

Мемораблия американских тематических выставок в СССР как источник по исследованиям публичной дипломатии и пропаганды

А. Е. Фоминых

Марийский государственный университет,
Российская Федерация, 424000, Республика Марий Эл, Йошкар-Ола, ул. Кремлевская, 44

Для цитирования: Фоминых А.Е. Мемораблия американских тематических выставок в СССР как источник по исследованиям публичной дипломатии и пропаганды // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2023. Т. 16. Вып. 2. С. 151–169. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2023.204>

В работе анализируется массив информационных материалов и артефактов, связанных с американскими тематическими выставками, которые проводились в Советском Союзе Информационным агентством США (United States Information Agency, USIA) с 1959 по 1991 г. в рамках советско-американских соглашений о культурных обменах. Американская национальная выставка в Москве летом 1959 г. стала первой (и наиболее известной) в ряду таких экспозиций; в дальнейшем ее продолжили и дополнили 18 передвижных тематических показов, которые охватили 25 советских городов — как столичные мегаполисы, так и отдаленные региональные центры, а общая аудитория этих мероприятий оценивается в 20 млн посетителей. Американские выставки в СССР оставили после себя глубокий информационный и культурный след в виде воспоминаний, кино- и фотохроники, а также разнообразных «раздаточных материалов» и сувениров, распространявшихся на мероприятиях. В среде коллекционеров антиквариата подобного рода тематические подборки известны как мемораблия, или собрание вещей, связанных с определенной исторической личностью или событием. Эти материалы, в первую очередь официальные буклеты выставок, содержат интереснейшую информацию, в которой отражено не только содержание экспозиций, но и политико-идеологические установки их американских организаторов. Подбор экспонатов, их информационное сопровождение (текстовое — в буклетах, и устное — от гидов на выставках), общий дизайн показов — все было направлено в конечном итоге на формирование у советской аудитории позитивного представления об Америке (и, как следствие, критического восприятия советских реалий). Таким образом, выставки, предметом которых были, казалось бы, далекие от идеологии темы: науки и технологий, культуры, быта, индустрии и сельского хозяйства, — превращались в эффективный инструмент пропаганды, притом легально применяемый американской стороной по условиям соглашений о двусторонних выставочных обменах. К сожалению, визуальные материалы и вообще предметы материальной культуры редко привлекаются к исследованиям темы публичной и культурной дипломатии в качестве источника. Данная статья призвана восполнить этот пробел.

Ключевые слова: публичная дипломатия, пропаганда, Информационное агентство США, выставка, артефакт.

Тема советско-американских культурных обменов эпохи холодной войны достаточно разнообразно и детально освещается в научной литературе по историческим и политическим наукам в России и на Западе. Наряду с исследованиями, посвященными общей истории вопроса, широко представлены публикации, освещающие отдельные тематические направления двустороннего взаимодействия, в том числе и обмены выставочными экспозициями между СССР и США, ставшие возможными после заключения известного Соглашения Лэйси — Зарубина в 1958 г. В науке о международных отношениях кейс американских выставок изучается, как правило, в рамках исследований публичной дипломатии и пропаганды, поскольку за реализацию выставочных программ отвечали именно идеологические ведомства противоборствующих держав (с американской стороны — Информационное агентство США (USIA)). При этом большинство публикаций затрагивает в основном первое десятилетие обменов (1959–1970), в особенности Американскую выставку в Москве 1959 г., в то время как выставки эпохи разрядки и перестройки получают незаслуженно меньше внимания. В общей сложности с 1959 по 1991 г. USIA организовало 19 тематических экспозиций, которые были продемонстрированы в 25 городах Советского Союза. Таким образом, всего состоялось 87 показов (табл.) [1]. В силу этого цель данного исследования — выявить новые исторические источники, которые могут использоваться для изучения культурной дипломатии периода холодной войны.

Литература и традиционные источники

Историографическая традиция исследований холодной войны ожидаемо помещает выставочные обмены в контекст идеологического противоборства Востока и Запада. Среди публикаций на русском языке выделяется известная монография Э. А. Иваняна «Когда говорят музы» (2007), посвященная истории связей США с Россией и Советским Союзом, в особенности в период 1950–1980-х годов [2].

Из числа работ, посвященных непосредственно публичной дипломатии США, можно выделить практическое пособие Аллена Хансена, в котором выставки фигурируют в числе других средств коммуникации с иностранной аудиторией, наряду с теле- и радиовещанием, печатью и образовательными обменами [3]. Авторитетным автором является Николас Калл, посвятивший свое исследование истории Информационного агентства США [4]. Публикаций по теме на русском языке сравнительно немного; из общего числа выделяется работа А. И. Кубышкина и Н. А. Цветковой «Публичная дипломатия США» [5]. Достаточно всесторонним исследованием американской публичной дипломатии, в том числе и ее проявлений в отношениях с СССР периода холодной войны, является докторская диссертация Н. А. Цветковой (СПбГУ) [6].

Американская литература по культурной дипломатии рассматриваемого периода представлена публикациями Йела Ричмонда [7–9], Уолтера Хиксона [10] и ряда других авторов. Й. Ричмонд, сам в прошлом практик культурной дипломатии, выстраивает насыщенную деталями картину деятельности USIA в эпоху холодной войны, в том числе и на советском направлении. У. Хиксон в своей книге «Раздвигая занавес: пропаганда, культура и холодная война 1945–1961», в свою очередь, подает обмены как «постепенное культурное проникновение, которое американцы

