме того, обращаются к такому сюжету, как формирование и динамика изменения «образа союзника»<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> *Миры образов — образы мира = Bilderwelten — Weltbilder*: Справ. по имагологии / Mehnert Elke (ред.) Лер. с нем. М.И.Логвинова, Н.В.Бутковой / 2-е изд., доп. Волгоград, 2003.

<sup>2</sup> Голубев А.В. Россия и Запад. Формирование внешнеполитических стереотипов в сознании российского общества первой половины XX века. М., 1998; Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века: Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М., 2006; Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде. 1945-1954 гг. М., 1999.

<sup>3</sup> Голубев А.В. «Царь Китаю не верит...». Союзники в представлении российского общества 1914 – 1945 гг. // Россия и мир глазами друг друга: из истории взаимовосприятия. Вып. 1. М., 2000. С. 317 – 355; Он же. Союзники в пропаганде и массовом сознании советского общества в годы войны // Социальная история. Ежегодник. 2001 – 2002. М., 2004. С. 126 – 146; Он же. «Враги второй очереди»: советское общество и образ союзников в годы Великой Отечественной войны // Проблемы российской истории. Вып. 5. Магнитогорск, 2005. С. 320 – 359. Наринский М.М.,

Хронологически эти исследования не затрагивают периода «оттепели», вместе с тем многие тенденции восприятия своего/чужого в 1920-е – 1940-е гг. имели долговременный характер и сохранились в последующие годы.

Ключевая роль в процессе формирования и трансляции имиджа страны и ее лидеров принадлежит пропаганде. История советской пропаганды как в целом, так и по отдельным направлениям пропагандистской деятельности представлена в работах В.А.Невежина, В.О.Печатнова, Д.Г.Наджафова, А.В.Фатеева и др.<sup>4</sup> Первое комплексное исследование советской пропаганды на зарубежные страны с 1917 г. до начала 1960-х гг. осуществил Ф.Баргхорн<sup>5</sup>.

Изучение деятельности пропаганды по конструированию положительного образа советских лидеров в основном сосредоточено на фигуре И.В.Сталина. Культ Сталина – одна из самых популярных тем в историографии советской эпохи. Вместе с тем большинство публикаций посвящено внутренним аспектам формирования, распространения и восприятия культа вождя. Проблема экспорта образа Сталина за пределы СССР только начинает разрабатываться. Так, Я.Плампер и А.Тихомиров анализируют особенности представления образа Сталина в Восточной Германии<sup>6</sup>, Я.Берендс сравнивает результаты экспорта культа советского вождя в ГДР и Польшу<sup>7</sup>. Аналогичные исследования в отношении распространения образа Хрущева в других странах до сих пор не проводились.

Первые исследования о Н.С.Хрущеве и его времени появились уже в начале 1960-х гг., когда в Германии и США вышли две книги с одинаковым названием «Россия при Хрущеве», их авторы – Б.Мейснер и А.Верт<sup>8</sup>. Другая группа исследований, имеющая непосредственное отношение к теме диссертации, представляет собой литературу

---

Поздеева Л.В. Взаимные представления: имиджи, идеалы, иллюзии // Союзники в войне. 1941 – 1945. М., 1995. С. 326 – 347.

<sup>4</sup> Невежин В.А. Синдром наступательной войны. Советская пропаганда в преддверии «священных боев». 1939 – 1941 гг. М., 1997; Печатнов В.О. «Стрельба холостыми»: советская пропаганда на Запад в начале холодной войны (1945 – 1947) // Сталинское десятилетие холодной войны. Факты и гипотезы. М., 1999. С. 108 – 133; Наджафов Д.Г. Антиамериканские пропагандистские пристрастия сталинского руководства // Там же. С. 134 – 150; Фатеев А.В. Указ соч. и др.

<sup>5</sup> Баргхорн Ф. Советская пропаганда за рубежом. М., 1964. Оригинальное издание: Barghoorn F. Soviet Foreign Propaganda. Princeton, 1964.

<sup>6</sup> Plamper J. "The Hitlers Come and Go...", the Führer Stays: Stalin Cult in East Germany // Personality Cults in Stalinism – Personenkulte im Stalinismus / Ed. by K.Heller, J.Plamper. Göttingen, 2004. P. 301 – 329; Тихомиров А.А. Роль личности в новой политической истории: конструкт «вождя» в условиях «современной диктатуры» (на примере образа Сталина в ГДР) // Новая политическая история. - Сборник научных работ. СПб., 2004. С. 41 – 58; Он же. «Лучший друг немецкого народа»: образ Сталина в ГДР // Ярославский педагогический вестник. 2004. № 3. с. 61 – 69.

<sup>7</sup> Behrends J.C. Exporting the Leader: the Stalin Cult in Poland and East Germany (1944/45 – 56) // The Leader Cult in Communist Dictatorships: Stalin and the Eastern Bloc / Ed. by B. Apor. New York, 2004. P. 161 – 178.

<sup>8</sup> Meissner B. Russland unter Chruschtschew. München, 1960; Werth A. Russia under Khrushchev. N.Y., 1962.

биографического жанра. Наиболее полно биография Хрущева представлена в работах Э.Крэнкшоу, Р.А.Медведева, Ф.М.Бурлацкого, У.Таубмана<sup>9</sup>, хотя биографические сюжеты присутствуют и в других книгах<sup>10</sup>. Монография У.Таубмана – самое полное и фундаментальное исследование жизненного пути и политической карьеры Н.С.Хрущева. Автор поднимает целый ряд проблем, имеющих непосредственное отношение к истории формирования имиджа советского лидера: он говорит об особенностях личности и психологического склада Хрущева, его манере поведения, отношении к одежде и внешнему виду, взаимоотношениях Хрущева с партнерами по переговорам и журналистами.

Истории страны периода «оттепели» и деятельности Н.С.Хрущева посвящены исследования Ю.В.Аксютин, Н.А.Барсукова, Е.Ю.Зубковой, Р.Г.Пихоя, А.В.Пыжикова, Д.Филтцера и др.<sup>11</sup>. Общественные настроения этого времени, восприятие советскими гражданами Н.С.Хрущева, его внутренней и внешней политики нашли отражение в книгах Ю.В.Аксютин и Б.А.Грушина<sup>12</sup>. Оба исследования основаны на данных анкетных опросов: в одном случае это актуальные социологические опросы (Б.А.Грушин), в другом – исторические интервью (Ю.В. Аксютин).

Анализ внешней политики Хрущева в целом представлен в монографиях Д.Даллина и Дж.Рихтера<sup>13</sup>, кроме того в ряде работ освещаются сюжеты, связанные с международными кризисами 1950-х – 1960-х гг. (Ближневосточным, Берлинским, Карибским), а также с отдельными внешнеполитическими акциями советского руководства<sup>14</sup>.

<sup>9</sup> Crankshaw E. Khrushchev: A Career. N.Y., 1966; Медведев Р.А. Н.С. Хрущев. Политическая биография. Benson, Vermont, 1986; Бурлацкий Ф.М. Никита Хрущев. М., 2003; Таубман У. Хрущев. М., 2005 (Оригинальное издание: Taubman W. Khrushchev: The Man and His Era. Norton, 2003).