Таблица. Американские тематические выставки в СССР

№ п/п	Название выставки (русский/английский)	Год проведения	Города показа
1	Американская национальная выставка / American National Exhibition	1959	Москва
2	Пластмассы в США / Plastics USA	1961	Киев, Москва, Тбилиси
3	Транспорт в США / Transportation USA	1961	Волгоград, Харьков
4	Медицина в США / Medicine USA	1962	Москва, Киев, Ленинград
5	Техническая книга США / Technical Books USA	1963	Москва, Ленинград, Киев
6	Американская графика / Graphic Arts USA	1963–1964	Алма-Ата, Москва, Ереван, Ленинград
7	Средства связи США / Communications USA	1964–1965	Ленинград, Киев, Москва
8	Архитектура США / Architecture USA	1965	Москва, Минск, Ленинград
9	Ручной инструмент США / Hand Tools USA	1966	Харьков, Ростов-на-Дону, Ереван
10	Промышленная эстетика США / Industrial Design USA	1967	Москва, Киев, Ленинград
11	Народное образование США / Education USA	1969–1970	Ленинград, Киев, Москва, Баку, Ташкент, Новосибирск
12	Исследования и разработки в США / Research and Development USA	1972	Тбилиси, Москва, Волгоград, Казань, Донецк, Ленинград
13	Туризм и отдых в США / Outdoor Recreation USA	1973–1974	Москва, Уфа, Иркутск, Ереван, Кишинев, Одесса
14	Техника и жилище в США / Technology for the American Home	1975–1976	Ташкент, Баку, Москва, Запорожье, Ленинград, Минск
15	Фотография в США / Photography USA	1976–1977	Киев, Алма-Ата, Тбилиси, Уфа, Новосибирск, Москва
16	200 лет США / USA 200 Years	1976	Москва
17	Сельское хозяйство в США / Agriculture USA	1978–1979	Киев, Целиноград, Душанбе, Кишинев, Москва, Ростов-на-Дону
18	Информатика в жизни США / Information USA	1987–1989	Москва, Киев, Ростов-на-Дону, Тбилиси, Ташкент, Иркутск, Магнитогорск, Ленинград, Минск
19	Дизайн США / Design USA	1989–1991	Москва, Донецк, Кишинев, Душанбе, Алма-Ата, Новосибирск, Волгоград, Баку, Владивосток, Хабаровск

могли организовать для экспорта своих символов, стиля жизни, потребительской культуры и стержневых ценностей общества» [10, р. 12]. Хронологически книга У. Хиксона охватывает период только до начала 1960-х годов, однако она представляется весьма значимой для понимания эволюции публичной дипломатии США в последующий период. Ричард Арндт, ветеран USIA, в своем пространном труде анализирует становление культурной дипломатии США в XX в., уделяя особое внимание бюрократической культуре, стоящей за реализацией программ культурных обменов [11].

Культурная антропология и социальные науки используют прецеденты советско-американских культурных обменов для исследования восприятия «другого» (the other) — концепта, характеризующего отношения противоборствующих лагерей. Так, в работах британской исследовательницы Сьюзен Рейд раскрывается разнообразие реакций советских посетителей на американские выставки — в зависимости от социальной, гендерной, этнической принадлежности, политических и культурных предпочтений. В статье «Кто кого: восприятие советским населением Американской национальной выставки в Москве 1959 г.» С. Рейд переработала практически весь доступный массив документальных источников, включая переписку советских функционеров, отчеты партийных активистов, «прикрепленных» к выставке, советскую и американскую периодику, а также аналитические материалы USIA [12]. Марк Липовецкий, работавший с воспоминаниями Н. С. Хрущева, также выделяет неоднозначность восприятия экспозиций советским лидером, в то же время определяя эффект от проведения выставок как «травму» для коммунистической идеологии [13]. Среди отечественных публикаций стоит отметить статью Ольги Якушенко, посвященную выставке «Архитектура в США» (1965), в которой событие рассматривается как акт коммуникации — во всей его сложности и многомерности [14]. Исследования советской культурной дипломатии холодной войны, выполненные с участием и под руководством Оксаны Нагорной, перекликаются и дополняют общую картину двусторонних обменов рассматриваемого периода [15].

Применительно к материальной составляющей американских экспозиций большой интерес представляют искусствоведческие и иные работы по истории американской культуры, демонстрация которой происходила на зарубежных выставках. В частности, Эндрю Джеймс Вулф изучает историю американских выставок с XIX до начала XXI в., указывая, что материальная культура США была важнейшим инструментом достижения победы в «битве за умы и сердца» [16]. Иллюстрированный труд Джека Мэйси и Конвэя Ллойда Моргана дает артистическую ретроспективу «культурной холодной войны», подчеркивая важность привлечения сильнейших художников, архитекторов и дизайнеров к визуализации американских проектов в сфере публичной дипломатии [17]. В работе Грега Кастилло исследуется роль американского бытового дизайнера как компонента публичной дипломатии и одного из сильнейших по степени воздействия средств убеждения иностранной аудитории в технологическом превосходстве США [18]. Американский автор литовского происхождения Томас Толвайсас в своей работе, посвященной выставкам 1960-х годов, одним из первых обратил внимание на важнейшую роль гидов в построении человеческих контактов на выставках и разрушении пропагандистских стереотипов о враждебности американцев [19]. Также Т. Толвайсас отмечает, что популярность передвижных выставок у советской аудитории во многом

повлияла на коррекцию содержания и направленности программ публичной дипломатии США в СССР: тематика и географический охват самих выставок были существенно расширены. Немаловажное значение имела и предоставляемая выставками возможность непосредственного контакта с аудиторией, представлявшей все разнообразие народов и культур Советского Союза: многие будущие американские дипломаты и специалисты по России и СССР получали, таким образом, уникальный профессиональный опыт. Успешной оказалась и ставка на внешне деполиitized демонстрацию достижений в области индустрии, науки, культуры, образования и т. д., тем более что советские зрители проявляли гораздо больший интерес к зримым и осязаемым экспонатам, а не к идеологическим дискуссиям с гидами [19, р. 30–31]. Т. Толвайсас также выступил одним из соавторов коллективной монографии об истории культурных контактов Востока и Запада эпохи холодной войны, изданной Александровским институтом Университета Хельсинки [20].

Таким образом, имеющиеся научные публикации в целом способны пролить свет на исторический контекст культурных обменов между США и СССР периода холодной войны. Однако воссоздание подлинной атмосферы той эпохи невозможно без использования источников — как текстовых, так и материальных.

Исследование темы американских выставок в Советском Союзе, как и в принципе любые исследования, связанные с культурой и культурной дипломатией, предполагает обращение к методам смежных дисциплин — как минимум истории искусств, истории техники и материальной культуры, культурной антропологии и т. д. Системное, комплексное понимание содержания экспозиций, набора идей и образов, закладываемых в них авторами (в нашем случае — USIA), наконец, оценка восприятия увиденного советской аудиторией — все это оказывается возможным только при подлинно междисциплинарном подходе к рассматриваемым явлениям. Таким образом, наряду с общенаучными методами, свойственными гуманитарным дисциплинам, в работе находит широкое применение источниковедческий анализ (текстологический — для документов, иконографический — для визуальных образов).

В случае с американскими тематическими выставками в СССР первоочередной интерес представляют, разумеется, архивные документы Госдепартамента и USIA, в которых раскрываются различные аспекты планирования и проведения показов в советских городах, включая вопросы отбора экспонатов, логистики, организации работы американских гидов. В частности, по итогам каждого такого показа составлялся отчет (или аналитическая записка, англ. Research Memorandum), к которому могли приобщаться переводы записей из книги отзывов, письма и записки, переданные гидам посетителями и т. п. В сравнении с другими официальными источниками по публичной дипломатии США (например, отчетами отделов по образованию и культуре Госдепартамента для Конгресса США) аналитические записки USIA имеют скорее технический характер, поскольку отражают практики прямого взаимодействия с иностранной аудиторией, что превращает их в неопределимый источник для историка холодной войны [5, с. 27].

Огромный интерес представляют комментарии советских посетителей выставок. Они доступны в книгах отзывов (традиционная форма обратной связи с организаторами почти на всех подобных мероприятиях), которые, пусть и фрагментарно, сохранены в архивах USIA. Из числа исследователей, помимо Т. Толвайсаса, наиболее глубоко темой оценки американских экспозиций советскими людьми

занималась С. Рейд, которая предприняла чрезвычайно интересную и убедительную попытку систематизации записей в книгах отзывов выставки в Сокольниках 1959 г. для выявления определяющих нарративов реакции советских посетителей [12]. Некоторые менее изученные материалы с выставок 1970-х годов были введены в научный оборот и автором настоящей статьи [21; 22].

Меморабилия как источник

Помимо обязательного для историка международных отношений обращения к архивным документам и доступным публикациям, ценным подспорьем в исследовании могут стать и менее традиционные источники — причем не только (и даже не столько) текстовые. На наш взгляд, расширение круга источников за счет объектов материальной культуры, а также произведений изобразительного искусства, музыки, технического дизайна — всего, что так или иначе связано с феноменом выставок, — позволяет «проиллюстрировать» исследование, насытить его яркими и интересными деталями, тем самым повысив его ценность. В этой связи представляется важным обращение к нетрадиционным для исследований международных отношений методам археологии, а также практикам музейного дела, где гармоничная комбинация разнородных артефактов в единую экспозицию направлена на погружение зрителя в исторический и культурный контекст иной эпохи. Применительно к выставкам USIA в СССР воссоздание «культурного слоя» эпохи холодной войны возможно с использованием тематических коллекций, или меморабилии.

Термин «меморабилия» в современном русском языке является калькой с английского *memorabilia*, означающего собрание (коллекцию) предметов, связанных с какой-либо исторической личностью или событием. В свою очередь, английское существительное происходит от латинского *memorabile* (во множественном числе *memorabiles* в мужском и женском роде, *memorabilia* — в среднем) — памятные вещи или предметы, связанные с воспоминаниями. Специфическими чертами меморабилии является осознанное, целенаправленное коллекционирование тех или иных артефактов, через которые раскрывается объект меморабилии — историческая фигура или событие. Это отличает ее от коллекционирования *сувениров* — также памятных предметов, но связанных, как правило, с собственными воспоминаниями и впечатлениями коллекционера (например, посещенными странами и городами), собираемых спонтанно и сохраняемых бессистемно. В отличие от сувениров, предметы меморабилии в глазах своих владельцев несут особенную ценностную нагрузку, поскольку содержат прямые отсылки к значимым личностям или событиям прошлого. В этой связи составление коллекций, построенных на принципах меморабилии, особенно свойственно поклонникам театральных и музыкальных знаменитостей, кинозвезд, спортивных клубов или отдельных именитых спортсменов, определенных брендов (например, моды, автомобилей или мотоциклов и т. д.). Среди коллекционеров разных стран уже оформились устойчивые тематические предпочтения — такие термины, как «наполеоника» или «пушкиниана», говорят сами за себя. Жанры меморабилии могут быть достаточно традиционными и включать широко распространенные и относительно недорогие популярные коллекционные хобби (филателию, фалеристику, филокартию). В то же время в кругах увлеченных собирателей могут цениться и произведения искусства, а также подлинные пред-

меты быта, принадлежавшие объектам меморабии или связанные с определенными событиями. Те же безделушки и памятные подарки, которые были произведены именно как сувениры к какому-либо событию (чемпионату, съезду, премьере и т. п.) спустя много лет могут влиться в собрание других подобных предметов уже как меморабия.

Рыночная стоимость таких артефактов может варьироваться в значительных пределах. Так, какая-нибудь аутентичная киноафиша к фильму 1950-х годов или значок Олимпийских игр сорокалетней давности могут быть приобретены за гроши на блошином рынке или найдены на букинистических развалах, но у «понимающих» антикваров те же предметы могут быть выставлены уже в десятки раз дороже. Редкость и высокая цена определенных экземпляров только повышает желание увлеченных коллекционеров обладать ими, что, в свою очередь, подпитывает малозаметный обычной публике, но весьма динамичный рынок коллекционных товаров.