<sup>10</sup> Назовем только несколько работ из довольно обширного списка: Бурлацкий Ф.М. Вожди и советники. О Хрущеве, Андропове и не только о них. М., 1990; Медведев Р.А., Медведев Ж.А. Хрущев у власти. Columbia, 1970; Никита Сергеевич Хрущев. Материалы к биографии. М., 1989; Свет и тени «великого десятилетия». Н.С. Хрущев и его время. Л., 1989.

<sup>11</sup> XX съезд и его исторические реальности / Под общ. ред. В.В. Журавлева. М., 1991; Зубкова Е.Ю. Общество и реформы. 1945 – 1964. М., 1993; Опенкин Л.А. Оттепель: как это было. 1953 – 1965. М., 1991; Пихоя Р.Г. Советский Союз: История власти. 1945 – 1991. М., 1998; Пыжиков А.В. Хрущевская «оттепель». 1953 – 1964. М., 2002; Filtzer, Donald. The Khrushchev era: de-Stalinisation and the limits of reform in the USSR, 1953 – 1964. Basingstoke, 1993; Taubman W., Khrushchev S., Cleason A. (Ed). Nikita Khrushchev. New Haven & London, 2000 и др.

<sup>12</sup> Аксютин Ю.В. Хрущевская «оттепель» и общественные настроения в СССР в 1953 – 1964 гг. М., 2004; Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина. В 4-х кн. Кн. 1. Эпоха Хрущева. М., 2001.

<sup>13</sup> Dallin D.J. Soviet Foreign Policy after Stalin. L., 1960; Richter J. Khrushchev's Double Bind. International Pressures and Domestic Coalition Politics. Baltimore, London, 1994.

<sup>14</sup> Советская внешняя политика в годы «холодной войны» (1945 – 1985). Новое прочтение / Отв. ред. Л.Н. Нежинский. М., 1995; Фурсенко А., Нафтали Т. Адская игра (Секретная история Карибского кризиса 1958-1964). М. 1999; Фурсенко А.А. Безумный риск: секретная история Кубинского ракетного кризиса 1962 г. М., 2006; Allyn B. J., Blight J., Welch D. A. Cuba on the Brink: Castro. The

Исторические исследования, посвященные деятельности Н.С. Хрущева и внешней политике периода «оттепели», создали необходимые предпосылки для решения задач данной диссертации, поскольку они позволяют воссоздать исторический контекст, который сам по себе является важным условием для формирования имиджа политика. Однако собственно имиджевые стратегии, механизмы формирования позитивного образа СССР и Н.С.Хрущева в мире не являлись предметом исторических исследований, поэтому изучение этой проблемы представляет собой новый аспект историографии советского периода российской истории.

Для решения задач диссертации важное значение имеет специальная литература по теории имиджа и практике имиджологии<sup>15</sup>, а также исследования по проблемам лидерства и психологии лидера<sup>16</sup>. Проблема формирования международного имиджа России на современном этапе исследуется в работах Э.Г.Галумова<sup>17</sup>.

Авторы книг по теории имиджологии и имиджмейкерству обращаются в своих исследованиях и к историческим сюжетам. Однако предпочтение при этом отдается зарубежным лидерам, истории их успеха или поражения. Отечественные политические деятели представлены прежде всего такими персонажами, как Сталин, Горбачев, реже – Ленин. Личность Хрущева в этой связи иногда упоминается, однако в качестве самостоятельного объекта исследования он не выступает.

Таким образом, в профессиональной историографии отсутствуют исследования, посвященные проблеме формирования имиджа Н.С.Хрущева, а специальные исследования по имиджологии не рассматривают его в качестве своего объекта.

*Цель диссертации* заключается в изучении структур и механизмов формирования имиджа Н.С.Хрущева в процессе международной коммуникации. В роли структур выступают советские институты и организации, ответственные за создание позитивного образа Хрущева на международной арене. Механизмы формирования имиджа включают совокупность специальных технологий,

---

Missile Crisis and the Soviet Collapse. N. Y., 1993; Филитов А.М. Германский вопрос: от раскола к объединению. М., 1993 и др.

<sup>15</sup> Почепцов Г.Г. Имиджология. М. – Киев, 2001; Он же. Паблик рилейшенз для профессионалов. М., 2000; Он же. Теория коммуникации. М. – Киев, 2001; Шепель В.М. Имиджология. М., 1996; Bruce B. Images of power. How the image makers shape our leaders. L., 1992; Sampson E. The image factor. A guide to effective self-presentation for career enhancement. L., 1994.

<sup>16</sup> Арон Р. Демократия и тоталитаризм. М., 1993; Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. М., 1992; Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990; Менегетти А. Психология лидера. М., 2002; Фромм Э. Иметь или быть? М., 1990.

<sup>17</sup> Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2003; Он же. Имидж против имиджа. М., 2005.



используемых при конструировании образа Хрущева, и каналы его трансляции на зарубежную аудиторию.

Цель диссертации предполагает решение следующих *основных задач*:

- выявление комплекса исторических условий, оказавших влияние на формирование международного имиджа Н.С. Хрущева;
- выделение этапов формирования международного имиджа советского лидера;
- определение институтов и структур, занимающихся формированием и трансляцией имиджа;
- проведение отбора имиджевых стратегий и инструментария, использовавшихся при построении образа «Хрущев для мира», оценка эффективности деятельности советских пропагандистских служб на этом направлении;
- определение значения отдельных каналов трансляции и восприятия имиджа; оценка роли прессы в этом процессе;
- сравнение результатов деятельности советской и зарубежной прессы по формированию и трансформации имиджа советского лидера;
- оценка эффективности влияния международного имиджа Н.С.Хрущева на решение задач советской внешней политики.

*Источниковая база исследования* основывается на нескольких категориях источников, как опубликованных, так и архивных. *Опубликованные источники* могут быть объединены в следующие основные группы: 1) произведения Н.С.Хрущева (выступления, речи, интервью); 2) документы ЦК КПСС; 3) материалы зарубежных визитов Н.С.Хрущева и визитов лидеров других стран в СССР; 4) материалы периодической печати; 5) мемуары.

Среди *произведений Н.С.Хрущева* главное внимание уделялось текстам его *выступлений, речей, интервью*, в которых затрагивались вопросы внешней политики и международных отношений. Вместе с тем официальные публикации выступлений Хрущева не могут служить достаточно надежным и полным источником для представления вербальных характеристик его имиджа. В диссертации решалась задача восстановления оборотов речи Хрущева, которые не вошли в официальные публикации, но были отмечены слушателями (и потом неоднократно воспроизводились). Информация такого рода содержится в материалах зарубежной прессы, а также в воспоминаниях.

*Опубликованные документы Центрального Комитета КПСС* позволяют получить представление об основных решениях, направляющих процесс перестройки советской системы пропаганды на

зарубежные страны, и – частично - о механизмах управления имиджем Н.С.Хрущева.

*Материалы зарубежных визитов Н.С.Хрущева и визитов лидеров других стран в СССР*, которых принимал Н.С.Хрущев, публиковались в виде газетных отчетов, а также выходили отдельными сборниками. Среди изданий такого рода выделяется книга «Лицом к лицу с Америкой», посвященная визиту Хрущева в США 1959 г. Книга, написанная коллективом журналистов, стала одним из первых опытов формирования официального имиджа Хрущева.