Говоря непосредственно о поиске и приобретении артефактов американских выставок в СССР 1959–1991 гг., можно назвать известные в сообществе коллекционеров онлайн-площадки: «Мешок» (meshok.net) и Auction.ru. Некоторые крупные букинистические магазины размещают свои товары на популярных платформах электронной коммерции, например [Ozon](http://Ozon.ru). Наконец, нельзя недооценивать сервисы торговли по объявлениям (российский [Avito](http://Avito.ru) и другие, западные [eBay](http://eBay.com), [Bonanza](http://Bonanza.com)), где порой всплывают достаточно интересные и редкие лоты.

Американские выставки в Советском Союзе по большому счету остаются предметом интереса достаточно узкого круга историков и собирателей старины. Однако можно отметить несколько творческих проектов в сфере музейного дела и истории искусств, где данная тематика становилась центральной или вписывалась в более широкий культурологический контекст.

Так, в 2009 г. посольство США в России выступило организатором празднования 50-летия Американской национальной выставки в Москве и начала советско-американских культурных обменов. Компания [PepsiCo](http://PepsiCo.com) (спонсор мероприятий 1959 г., что запечатлено кадрами, на которых Н. С. Хрущев дегустирует пепси-колу) издала ограниченным тиражом прекрасно иллюстрированный альбом — по сути, фотолетопись выставки. Вступительную обзорную статью к этому изданию подготовил Юджин Стэйплс ([Eugene Staples](http://EugeneStaples.com)), в 1959 г. — заместитель генерального менеджера выставки в Сокольниках [23]. В том же 2009 г. российский режиссер Владимир Мелетин выпустил документальный фильм «Большая выставка пятьдесят девятого», в котором хроника пятидесятилетней давности перемежается с воспоминаниями очевидцев, включая менеджера выставки Джека Мейси, личного переводчика Н. С. Хрущева Виктора Суходрева, скульптора Эрнста Неизвестного и других участников событий. Непосредственно кадры с выставки были взяты из цветного документального фильма Донна Алана Пеннебейкера ([Donn Alan Pennebaker](http://DonnAlanPennebaker.com)) «Открытие в Москве» ([Opening in Moscow](http://OpeninginMoscow.com)), целиком посвященного выставке в Сокольниках [24].

В 2015 г. в московском музее современного искусства «Гараж» в Парке Горького была организована масштабная программа «Лицом к лицу: Американская национальная выставка в Москве. 1959/2015». Подготовительным этапом к этой «выставке о выставке» являлся проект «Полевые исследования», в рамках которого сотрудники «Гаража» собирали многочисленные документальные источники и подлинные артефакты со знаменитой экспозиции. По словам организаторов, це-

лью проекта являлась «деконструкция и анализ исторического контекста данного события и одновременно исследование тех трансформаций, которым подвергаются рассказы о прошлом под влиянием обстоятельств настоящего» [25]. Партнером в проведении выставки стал Музей американского искусства в Берлине (МоАА), а основными историческими консультантами — российские историки Виктория Журавлева и Александр Шубин¹.

В 2017 г. в Государственной Третьяковской галерее с большим успехом прошла выставка «Оттепель», посвященная эпохе 1953–1968 гг. (от смерти Сталина до ввода советских войск в Чехословакию). Экспозиция представляла собой «кураторскую интерпретацию процессов, происходивших в культуре и обществе», и «единую инсталляцию, в которую интегрированы разные артефакты: произведения живописи и графики, скульптура, предметы быта, образцы дизайна, видеопроекции с фрагментами художественных фильмов и документальными кадрами» [26]. Один из разделов выставки был посвящен противостоянию СССР и США — не только в гонке вооружений, но и в пропаганде своего образа жизни на выставках и в средствах массовой информации. В этой связи особого внимания удостоились первые национальные экспозиции 1959 г. — советская выставка в Нью-Йорке и американская в Москве, а некоторые предметы меморабии (произведения искусства и графического дизайна) были включены в иллюстрированный каталог [26].

Если попытаться систематизировать доступные для музеев, архивов и частных коллекций материальные объекты, подходящие под категорию меморабии выставок США в СССР периода холодной войны, то можно выделить три основные категории: 1) значки выставок; 2) буклеты (брошюры), выпущенные непосредственно к выставкам и представляющие собой путеводитель или общий обзор выставляемых экспонатов; 3) «разное» или «прочее» — сюда можно отнести дополнительные печатные «раздаточные материалы» (рекламные листовки, каталоги изделий), сувениры с символикой мероприятия, аудиозаписи на пластинках и т. д. При этом первые две категории артефактов — официальные значки и буклеты — являются неизменными атрибутами всех без исключения показов, в то время как предметы из разряда «прочих» встречаются спонтанно. Следует оговориться, что мы не относим к меморабии выпуски иллюстрированного журнала «Америка», распространявшегося посольством США в СССР — по той причине, что его издание представляло собой отдельный пропагандистский проект, не связанный напрямую с выставочными обмeнами (хотя журнал и распространялся на показах американских выставок).

Значки

Значки выставок технологически выполнялись в одном стиле — так называемых закатных или вальцовочных жестяных значков диаметром около 1 дюйма (25,4 мм). На лицевой стороне эмалью или методом фотопечати наносилось изображение официального логотипа выставки (как правило, в национальных цветах США — крас-

¹ Автор также принимал участие в проекте «Полевые исследования» музея «Гараж» в качестве приглашенного эксперта, а также передал для экспонирования копии книг отзывов советских посетителей Американской национальной выставки в Москве 1959 г.

ном, белом и синем). На обратной стороне — крепление в виде булавки или скрытой под завальцованным краем значка отрезка упругой проволоки с заостренным концом. В английской терминологии такие значки называются pin badge, button badge, или pin-back button. На некоторых значках на обратной стороне кромки присутствует надпись «Made in U. S. A.» или информация об изготовителе, например «Bastian Bros. Co., Rochester NY» — достаточно известная в Соединенных Штатах компания по выпуску значков и ювелирных изделий, существующая поныне.

На Западе подобные значки с изображением определенных расцветок или лозунгов еще в конце XVIII столетия использовались для демонстрации политических предпочтений (например, британскими и американскими аболиционистами), а с конца XIX в. стали инструментом коммерческих рекламных кампаний и ходовыми сувенирами для массовой раздачи на ярмарках, выставках и т. п. Надо сказать, что и в Советском Союзе в 1960–1980-е годы коллекционирование значков было очень популярным хобби, и получение в коллекцию яркого американского значка (тем более — бесплатно!) считалось большой удачей, особенно среди подростков. В воспоминаниях посетителей американских выставок неоднократно фиксируется как раздача значков гидами, так и повторные «походы» на экспозицию — уже исключительно с целью добычи вожделенных сувениров.

На современном рынке антиквариата и коллекционных предметов значки с выставок США в СССР представлены достаточно широко, что вполне объяснимо — за весь период проведения показы передвижных американских выставок в СССР посетило более двадцати миллионов человек, поэтому тиражи жестяных значков были огромными [23, с. 17]. Эти маленькие изделия не вызывают какого-то ажиотажного спроса (тем более что контекст их появления в нашей стране изрядно подзабыт) и стоят относительно недорого. На кадрах фильма «Открытие в Москве» видно, что американские гиды на выставке 1959 г. имели яркие идентификационные значки схожего дизайна, но гораздо большего размера, чем выдававшиеся посетителям [23, с. 31]. Необычно крупные значки замечены и на фото гидов выставки «Фотография в США» (1976–1977), однако в продаже такие предметы не встречаются.

Буклеты

Буклеты выставок (в терминологии USIA — *souvenir pamphlets*) также распространялись бесплатно при входе на экспозицию. Все они изданы на русском языке и богато иллюстрированы. Следует отметить, что организация международных передвижных выставок в доцифровую эпоху, включая полиграфические работы, была очень непростым мероприятием, требовавшим немало финансовых и трудовых затрат. Так, по воспоминаниям организаторов, для того чтобы напечатать буклеты выставки в 1970-х годах, требовалось отправить макет из США в типографию USIA в Бейруте. Когда же ливанская типография подверглась атаке боевиков, все работы пришлось переводить в Манилу на Филиппинах, и уже оттуда переправлять готовый тираж в Москву [27]. Качество печати заметно варьируется в зависимости от года проведения той или иной выставки: буклет экспозиции в Сокольниках 1959 г., а также печатная продукция, распространявшаяся в начале 1960-х («Транспорт в США» и «Медицина в США») выполнены преимущественно в черно-белой пе-

чати. Однако начиная с выставки «Пластмассы в США» (1961) буклеты издаются уже исключительно в цветной печати, на мелованной бумаге. Буклеты технических и отраслевых экспозиций неизменно содержали выражение признательности и упоминание о вкладе компаний, изделия которых появлялись в иллюстрациях; списки таких производителей иногда занимают несколько страниц.

О. В. Якушенко приводит интересные факты о выставке «Архитектура США» (1965): «Каждый посетитель получал бесплатный красочный буклет с вводной статьей куратора выставки Артура Дрекслера, и множеством цветных фотографий зданий, собранных по типам: образовательные учреждения, больницы, церкви и т. д. Для посетителей-профессионалов большой интерес имели книги по архитектуре и строительству, которые устроители мероприятия привезли с собой. После закрытия выставки в Москве дирекция “Архитектуры США” подарила советской стороне 551 книгу на общую сумму 4000 долларов» [14, с. 143–144].

В некоторых случаях буклеты из традиционного «раздаточного материала» превращаются в подлинные произведения искусства. Так, посетители «Американской графики» (показы проходили в Алма-Ате, Москве, Ереване и Ленинграде) получали не просто иллюстрированную брошюру, а довольно толстую папку со складным настенным календарем, постерами картин и гравюр американских художников и сопроводительной брошюрой. Гостям выставки «200 лет США», которая была показана только в Москве (к 200-летию юбилею Американской революции в 1976 г.) в дополнение к основному буклету вручали стилизованное «под старину» репринтное издание Декларации независимости, Конституции и Билля о правах США с переводом на русский язык. Одним из наиболее красочных вполне ожидаемо оказался буклет выставки «Фотография в США» (1976–1977). Так, жители Алма-Аты, где проходил один из ее показов, уже с появлением сетевых интернет-сообществ делились такими воспоминаниями: «Журнал раздербанили. Водители вырезали фото девушек (блондинка в красном, блондинка с платком на голове, в полный рост, реклама пеньюаров фирмы «Сира», реклама губной помады) и украшали автобусы и троллейбусы. А фото американского салата и яичницы мы, школьницы, использовали для украшения тетрадок, куда записывали рецепты на уроках домоводства» [28].

Политическая составляющая была представлена в буклетах по минимуму — по крайней мере, на поверхностный взгляд. Так, атрибутом всех официальных буклетов являлись приветственные обращения действующих президентов США к советским посетителям выставок — от Дуайта Эйзенхауэра в 1959 г. до Джорджа Буша-старшего в 1989-м («Дизайн США»). Все обращения носят подчеркнуто доброжелательный характер и содержат, в той или иной степени, отсылку к основной теме выставки, а также отражают личное отношение политиков к предмету экспозиции и к советским зрителям.

«Добро пожаловать на Американскую национальную выставку в Москве! Мы очень рады, что имеем возможность в какой-то мере показать вам, как американцы живут, работают, учатся и пользуются плодами своих трудов. Надеюсь, что вам доставит удовольствие посещение нашей выставки» (Д. Эйзенхауэр, буклет «Американская выставка в Москве. Сокольники, лето 1959 г.»).