Одним из главных источников информации об особенностях презентации и восприятия имиджа Н.С.Хрущева служат *материалы периодической печати*. В диссертации ставилась задача сравнить презентацию образа Хрущева в советской и зарубежной прессе. Издания для анализа отбирались по адресному и видовому принципу: они должны были быть рассчитаны на достаточно массовую аудиторию, содержать как текстовой, так и иллюстративный материал. По этому принципу в выборку попали крупнейшие газеты и популярные политические еженедельники. Советская пресса представлена такими изданиями, как газеты «Правда» и «Известия», журнал «СССР» (выходящий в США на английском языке); западная пресса - газетой «Нью Йорк Таймс» (The New York Times), иллюстрированными еженедельниками – американским «Тайм» (Time) и западногерманским «Шпигель» (Der Spiegel). Эта выборка является достаточно представительной для решения задач диссертации, поскольку указанные издания включают не только статьи и визуальные материалы собственных корреспондентов, но и широко цитируют материалы других печатных изданий. В газетах и еженедельниках достаточно широко представлены изобразительные материалы: фотографии, шаржи, карикатуры. Они содержат информацию о внешнем облике Хрущева, характерных жестах, об устойчивых чертах визуальной компоненты его имиджа и границах ее изменчивости.

*Источники мемуарного жанра* представляют воспоминания самого Н.С.Хрущева, людей из его ближнего круга (прежде всего членов семьи – А.И.Аджубея, С.Н.Хрущева), лиц, сопровождавших советского руководителя в зарубежных поездках, переводчиков, консультантов – Г.А.Арбатова, Ф.М.Бурлацкого, В.Н.Зорина, В.М.Суходрева, О.А.Трояновского, Д.Т.Шепилова и других. Практически все авторы воспоминаний, включая главного фигуранта, в той или иной степени участвовали в формировании его международного имиджа. Взгляд на советского лидера «со стороны» представлен в мемуарах его зарубежных партнеров по переговорам – Д.Эйзенхауэра, К.Аденауэра, Г.Макмиллана.

Несмотря на довольно обширный круг опубликованных источников, они не позволяют в полной мере реконструировать процесс формирования международного имиджа Н.С.Хрущева. Обычно опубликованные документы не раскрывают механизма, «кухни» этого процесса. Выявление источников, содержащих информацию такого рода, было проведено по нескольким архивам и архивным фондам. *Архивные документы*, ставшие основой источниковой базы диссертации, можно систематизировать по принципу происхождения и объединить в следующие группы: 1) документы ЦК КПСС и его отделов<sup>18</sup>; 2) документы ведомств, занимающихся вопросами внешнеполитической пропаганды<sup>19</sup>; 3) письма советских и зарубежных граждан<sup>20</sup>.

Наиболее информативными для решения задач диссертации являются *материалы ЦК КПСС и его отделов* (РГАНИ, ф. 5): Общего отдела, Отдела пропаганды и агитации (с 1956 г – Отдела пропаганды и агитации по союзным республикам), с 1962 г. - Идеологического отдела. К исследованию были привлечены следующие материалы этих отделов: постановления, проекты постановлений и другие директивные документы по вопросам внешнеполитической пропаганды; аналитические записки о состоянии и методах работы зарубежных пропагандистских структур; материалы надзора за пребыванием в СССР иностранных граждан (журналистов, членов официальных делегаций, туристов); справки КГБ о содержании передач Би-Би-Си и «Голос Америки»; отчеты о встречах Хрущева с зарубежными корреспондентами; справки об освещении внешнеполитических инициатив Хрущева в зарубежных СМИ; официальные биографии Хрущева, передаваемые по системе Иновещания, и другие материалы.

Комплекс документов, отложившихся в фондах ЦК КПСС, необходимо рассматривать вместе с другой группой архивных документов - *материалами ведомств, ответственных за советскую внешнеполитическую пропаганду*: ТАСС, АПН, Госкомитета по культурным связям с зарубежными странами, Госкомитета по радиовещанию и телевидению. Документы этих ведомств, имеющие отношение к формированию имиджа Н.С.Хрущева, были выявлены в соответствующих архивных фондах (ГАРФ, фф. 4459, 6903, 9518, 9587), а также в фонде ЦК КПСС. В ЦК КПСС поступали, как правило, обобщающие и аналитические материалы (отчеты, докладные записки, обзоры и т.д.), тогда как фонды ведомств содержат оперативную информацию о работе своих служб и структурных подразделений, а

<sup>18</sup> Российский государственный архив новейшей истории. Ф. 5. Оп. 16, 30, 32, 55.

<sup>19</sup> Государственный архив Российской Федерации. Ф. 4459. Оп. 38; Ф. 6903. Оп. 23, 25; Ф. 9518. Оп. 1, 1а; 9587. Оп. 2.

<sup>20</sup> Государственный архив Российской Федерации. Ф. 5446. Оп. 93, 94, 95, 96.

также подготовительные материалы для отчетов и докладных записок в ЦК КПСС. Эпистолярную группу неопубликованных источников представляют *письма зарубежных и советских граждан* с откликами на визиты и внешнеполитические инициативы Хрущева, находящиеся в фонде Управления делами Совета Министров СССР (ГАРФ, ф. 5446). Эти материалы являются одним из источников анализа механизма восприятия имиджа Хрущева. Письма зарубежных авторов представлены, как правило, в двух вариантах – в оригинале и переводе на русский язык. Факт перевода писем «простых» граждан свидетельствует о том, что реакция на международные визиты Хрущева внимательно изучалась аппаратом председателя правительства. Вместе с тем эти документы требуют к себе критического отношения: письма уже прошли предварительную селекцию, а принципы произведенного отбора установить достаточно трудно.

Источниковая база диссертации представляет собой единый документальный комплекс, информация, представленная в разных группах источников, является взаимодополняемой и нуждается в сравнительном анализе.

*Теоретико-методологической основой исследования* стали подходы, разрабатываемые в русле «новой политической истории» (культурной истории политического)<sup>21</sup>. Суть поворота от традиционной к новой политической истории, заключалась в смещении акцента исследования на «социокультурный аспект властвования», т.е. на «приемы властвования, имидж власти в глазах современников, средства, которыми он создавался, его эффективность»<sup>22</sup>. В рамках этого направления политика, в том числе и сфера международных отношений, рассматривается как коммуникативный контекст, сочетающий в себе «политику решений» и «политику презентаций». Одним из направлений «новой политической истории» является культурная история пропаганды, которая рассматривает создание имиджей политиков как одну из главных составляющих пропагандистской деятельности.

<sup>21</sup> Ле Гофф Ж. Является ли все же политическая история становым хребтом истории? // Thesis: Теория и история экономических и социальных институтов и систем. М., 1994. Т. 2. Вып. 4. С. 177 – 192; Кром М.М. Новая политическая история: темы, подходы, проблемы // Новая политическая история. Сборник статей. СПб., 2004. С. 7 – 20; The New Political History // Kritika. 2004. N 1. Winter; Frevert U. Neue Politikgeschichte // Kompass der Geschichtswissenschaft. Ein Handbuch. J. Eibach, G. Lottes (Hrsg.). Göttingen, 2002. S. 152 – 165; Mergel Th. Überlegungen zu einer Kulturgeschichte der Politik // Geschichte und Gesellschaft 28 (2002) S. 574 – 606; Landwehr A. Diskurs – Macht – Wissen. Perspektiven einer Kulturgeschichte des Politischen // Archiv für Kulturgeschichte 2003. Bd. 85. S. 71 – 117.

<sup>22</sup> Бессмертный Ю.Л. Некоторые соображения об изучении феномена власти и о концепциях постмодернизма и микроистории // Одиссей. Человек в истории. 1995. М., 1995. С. 14 – 15.