«Приветствую вас от имени американского народа. Добро пожаловать на нашу выставку! Согласно советско-американскому соглашению о культурном обмене,

в семи городах Советского Союза устраиваются три передвижные выставки, посвященные роли пластмасс, транспорта и медицины в жизни Соединенных Штатов, и эта выставка — одна из них. В то же время мы рады видеть у себя в стране три советские выставки, которые устраиваются в семи городах Соединенных Штатов» (Дж. Ф. Кеннеди, буклет «Пластмассы USA», 1961 г.).

«...На этой выставке вы ознакомитесь с некоторыми коммуникационными устройствами, применяемыми в Соединенных Штатах. Эти устройства, однако, являются лишь средством общения между людьми. Подлинная их ценность в конечных результатах общения — в обмене идеями и информацией, в выражении мыслей и ощущений, в достижении взаимопонимания» (Л. Джонсон, буклет «Средства связи США», 1963 г.).

«...На опыте моего личного знакомства с Советским Союзом я убедился в том, что, хотя основы чувства доброй воли между нашими народами и заложены, нам все же необходимо узнать друг друга лучше. Нам нужен новый, конструктивный диалог, который сможет возникнуть только в результате дискуссий, обмена мнениями и идеями. И я надеюсь, что эта выставка явится шагом вперед к достижению этой цели» (Р. Никсон, буклет «Народное образование — США», 1969 г.).

«От имени миллионов американцев приветствую вас — посетителей выставки “Техника и жилище в США”, и передаю вам наилучшие пожелания американского народа... Мы убеждены, что наряду с прогрессом в области медицины нет у науки более благородной цели, чем улучшение дома и бытовых условий, так тесно связанных со здоровьем и счастьем человека. Я искренне надеюсь, что эта выставка внесет конструктивный вклад в диалог между нашими народами» (Дж. Р. Форд, буклет «Техника и жилище в США», 1975 г.).

«...Материальные богатства страны таятся в ее земле, духовные — в ее народе. Великие державы, подобные нашим, стоят сейчас перед выбором: расточать ли богатства в гонке вооружений или использовать творческую энергию народов для поднятия уровня материальной и духовной жизни» (Дж. Картер, буклет «Сельское хозяйство в США», 1978 г.).

«...Революция в области коммуникаций и информации достигла масштабов, каких не могли себе даже представить предшествующие поколения. В 1932 г., молодым человеком, я работал спортивным комментатором в самом центре Америки на радиостанции, вещавшей в пределах всего нескольких сот квадратных километров. В противоположность этому, когда мы с Генеральным секретарем М. Горбачевым обменялись новогодними приветствиями в 1986 г., наши голоса и изображения мгновенно передавались через спутник по всему миру» (Р. Рейган, буклет «Информатика в жизни США», 1987 г.).

«От имени американского народа я рад приветствовать вас на выставке “Дизайн США”, где демонстрируются некоторые из наших последних достижений в области искусства и промышленности... Я надеюсь, что вам понравится эта выставка, которая покажет важность дизайна в современной американской жизни, и что она послужит укреплению дружбы и взаимопониманию между нашими народами» (Дж. Буш, буклет «Дизайн США», 1989 г.).

В то же время нельзя не отметить грамотную работу составителей экспозиций по оказанию скрытого психологического воздействия на аудиторию. Подбор экспонатов, описание их характеристик, а также фотографии и комментарии сопрово-

дительного текста в буклетах были призваны подчеркнуть лидерство Соединенных Штатов в той или иной сфере технологий, науки и культуры, проиллюстрировать более высокие стандарты потребления и социального обеспечения в американском обществе, не говоря о гражданских свободах. При этом, очевидно, учитывались и типичные для советской публики темы для критики в адрес США: например, наличие расовых проблем, насилие и преступность, социальное неравенство. Для нейтрализации таких выпадов в иллюстративный ряд буклетов неизменно включались фотографии афроамериканцев и представителей других расовых и этнических меньшинств. С другой стороны, составители буклетов не упускали случая указать на уязвимые места советского экономического порядка, общественного устройства и быта. Так, например, буклет выставки «Архитектура США» живописал современные американские многоквартирные дома: «Стандартным оборудованием американских квартир, вне зависимости от взимаемой квартирной платы, являются: система центрального отопления, полностью оборудованная кухня со встроенными шкафами для хранения продуктов и одна ванная комната на каждые две спальни. <...> Почти стандартным стало также строительство при квартирах балконов, даже при дешевых квартирах» (буклет «Архитектура США», с. 22). Содержавшийся в том же буклете раздел, посвященный современным архитектурным решениям в строительстве храмов различных религий, в условиях СССР представлялся и вовсе немыслимым.

Говоря о буклете той выставки, стоит указать на интересный факт, отмеченный О. В. Якушенко: его последние шесть страниц, на которых излагаются статистические данные о строительстве и стоимости жилья в США, напечатаны на бумаге другого качества и «очевидным образом подклеены в уже сверстаный буклет». Содержавшаяся на этих страницах информация вызывала особое возмущение советских партийных работников и журналистов, усматривавших в приводимых данных откровенную пропаганду. В частности, в этой вклейке сообщалось, что 62 % населения США живут в частных домах, а 83 % американских жилищ заняты только одной семьей. Кроме того, давалась информация о том, что американцы имеют «не только по два автомобиля, но и по два дома», вторые загородные дома были названы дачами [14, с. 145].

В другом буклете отмечалось: «Создание общенациональной сети автомагистралей и производство домов на колесах для передвижения по ним привели к тому, что сейчас почти 75 % американских семейств могут разъезжать по стране вдоль и поперек, знакомиться со всеми уголками Америки, взбираться на ее горы, парить над ними, как птицы, меряться силами с ее бурными реками, ловить рыбу в ее озерах или же просто строить замки из песка на ее пляжах и отмелях» (буклет «Туризм и отдых в США», с. 9).

Фотография советского сухогруза «Лиепая», загружаемого американским зерном в порту Хьюстона, сама по себе подрывала усилия коммунистической пропаганды по сокрытию реального состояния дел в сфере продовольственной безопасности. Той же цели могли служить кадры, запечатлевшие отпуск товаров в обычном американском супермаркете — продуктов, которые в СССР являлись дефицитными (буклет «Сельское хозяйство в США», 1978).

Особый интерес буклеты американских передвижных экспозиций вызывали у советских инженерно-технических работников, заинтересованных в получении

информации о последних заокеанских технологических новинках — в том числе с целью неафишируемого заимствования наиболее удачных конструкторских решений (например, «Ручной инструмент — США» 1966 г., «Фотография в США» 1976–1977 гг., «Дизайн США» 1989–1990 гг.). Для отраслевых технических специалистов близкое знакомство с современной американской техникой было редким шансом узнать о состоянии дел у главного экономического конкурента — США. И, несмотря на упоминания издержек капитализма (дороговизна, недоступность показываемых товаров «простому американскому рабочему»), в целом советской технической интеллигенции очень нравилось то, что ей показывали. Вот так, например, начинался репортаж с выставки «Туризм и отдых в США» в московских Лужниках в популярном журнале «Катера и яхты» (1973):

«Мы подходим к павильону “Солнечный” на территории Центрального стадиона имени В. И. Ленина в Москве. И чуть ли не первое, что бросается в глаза, помимо ярких транспарантов, — нарядный катер, стоящий перед входом. Что ж, это не случайность: ведь и на самой эмблеме выставки рядом с зелеными деревцами — синие волны! (В проспекте говорится: у воды и на воде проводят время 75 % отдыхающих американцев; 46 млн жителей страны являются “капитанами” и членами экипажей прогулочных катеров, яхт, лодок и лодочек, включая все существующие в природе их разновидности!) Попадаем в затемненный зал. С широкого экрана надвигается на нас старинный колесный пароход “Марк Твен” — точная копия того парохода, на котором еще мальчишкой плавал по Миссисипи будущий великий писатель. Кадр сменяется кадром: мы видим Америку. Глубокие каньоны, величественные горные массивы, леса — знаменитые национальные парки. Летят самолеты, парят дирижабли, мчатся автомобили с домиками-прицепами, идут катера и амфибии на воздушной подушке, каноэ и надувные плоты прорываются сквозь пену бурлящих потоков. Вот на опушке леса семья туристов готовит пищу на электрической печке, а вот неутомимые рыбаки выдергивают из воды, конечно, больших и неотразимо красивых рыбин... Попутно все время меняются диапозитивы и на двух боковых экранах. Бесконечное кино (не только при входе, но и в центральном зале, на нескольких небольших экранчиках) — очень важный инструмент показа, дающего некоторое представление о поистине необъятной теме этой интересной выставки. Заметим — очередной из серии выставок, организуемых по специальному соглашению между правительствами СССР и США. (В Москве она работала месяц, и ежедневно на ней бывали около 10 000 посетителей.) Не будем и пытаться описывать все многообразие экспонатов. Расскажем лишь о тех, которые представляют наибольший интерес для читателей сборника. Попутно будем цитировать проспект выставки — великолепно изданную брошюру — и приводить некоторые из цифр, фигурирующих в экспозиции...» [29, с. 48].

Таким образом, официальные буклеты передвижных американских выставок в СССР являлись не просто передовыми для своего времени произведениями графического дизайна и искусства рекламы, но и достаточно эффективным средством пропаганды. В этой связи знакомство с ними в первоисточнике — в качестве предметов меморабиллии — дает исследователю уникальное знание особенностей ведения информационных кампаний в рамках программ публичной дипломатии, реализуемых USIA в годы холодной войны.

«Разное»

В категории «разное» своим особым статусом среди коллекционеров выделяются рекламные буклеты (проспекты, брошюры) американских автомобилей, демонстрировавшихся на выставках. Стоимость такой полиграфической продукции на интернет-аукционах и у букинистов достаточно высока: это объясняется тем, что здесь собирательство происходит «на территории» любителей автостарины и автомобильного дизайна, где подобные артефакты наделяются ценностными свойствами уже по другим причинам — как документы, фиксирующие тенденции развития технологий и технической эстетики мирового автомобилестроения. Они встречаются гораздо реже стандартных выставочных буклетов и стоят довольно дорого.

Применительно к нашей теме существуют три официальных каталога ведущих автогигантов США, которые были представлены на Американской выставке в Сокольниках (1959) — «Форд», «Дженерал моторс» и «Крайслер», специально изданные по такому случаю на русском языке. Реже встречается глянцевый каталог «Форд», представляющий линейку моделей авто 1972 г. (он распространялся на выставке «Исследования и разработки в США» в том же году). Участникам сообщества любителей американских автомобилей Freedom Cars удалось даже проследить судьбы некоторых машин, экспонировавшихся в Сокольниках, а одну из них («Плимут Бельведер», доживавший свой век на «Мосфильме») даже отреставрировать [30]. Автомобили демонстрировались и на других показах: так, на выставке «Пластмассы в США» присутствовал новый «Шевроле Корвет» [23, с. 17], на выставке «Исследования и разработки в США» — «Линкольн Континентал» и «Форд Пинто», и даже на экспозиции «Информатика в жизни США» стоял минивэн «Плимут Вояджер» [31].

Относительно дорогими и редкими лотами являются также каталоги машин и оборудования других американских технологических компаний (например, тракторов и сельскохозяйственной техники John Deere с выставки «Сельское хозяйство в США» 1976 г. и др.).

Американская национальная выставка 1959 г. в Москве представлена большим количеством «прочей» печатной продукции. Так, на соответствующих стендах посетителям раздавались небольшие информационные буклеты (их уместнее назвать «листовками») по отдельным отраслям экономики и жизни в США: «Туризм в Соединенных Штатах», «Народное образование в Соединенных Штатах», «Новый этап покорения космоса» и т. д. Интересным лотом является лист с ответами на типичные вопросы посетителей, который выдавала установленная на выставке электронно-вычислительная машина РАМАК (IBM RAMAC 305). На обороте листа с машинной перфорацией по краям размещена справочная информация о развитии информатики в США и достоинствах американских ЭВМ: «Электронная память РАМАКА — система вращающихся дисков. Каждый диск покрыт слоем намагниченного материала. На этих дисках может храниться 5 000 000 данных в виде намагниченных точек. Специальный рычажок может найти любые данные в кратчайшую долю секунды. Эти данные используются для соответствующих вычислений или получения нужного ответа». Машина РАМАК в Сокольниках летом 1959 г. могла дать ответы на четыре тысячи запрограммированных вопросов [23, с. 32].