Исторический подход к изучению имиджа представляет его в трех сферах бытования, которые условно можно обозначить как 1) сферу конструирования, 2) сферу репрезентаций, 3) сферу восприятия и интерпретаций. В сфере конструирования имиджа происходит создание сообщений (посланий). Имиджевое сообщение предполагает прежде всего позиционирование политика через приписывание ему определенных символических ролей (например, «борец за мир» или «коммунист номер один»). Эти роли закреплялись в персональной легенде. В сфере репрезентаций имиджевые сообщения через различные каналы и механизмы транслировались на аудиторию. На этом поле особое значение приобретают язык, жесты, внешний вид, инсценировки. В сфере восприятия имиджа происходит тестирование имиджевых сообщений, в результате которого они усваиваются, трансформируются или отклоняются аудиторией. На этом уровне появляется возможность оценить эффективность функционирования как сферы конструирования имиджа, так и сферы его репрезентации.

В работе с источниками использовались как традиционные методы исторического исследования, так и инструментальный имиджелогии. К традиционным методам исторического познания, на которых строится анализ источников, следует отнести проблемно-хронологический, описательный, компаративный.

Среди методов имиджелогии главное внимание уделялось основным приемам построения имиджа и управления им. Имидж лидера является соответствующим образом организованной и представленной информацией о нем. Совокупность данных о лидере преобразуется в значимую для потребителя (аудитории) информацию посредством использования специальных пиар-технологий, в том числе позиционирования, вербализации, визуализации. Эти приемы определили специальный инструментальный диссертации.

Позиционирование заключается в акцентировании внимания аудитории на определенных качествах объекта, чтобы сделать его для этой аудитории значимым. Выбранные позиции закрепляются в персональной легенде - официальной биографии лидера, предназначенной для трансляции на определенную аудиторию. Для выявления основных содержательных элементов международного имиджа Хрущева в диссертации проводилось сравнение официальных биографий Хрущева, транслируемых, с одной стороны, на советскую, а с другой - на западную аудиторию.

Прием визуализации имиджа предполагает анализ источников с точки зрения содержащейся в них информации о внешности Н.С. Хрущева, его одежде, характерных жестах, особенностях поведения на публике. Вербальные характеристики имиджа Н.С. Хрущева выявлялись с помощью анализа текстов - как самого Хрущева, так и

свидетелей его выступлений. При этом акцентировалось внимание не только на содержании сказанного, но и на манере общения с аудиторией, что стало признаком особого «стиля Хрущева». Не все высказывания и обороты речи воспринимаются аудиторией как имиджевые сигналы. Выделение подобных сигналов – наиболее ярких, устойчивых и повторяющихся оборотов речи Н.С.Хрущева являлось одной из задач работы с источниками.

Таким образом, диссертационное исследование строится на *междисциплинарном подходе*, сочетающем традиционные и новые методы исторического познания (в рамках культурной истории политического) и приемы прикладной имиджелогии. Использование инструментария имиджелогии открывает новые возможности для анализа исторических источников и дополняет таким образом традиционный инструментарий историка. При этом принцип историзма определяет главное направление и содержание данного исследования.

*Научная новизна* диссертационного исследования заключается в следующем:

1. В диссертации впервые был предложен и реализован новый подход к изучению истории внешней политики СССР и международных отношений периода «оттепели» - через призму функционирования имиджей. Этот ракурс исследования позволил дополнить историографию вопроса, концентрирующуюся на «политике решений», анализом «политики презентаций». В диссертации доказывается, что международный имидж Н.С.Хрущева был одним из важных инструментов решения внешнеполитических задач этого периода.

2. Исследование вносит новый вклад в изучение истории советской пропаганды (особенно внешнеполитической пропаганды) на одном из наиболее динамичных периодов ее развития. Впервые в историографии работа советских служб пропаганды на зарубежные страны представлена как разновидность пиар-деятельности, одним из главных направлений которой являлось формирование позитивного образа СССР и его лидера Н.С.Хрущева в мире. Особенностью исследования является комплексное использование институционального и инструментального подходов к изучению советской внешнеполитической пропаганды, что позволило оценить эффективность работы ее конкретных служб и каналов распространения информации.

3. В диссертации представлены новые аспекты деятельности Н.С. Хрущева на мировой арене, которые заключались в преодолении негативных стереотипов восприятия СССР и формировании атмосферы доверия между ним и западными партнерами. Впервые внешнеполитическая деятельность Н.С. Хрущева рассматривается как

процесс работы над созданием имиджа «для мира»: анализируются механизмы формирования, содержание и структура образа советского лидера. Материалы диссертации доказывают, что изучение имиджей является перспективным направлением развития жанра исторической биографии.

4. Впервые был введен в научный оборот большой комплекс архивных документов, раскрывающих механизмы формирования международного имиджа Н.С.Хрущева (в том числе директивные документы по информационному обеспечению внешнеполитических кампаний, отчеты о встрече Н.С.Хрущева с представителями зарубежных СМИ, материалы контроля за корреспонденцией зарубежных журналистов, письма иностранных граждан с отзывами об СССР и Хрущеве и другие документы). Поскольку изучение имиджей лидеров советской эпохи еще не имеет устойчивой традиции, источниковая база диссертации может служить в качестве «модели» документального обеспечения такого рода исследований.

5. В диссертации используется новый инструментарий исторического исследования. В работе апробированы методики анализа источников, основанные на адаптации приемов теоретической и прикладной имиджологии к историческому материалу и к решению задач исторического исследования.

*Практическое значение исследования* заключается в том, что оно создает концептуальные и методические основы для дальнейших научных разработок по истории России (СССР) и международных отношений, особенно второй половины XX века. Результаты исследования могут быть также использованы в практике преподавания новейшей истории России, подготовке учебных и специальных курсов и программ.

*Апробация результатов исследования.* Диссертация была обсуждена на заседании кафедры истории России новейшего времени Историко-архивного института РГГУ и рекомендована к защите. Результаты исследования были также представлены в виде докладов на совместном российско-германском семинаре «Десталинизация в СССР» в РГГУ (2004 г.), на ежегодном «круглом столе» в Институте российской истории РАН «Россия и мир глазами друг друга» (2006 г.). Результаты диссертационного исследования отражены в опубликованных статьях общим объемом более 2,5 п.л., в том числе три статьи опубликованы в ведущих рецензируемых журналах.

*Структура работы.* Диссертация состоит из трех глав, введения, заключения, списка источников и литературы.

## Основное содержание работы

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, определяются его объект и предмет, хронологические рамки, анализируется степень изученности проблемы, формулируются цели и задачи исследования, дается общая характеристика источниковой базы, характеризуются теоретико-методологические подходы к исследованию и приемы работы с источниками.

В первой главе – «Условия формирования международного имиджа Н.С.Хрущева» - рассматривается исторический контекст и организационные предпосылки деятельности по созданию нового образа Советского Союза и его лидера в мире.

В первом параграфе – «Новые задачи советской внешней политики и расстановка сил в руководстве страны» - представлены тенденции развития международных отношений после смерти Сталина и динамика изменения статуса Н.С.Хрущева внутри «коллективного руководства», его роли в решении внешнеполитических задач. Среди проблем, доставшихся новому руководству СССР в наследство от Сталина, был комплекс внешнеполитических вызовов, от ответа на которые зависела будущая конфигурация международных отношений и стабильность внутривнутриполитической ситуации. СССР и страны Запада – два главных противоборствующих лагеря на поле холодной войны – в 1953 г. стояли перед выбором между продолжением политики конфронтации, с одной стороны, и разрядкой – с другой. Бесперспективность первого пути осознавалась как на Востоке, так и на Западе, поэтому почти одновременно обеими сторонами была продемонстрирована готовность к налаживанию диалога. Однако переход от деклараций к практическим договоренностям требовал не только пересмотра внешнеполитических доктрин, но и преодоления расхожих стереотипов восприятия друг друга. Образ «врага», одинаково характерный как для восприятия западного мира в СССР, так и Советского Союза в странах Запада, стал серьезным препятствием на пути реализации нового курса в международных делах. Новые задачи советской внешней политики потребовали формирования позитивного имиджа страны в мире. Смена имиджа страны означала одновременно и смену имиджа ее лидеров.

Н.С.Хрущев не сразу стал «лицом» советской внешней политики. Позитивные перемены во внешнеполитической ориентации кремлевского руководства на Западе связывались прежде всего с именем Г.М.Маленкова, тогда как первое появление на международной арене Хрущева было встречено с известным скепсисом. Поэтому при выстраивании своего имиджа «для мира» Хрущеву пришлось преодолевать не только негативное отношение к Советскому Союзу, но



и недоверие к своей собственной персоне. На этом пути Хрушев столкнулся с двумя главными трудностями: во-первых, отсутствием личного опыта дипломатической деятельности, а во-вторых, неясным формальным статусом своего положения внутри «коллективного руководства». Перелом наступил в 1956 г., после XX съезда КПСС; когда на Западе Хрушев по неформальным критериям был признан первым лицом в советском руководстве. Формальное закрепление этой статусной позиции произошло только в январе 1958 г. с назначением Хрущева на пост главы правительства.

Во втором параграфе – *«Перестройка советской системы пропаганды на зарубежные страны»* – рассматриваются организационные условия воплощения проекта «Хрушев для мира» в жизнь. Информационным обеспечением проекта занимались советские службы внешнеполитической пропаганды – Совинформбюро, ТАСС, АПН, ВОКС, Государственный комитет по культурным связям с зарубежными странами, Главное управление по радиовещанию и телевидению, международные издательства. Руководство этой деятельностью осуществляли соответствующие структурные подразделения ЦК КПСС. Вопросы, связанные с презентацией деятельности Н.С.Хрущева, курировались его личным секретариатом и Общим отделом ЦК КПСС. Кроме этого, при Хрущеве и под его непосредственным руководством функционировала личная «пиар-команда», состоящая из помощников, консультантов и спичрайтеров. Наличие такой команды (по сути «пиар-штаба») свидетельствовало, что советский лидер, в отличие от своих предшественников, взял на вооружение опыт западных политиков.

Решение задачи формирования нового имиджа Советского Союза и Н.С.Хрущева потребовало серьезной реорганизации пропагандистских структур и методов их работы, которая началась в 1957 г. Главными недостатками советской пропаганды на зарубежные страны были, во-первых, низкая оперативность подачи информации и, во-вторых, несоответствие содержания и форм пропагандистской работы запросам и особенностям восприятия зарубежной аудитории.

Новые политические вызовы 1950-х – 1960-х гг. сопровождалась вызовами информационными. Началась эпоха всеобщей визуализации информации, связанная с распространением телевидения. Советская внешнеполитическая пропаганда осваивала новые информационные форматы и способы влияния на западную аудиторию. При этом она активно изучала и заимствовала опыт западных пропагандистских служб, прежде всего США. В результате в процессе формирования и трансляции позитивного образа Н.С.Хрущева на Запад были задействованы практически все современные средства массовой информации – пресса, радио, телевидение. Особенностью периода

«оттепели» стало развитие личных контактов с представителями западного мира, которые рассматривались как лидеры мнений для аудиторий своих стран. Иностраный туризм и встречи иностранных граждан с советскими руководителями, хозяйственниками, деятелями науки и культуры стали еще одним каналом формирования позитивного образа СССР и его лидера Хрущева в мире. Развитие подобных контактов, почти невозможных в сталинскую эпоху, давало повод западным экспертам оценивать перемены в политике как поворот к большей открытости советского общества. Эти наблюдения были одной из составляющих формирования позитивного образа страны в мире.

Вместе с тем советским службам внешнеполитической пропаганды не удалось полностью преодолеть «груз прошлого» и адекватно ответить на информационные вызовы середины XX века. Состояние советской пропаганды продолжало вызывать критику со стороны как западных, так и советских экспертов. Эти недостатки отрицательно сказывались на эффективности представления имиджа Хрущева на Западе.

Процесс формирования международного имиджа Н.С.Хрущева, ориентированного на западную аудиторию, прошел несколько этапов. Первый этап (1955 – 1957 гг.) являлся подготовительным. На поле международной коммуникации Н.С.Хрущеву, находившемуся до этого в стороне от решения внешнеполитических проблем, пришлось осваивать новые для себя формат и стиль поведения. Международный имидж Советского Союза этого периода выступал в «двуликом» образе - «Б и К» (Булганин и Хрущев), или «вождей-близнецов», как называла первых лиц советской внешней политики западная пресса.

Второй этап (1958 г. – август 1959 г.) стал началом деятельности по формированию международного имиджа Н.С.Хрущева как целевого проекта, представляющего собой спланированные пропагандистские акции. Политические, организационные и научно-технические предпосылки для реализации полномасштабного пиар-проекта «Хрущев для мира» сложились в 1957 г.: 1) благодаря устранению с политической сцены влиятельных конкурентов – «антипартийной группы» и маршала Г.К.Жукова - Хрущев укрепил свои позиции внутри высшего слоя советского руководства, став по сути единоличным лидером страны; 2) перестройка советской внешнеполитической пропаганды создала необходимые организационные условия для формирования позитивного имиджа Хрущева на мировой арене; 3) успехи в реализации советской космической программы (запуск искусственного спутника Земли) обозначили приоритет страны на важнейшем направлении научно-технического соревнования между Востоком и Западом (фактически

между СССР и США) – это создало предпосылки на выстраивания диалога и в других областях на равноправной основе.

Третий этап (сентябрь 1959 г. – апрель 1960 г.) с точки зрения реализации проекта формирования позитивного образа Хрущева на Западе был наиболее успешным периодом, на который пришелся пик популярности советского лидера в западном мире. Ключевую роль в процессе презентации и восприятия Хрущева играли два события – визит в США в сентябре 1959 г. и визит во Францию в марте 1960 г. Концепция имиджа Хрущева в этот период точно соответствовала как задачам советской внешней политики, так и интересам аудитории, на которую данный имидж транслировался. Благодаря усилиям Хрущева и работавших на него пропагандистских служб образ Советского Союза приобретает в глазах западного мира ряд положительных черт, за Хрущевым закрепляется имидж лидера-«мировотворца». Особенностью данного этапа является то обстоятельство, что позитивные перемены в международной политике были связаны прежде всего со сферой презентаций (имиджей), а не со сферой решений, поскольку конкретных соглашений по главным проблемам мировой политики достигнуть тогда не удалось.

На четвертом этапе (май 1960 г. – октябрь 1962 г.) – от «шпионского скандала» с американским самолетом-разведчиком до Карибского кризиса – происходит частичное изменение концепции международного имиджа Н.С.Хрущева за счет акцентирования внимания на его силовой компоненте. Это репозиционирование, обусловленное сменой тактических задач Кремля, вместе с тем привело к очевидным имиджевым потерям, когда образ Хрущева-мировотворца в глазах западной аудитории сменился на противоположный (угроза миру).

Пятый этап (ноябрь 1962 г. – октябрь 1964 г.) в процессе формирования международного имиджа Н.С.Хрущева связан с новым положительным позиционированием. Эти изменения имели конструктивную природу, т.е. были обусловлены не столько удачными презентациями, сколько конкретными политическими решениями, прежде всего выходом из Карибского кризиса и подписанием межгосударственного соглашения о запрещении ядерных испытаний в трех средах.

Процесс формирования международного имиджа Н.С.Хрущева обладал, таким образом, определенной динамикой. Образ советского лидера в мире складывался под влиянием как новых внешнеполитических задач, так и перемен в расстановке сил внутри политического руководства страны.

Во второй главе – «Стратегии построения и репрезентации образа Н.С. Хрущева для Запада» - анализируются содержательные

аспекты деятельности по конструированию и презентации международного имиджа советского лидера. Стратегии построения и репрезентации образа Н.С.Хрущева для Запада представляли собой совокупность правил и методов, используемых при создании его международного имиджа. Стратегически образ Хрущева выстраивался под решение задач советской внешней политики, тактически – был ориентирован на особенности конкретной ситуации и личные возможности Н.С.Хрущева.

Первый параграф – *«Индивидуальные особенности Н.С.Хрущева как политического лидера»* - посвящен характеристике его лидерских качеств, психологического склада, способностей к самопрезентации. Личные качества Н.С.Хрущева задавали определенные рамки при конструировании его образа, предназначенного для трансляции на Запад. По типу психологического склада Н.С.Хрущев относился к лидерам с высокой потребностью в достижении. Лидеры этого типа в международных отношениях более кооперативны, менее конфликтны, склонны к минимальным военным действиям. «Кабинетной» политике они предпочитают личные встречи с лидерами других государств. Для Хрущева власть играла прежде всего инструментальную функцию, т.е. служила средством осуществления достижений. В соответствии с этой особенностью его международный имидж тоже имел «инструментальный» характер, выстраивался под конкретную задачу.

Стиль поведения Хрущева в международных делах определял прагматизм. Не будучи догматиком, он обнаруживал способность отменять решения, оказавшиеся ошибочными (что доказывает его поведение в период Карибского кризиса). Однако меняя тактику в критических ситуациях, Хрущев мог демонстрировать исключительное упорство в отстаивании неконструктивной линии, когда обстановка не грозила какими-либо серьезными осложнениями (поведение на сессии Генеральной ассамблеи ООН в 1960 г.).

Хрущев много работал над своим имиджем. Благодаря природным актерским качествам и способностью к самопрезентации он был мастером перфоманса и импровизаций. Импульсивность и эмоциональные вспышки советского лидера, дававшие повод упрекать его в непредсказуемости, часто были обычными имиджевыми трюками. Открытость и демократизм также являлись частью имиджевой стратегии Хрущева. Он охотно встречался с западными журналистами, устраивал пресс-конференции, давал интервью, и, при этом, следил за тем, чтобы его жесты, поступки, высказывания имели соответствующий резонанс.

Ряд личных качеств Хрущева благоприятно работали на его имидж, в их числе стремление к лидерству, природное актерство, коммуникабельность, прагматизм. Другие качества Хрущева –

недостаток образования, нетерпимость к чужому мнению, комплекс «груза прошлого» и др. могут рассматриваться как факторы, негативно влияющие на процесс формирования его международного имиджа.

Второй параграф – *«Позиционирование и создание персональной легенды Н.С.Хрущева»* - посвящен технологии выстраивания его нового образа, предназначенного для трансляции на западную аудиторию. Построение имиджа начинается с позиционирования. Эффективность международного имиджа зависит прежде всего от соответствия выбранных позиций-ролей как задачам внешней политики государства, от лица которого выступает лидер, так и особенностям международной обстановки.

В процессе работы над международным имиджем Хрущева советским службам пропаганды, особенно вначале, пришлось преодолевать расхожие стереотипы восприятия Хрущева, существующие на Западе. Во-первых, в западных средствах массовой информации за Хрущевым закрепилась репутация «аграрника», специалиста по сельскому хозяйству, что создавало препятствия для позиционирования его в роли первого лица государства и «эксперта» в международных делах. Во-вторых, негативное влияние на международный имидж Хрущева оказывало его восприятие как «наследника» Сталина и нового советского диктатора. Преодоление этих стереотипов происходило не только благодаря политическим решениям, но и в результате использования пиар-технологий. Позиционирование Хрущева от противного (как не Сталина) стало одной из его ключевых имиджевых ролей.

Помимо презентации Хрущева в роли антипода Сталина в концепции имиджа Н.С.Хрущева, транслируемого на Запад, ключевое значение имели три позиции: 1) «миротворец» (варианты при репозиционировании – «борец за мир», «защитник мира»), 2) «полномочный представитель Советского Союза»; 3) «коммунист №1» (вариант «полномочный представитель лагеря социализма»). Этот образ закреплялся в персональной легенде (официальной биографии) и транслировался на аудиторию.

Позиционируя Хрущева как борца за мир, советская пропаганда сделала вдвойне удачный ход, поскольку образ этот работал на авторитет лидера не только за рубежом, но и внутри страны. Для граждан Советского Союза, недавно переживших разрушительную войну, мир был абсолютной ценностью, поэтому презентуя главный смысл деятельности Хрущева как борьбу за сохранение мира, пропаганда точно учитывала интересы и потребности отечественной аудитории. Позиция «миротворца», однако, оказалась не такой устойчивой в глазах аудитории западной. Благоприятное впечатление, которое вначале произвел Хрушев на западную публику, представ

перед ней в «мантии мира», в результате последующего демарша в ситуации «шпионского скандала» 1960 г. сменилось недоверием и сомнениями в искренности миролюбивых заявлений советского руководителя. Эти заявления находились кроме того в очевидном противоречии с часто повторяемым Хрущевым тезисом - о неизбежной гибели капитализма в «исторической перспективе». Ядерный блеф, к которому прибегал советский лидер, тоже не прибавлял его образу черт доверия.

Неоднозначное восприятие вызвала и другая ключевая позиция имиджа Хрущева - «коммунист № 1». С одной стороны, стиль поведения Хрущева, представшего перед западной публикой в образе «обычного» человека вместо ожидаемого «коммунистического монстра», способствовал формированию позитивного образа не только Хрущева, но и Советского Союза. Вместе с тем совмещение в одном лице двух имиджевых позиций – «коммуниста №1» и «полномочного представителя государства» («товарища» и «господина») – в глазах западных партнеров Хрущева выглядело отнюдь не бесспорным. Подобное совмещение не только создавало проблемы на уровне дипломатического протокола, но и вызывало подозрение принимающей стороны относительно стремления Хрущева превратить официальный визит в «пропагандистское турне».

Для восприятия имиджа как определенного набора значимых для аудитории символов большое значение имеет ритуализация действий политика. Трансляция образа «полномочного представителя СССР» закреплялась на уровне ритуала «рапорта трудящимся» после возвращения Хрущева из очередного зарубежного визита. Процедура «рапорта» складывалась постепенно, она становилась составной, завершающей частью визита, символизируя причастность всего народа к деяниям своего руководителя.

Создатели персональной легенды Хрущева в целом успешно справились со своей задачей. Его официальная и транслируемая на западную аудиторию биография была выстроена в соответствии с выбранным имиджем. Акцент в ней делался на демократичном («из народа») происхождении, «шахтерском» прошлом, военных заслугах. Помимо анкетных данных в персональной легенде, транслируемой на Запад, выделялся комплекс индивидуальных качеств советского лидера: демократизм в общении, энергичность, крепкое физическое здоровье. Преодолев советскую традицию, новые биографы придали облику Хрущева «для мира» значимые для зарубежной аудитории черты, например, наличие семьи, которая путешествовала вместе с ним. Однако информации личного свойства о советском премьере было по-прежнему недостаточно, из-за этого его международному имиджу не хватало черт, формирующих доверие аудитории.

В третьем параграфе – «Визуальные и вербальные характеристики имиджа Н.С.Хрущева» - анализируются внешний вид, характерные жесты и высказывания советского лидера, ставшие частью его имиджа. Визуальные и вербальные характеристики имиджа Хрущева в целом соответствовали выбранным позициям-ролям. Внешний вид, манера поведения, речь, жесты Хрущева призваны были демонстрировать «стиль предельной простоты», который взял на вооружение советский лидер. Имидж Хрущева прошел испытание по всем визуальным и вербальным каналам, при этом его визуальные презентации были, как правило, удачнее, чем представление «на словах». Хрущев был первопроходцем среди советских лидеров, освоившим формат телевидения.

У Хрущева, безусловно, было чувство стиля – в том смысле, что он умел выбирать одежду, адекватную своим внешним данным и статусной позиции. Первым шагом к созданию нового визуального образа советских руководителей был отказ от военизированного стиля одежды, распространенного при Сталине. Однако освоение дипломатического протокола, предписывающего dress-code, далось Хрущеву не так легко, как смена «сталинки» на «украинку». Несмотря на «простой» стиль в одежде Хрущев следил за тем, чтобы выглядеть в глазах западной публики достойно. Приверженность к отечественной продукции, которую он демонстрировал, служила одновременно визуализацией патриотического начала в действиях советского лидера.

Хрущев, как правило, удачно использовал символический язык жестов. Демонстративные поездки в открытых автомобилях во время зарубежных визитов, рукопожатия и обмен головными уборами с «простыми» людьми призваны были визуализировать демократизм, дружелюбие и общительность советского лидера. Вручение лунного выпела, значков и прочих атрибутов с изображением спутника, прибытие в США на новом самолете символизировали приоритет СССР в научно-технической области. Были в этом ряду и неудачные жесты, как, например, инцидент с ботинком в ООН.

Достаточно противоречно складывалось и вербальное наполнение международного имиджа Хрущева. Он был хорошим оратором, умел находить для массовой аудитории ясные и доступные формулировки. Очевидцы подчеркивают образность и красочность его языка. Однако это достоинство, которое могла оценить отечественная аудитория, часто оборачивалось в свою противоположность перед аудиторией зарубежной. Неосторожные выражения Хрущева (например, «мы вас закопаем») стали одной из причин, обусловивших негативную динамику изменения его образа в глазах западного мира.

Анализ документов доказывает, что формирование имиджа Н.С.Хрущева для Запада представляло собой управляемый процесс.

Международный имидж советского лидера выстраивался по всем правилам пиар-деятельности, хотя во времена Хрущева еще не существовало терминологии, используемой современными пиар-технологиями.

В третьей главе – «Роль прессы в формировании международного имиджа Н.С.Хрущева» - рассматриваются особенности представления образа Н.С.Хрущева на страницах советских и западных печатных изданий. Пресса служила главным каналом формирования и трансляции международного имиджа Н.С.Хрущева. В этом процессе были задействованы как советские, так и зарубежные издания. Вместе с тем технологии использования в целях проникновения позитивного образа СССР и Хрущева на Запад отечественных и зарубежных СМИ существенно отличались. Отечественная пресса, находившаяся под полным контролем советских идеологических структур, была послушным инструментом в руках пропаганды, однако эффективность ее влияния на западную аудиторию была невысока. Для проникновения позитивной информации о Хрущеве на Запад через зарубежные издания требовались специальные усилия советских пропагандистских структур, прежде всего работа с представителями западной прессы.

Первый параграф – «Работа с иностранными журналистами и руководителями СМИ западных стран» - посвящен методам и формам влияния советских служб внешнеполитической пропаганды на представителей западной прессы. В этой роли выступали как руководители влиятельных информационных агентств и печатных изданий, так и – в первую очередь – иностранные журналисты, аккредитованные в СССР. Условия работы иностранных корреспондентов в Советском Союзе различались в зависимости от того, издания какого политического направления они представляли: корреспонденты из социалистических стран и коммунистической прессы Запада в плане доступа к информации находились в более выгодном положении по сравнению с их коллегами, представляющими некоммунистическую прессу.

Основными формами работы с иностранными журналистами в середине 1950-х и 1960-е гг. были пресс-конференции, посещение инкорами культурных и иных мероприятий, рассмотрение индивидуальных заявок журналистов, помощь в организации поездок по стране и сборе информации. Для обеспечения влияния на представителей западных СМИ использовался также формат личных встреч журналистов с советскими руководителями, в том числе и с Н.С.Хрущевым. Эти встречи становились важным каналом формирования позитивного образа Хрущева на Западе. Их организация



и процедура, контроль за откликами в западных СМИ находились в ведении личного аппарата Н.С.Хрущева.

Во втором параграфе – *«Динамика представления образа Н.С.Хрущева на страницах советской и западной прессы»* - рассматривается проблема влияния печатных изданий на восприятие образа лидера «своей» и «чужой» аудиторией. Эффективность влияния средств массовой информации на формирование и восприятие имиджа политика зависит не только от позиций журналистов, но и от других факторов: политического контекста и качества аудитории. Изменения образа Хрущева в советской и западной прессе представлены на примере трех контекстных ситуаций: 1) во время официального визита (США, сентябрь 1959 г.); 2) в ситуации скандала (У-2, май 1960 г.); 3) на представительном международном форуме (ООН, сентябрь - октябрь 1960 г.). Выбор данных конкретных исторических ситуаций обусловлен тем, что они оказались поворотными моментами в развитии международного имиджа Хрущева. Контекстные условия определили и выбор аудиторий: в качестве главных целевых аудиторий, на которые транслировался имидж Хрущева, в данном случае выступают советская («своя») и американская («чужая») аудитории.

Сравнивая результаты трансляции имиджа Хрущева на советскую и американскую аудитории в разных контекстных ситуациях 1959-1960 гг., можно сделать вывод, что советские пропагандистские службы делали это с разным успехом. Сначала им удалось не только создать образ Хрущева-мироотворца, но и добиться, чтобы он был принят и «своей», и «чужой» аудиториями. При этом в случае с американской аудиторией пришлось преодолевать и «гало-эффект» прежних мнений, и влияние текущей пропаганды. Однако выбранный имидж оказался настолько адекватным ситуации (требуемый имидж совпал с ожидаемым и реальным), а поведение Хрущева было в этом смысле безукоризненным, что новый образ легко прошел фильтры аудитории и был принят.

Напротив, смена образа в 1960 г. за счет акцентирования внимания на его силовой компоненте была проведена без учета настроений западной аудитории. Поэтому международный имидж советского лидера был скорректирован в глазах западного мира, но вовсе не в том направлении, как задумывали советские службы пропаганды и сам Хрущев. Образ Хрущева, как он сформировался в глазах западной аудитории в 1960 г. – после «шпионского скандала» и сессии ООН – оказался настолько устойчивым, что в дальнейшем не претерпел существенных изменений. Частичная положительная корректировка образа советского лидера в восприятии западного мира началась только после преодоления Кубинского кризиса 1962 г. и заключения договора о запрещении ядерных испытаний в трех сферах в

1963 г. Однако, несмотря на усилия советской пропаганды, полностью восстановить утраченный имиджевый статус лидера-миротворца, а вместе с тем вернуться к пику своей популярности на Западе Хрущеву так и не удалось.

В заключении подведены основные итоги исследования.

Процесс формирования международного имиджа Н.С.Хрущева и результаты этой деятельности следует рассматривать в контексте политических и информационных вызовов середины XX века. Период жесткой конфронтации и блокового противостояния сменился «потеплением» международного климата и началом переговорного процесса между СССР и странами Запада. Советская дипломатия осваивала новый формат диалогового общения с западными партнерами. Этот формат потребовал не только подготовки конкретных решений, но и смены имиджа страны в мире. Формирование позитивного образа страны было неразрывно связано с поиском нового «лица» советского руководства – его международного имиджа.

Главным «лицом» Советского Союза на мировой арене в годы «оттепели» стал Н.С.Хрущев. Материалы диссертационного исследования подтвердили первоначально выдвинутую гипотезу, что деятельность по формированию и корректировке образа советского лидера, предназначенного для трансляции на зарубежную аудиторию, можно рассматривать как реализацию масштабного пиар-проекта «Хрущев для мира». При этом презентация позитивного образа Хрущева на Западе представляла собой главное направление в развитии этого проекта.

Процесс формирования международного имиджа Н.С.Хрущева, ориентированного на западную аудиторию, прошел несколько этапов: 1) 1955 – 1957 гг.; 2) 1958 г. - август 1959 г.; 3) сентябрь 1959 - апрель 1960 г.; 4) май 1960 г.– октябрь 1962 г.; 5) ноябрь 1962 г. – октябрь 1964 г.

Формирование международного имиджа Н.С.Хрущева представляло собой управляемый процесс, требующий соответствующего организационного обеспечения. Этой деятельностью занимались специальные институты и структуры, ответственные за внешнеполитическую пропаганду. Пропаганда на зарубежные страны находилась под контролем ЦК КПСС. В годы «оттепели» советский Агитпроп эволюционизировал в сторону современной «пиар-индустрии», а новый образ Хрущева в мире стал одним из самых успешных советских пиар-проектов. Перестройка советской внешней пропаганды, однако, осталась незавершенной, и, адаптируясь к новым информационным вызовам, она тем не менее не смогла полностью избавиться от своих системных изъянов. Вместе с тем образ Хрущева, каким он сложился в восприятии западного мира, был прежде всего

результатом деятельности самого советского лидера, обладавшим неординарными способностями к самопрезентации.

Результаты проведенного исследования показали, что международный имидж Хрущева конструировался и корректировался по всем правилам имиджологии, хотя ни сам Хрущев, ни его помощники не имели представления о современных пиар-технологиях. Хрущев и службы пропаганды работали над созданием персональной легенды, над визуальным и вербальным наполнением имиджа, занимались позиционированием и репозиционированием.

Международный имидж Н.С.Хрущева не был лишен противоречий. Причина этих противоречий заключалась, во-первых, в конфликте позитивной и силовой компоненты имиджа: предлагая мир, Хрущев одновременно демонстрировал силу (ядерный блеф). Во-вторых, в очевидном противоречии находились такие позиции его имиджа, как «полномочный представитель советского государства» и «коммунист №1»: представление Хрущевым себя как посланца коммунистического мира на Западе не просто снижало его государственный статус, но и становилось препятствием на пути достижения договоренностей.

В процессе формирования имиджа Хрущева на мировой арене использовались все каналы и средства массовой информации: пресса, радио, кинохроника, телевидение. Среди советских руководителей Н.С.Хрущев был первым, кто успешно освоил и использовал для самопрезентации телевизионный формат. Помимо информационных каналов в практике формирования и трансляции позитивного образа Хрущева на Запад использовались возможности «личной дипломатии», осуществляемой в форме культурного обмена, зарубежного туризма, личных встреч Хрущева и других руководителей с представителями западного мира. Важным каналом трансляции имиджа Хрущева на западную аудиторию была работа с лидерами мнений, в роли которых выступали прежде всего представители зарубежных средств массовой информации.

Главная роль в процессе формирования и трансляции международного имиджа Н.С.Хрущева принадлежала прессе. Советская пресса, находящаяся под контролем идеологических структур, использовалась в качестве инструмента формирования позитивного образа Хрущева. Зарубежные печатные издания являлись своего рода «зеркалом», отражающим восприятие транслируемого образа западными экспертами и западной аудиторией. Как показывает сравнение представления образа Хрущева на страницах советской и западных изданий, влияние советских публикации на мнение западной аудитории было относительно невелико. Впечатления о советском лидере на Западе складывались прежде всего под влиянием

непосредственного общения с ним, а также под воздействием западных СМИ.

Результаты внешнеполитической деятельности имеют несколько измерений. Достижение конкретных договоренностей и подписание документов – только одно из них. Не менее важно, однако, подготовить почву для такого рода договоренностей, или, как формулировал свою задачу Н.С.Хрущев, «найти общий язык» с партнерами. Его новый имидж работал прежде всего на решение этой задачи, которая в целом, несмотря на отдельные издержки, оказалась выполненной. В годы «оттепели» стереотип восприятия СССР как закрытого общества и «врага» западного мира стал постепенно разрушаться, страна стала более открытой, политика «наведения мостов» приносила свои плоды в виде расширения контактов и налаживания диалога. Это послужило почвой для достижения межгосударственных договоренностей и развития сотрудничества в разных областях. Внешняя политика Советского Союза в эти годы имела свое «лицо» – это было лицо Хрущева, которое он демонстрировал миру, т.е. его международный имидж.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

1. *Зубков С.А.* Человек и его образ: личностные аспекты формирования международного имиджа Н.С.Хрущева // Вестник РУДН. Сер. «История России». 2006. № 3 (7). С. 100 – 104.

2. *Зубков С.А.* "Лицом к лицу": формирование международного имиджа Н.С. Хрущева в средствах массовой информации // Новый исторический вестник. 2007. № 1 (15). С. 100 – 107.

3. *Зубков С.А.* Родословная кузькиной матери. Крылатые слова Никиты Сергеевича // Родина. 2007. № 2. С. 24 – 26.

4. *Зубков С.А.* Хрущев и Запад: проблемы формирования международного имиджа советского лидера // Россия и мир глазами друг друга: из истории взаимовосприятия. Вып. 4. М., 2007. С. 127 – 152.



Отпечатано в ООО «Компания Спутник+»  
ПД № 1-00007 от 25.09.2000 г.  
Подписано в печать 15.08.07.  
Тираж 100 экз. Усл. п.л. 1,75  
Печать авторефератов (495) 730-47-74, 778-45-60