Специфичными сувенирами с выставки в Сокольниках становились рекламные открытки «Пепси-Колы» на русском языке («Пепси-Кола — это освежительный напиток дружбы», «Пепси-Кола — лучший прохладительный напиток»). Подсчитано, что советские посетители выставки 1959 г. выпили около трех миллионов порционных стаканчиков этой газировки [23, с.38]. Существуют воспоминания, что некоторые гости выставки сохраняли одноразовые картонные стаканчики из-под «Пепси» на протяжении многих лет.

К другим популярным, но не столь долговечным «раздаточным материалам» выставок можно отнести пластиковые (полиэтиленовые) пакеты с символикой экспозиций. В силу недолговечности материала (и износа от употребления по прямому назначению) эти предметы достаточно редки, но все еще встречаются в продаже. По крайней мере, в 2022 г. фиксируются объявления о продаже пакетов с выставок «Информатика в жизни США», «Дизайн США» (эпохи перестройки) и даже «200 лет США» (1976)! Сейчас это может показаться курьезом, но в момент проведения выставок такие пакеты были для многих желанным сувениром. Жители Минска вспоминают, как на следующий день после открытия «Информатики в жизни США» в белорусской столице «полшколы ходило с красивыми круглыми значками с американским флагом и полиэтиленовыми пакетами... Пакеты тогда были валютой, и не только у детей» [31].

Крайне редкими предметами меморабиллии американских выставок являются музыкальные аудиозаписи на виниловых пластинках. Известно, что «музыкальный салон» работал на выставке в Сокольниках, однако большую часть пластинок оттуда расхитили посетители (очевидно, те самые «стиляги» — поклонники американского джаза и рока). На выставке «200 лет США» распространялась гибкая 7-дюймовая пластинка (33 оборота в минуту) производства фирмы Evatone Sound-sheets, которая специализировалась как раз на выпуске таких записей, нарезанных на тонкой виниловой пленке (так называемая флекси, англ. flexi). Сама по себе технология выпуска флекси-дисков была запатентована Evatone в 1962 г.² Конкретно на этой пластинке представлены записи четырех треков (американских народных мелодий и классических инструменталов) в исполнении оркестра Дюка Эллингтона и Каунта Бейси, Нью-Йоркского филармонического оркестра под управлением Леонарда Бернштейна, ансамбля «Хикори уинд» и Лондонского симфонического оркестра под управлением Пола Фримена.

* * *

В эпоху до появления сети Интернет выставочная деятельность являлась своего рода квинтэссенцией американской публичной дипломатии (в советском прочтении — пропаганды) периода холодной войны. Для доведения до советской аудитории тщательно отобранной и соответствующим образом изложенной информации о жизни в США, достижениях американской культуры, науки, промышленности был задействован целый комплекс средств: яркая и привлекательная печатная продукция, массовые сувениры, зримые и осязаемые экспонаты, а также музыкальное сопровождение и живое общение с гидами. Передвижные выставки USIA становились

² В СССР гибкие пластинки были известны по «пиратским» записям на рентгеновских снимках («рок на костях»). С 1964 г. стал выпускаться журнал «Кругозор», для которого вкладыши-пластинки печатались на специально приобретенном во Франции оборудовании.

популярными аттракционами, привлекавшими миллионы людей, превращаясь, таким образом, в весьма эффективный инструмент пропагандистского воздействия.

Разумеется, собирание артефактов исследуемой эпохи отнюдь не является обязательной дисциплиной для историка. Меморабилия — занятие, скорее, «для души», оно требует времени и финансовых затрат — даже при относительной дешевизне предметов коллекционирования, как в случае с символикой и печатной продукцией американских передвижных выставок в СССР. В то же время этот пласт публикаций (если мы говорим о выставочных буклетах и каталогах) совершенно не представлен в библиотеках и архивах, что превращает такие документы в уникальные свидетельства практик публичной дипломатии и пропаганды времен холодной войны. Уже по одной этой причине источниковедческий анализ таких предметов может существенно дополнить современные исследования советско-американских отношений и культурно-идеологического противостояния Востока и Запада.

Литература

1. Chronology: American Exhibits to the U.S.S.R. (2009), *U.S. Department of State*. URL: <https://2009-2017.state.gov/p/eur/ci/rs/c26473.htm> (дата обращения: 09.01.2023).
2. Иванян, Э. А. (2007), *Когда говорят музы: история российско-американских культурных связей*, М.: Международные отношения.
3. Hansen, A. (1989), *USIA, Public Diplomacy in the Computer Age*, New York; Westport, Connecticut: Praeger.
4. Cull, N. (2008), *The Cold War and the United States Information Agency*, New York: Cambridge University Press.
5. Кубышкин, А. И. и Цветкова, Н. А. (2013), *Публичная дипломатия США*, М.: Аспект Пресс.
6. Цветкова, Н. А. (2015), *Публичная дипломатия как инструмент идеологической и политической экспансии США в мире: 1914–2014 гг.*: дис. ... д-ра исторических наук, СПб.
7. Richmond, Y. (1987), *U.S. — Soviet cultural exchanges, 1958–1986: Who wins?* (Westview special studies on the Soviet Union and Eastern Europe), Westview Press.
8. Richmond, Y. (2003), *Cultural Exchange & the Cold War: Raising the Iron Curtain*, Penn State Press.
9. Richmond, Y. (2008), *Practicing Public Diplomacy: A Cold War Odyssey* (Explorations in Culture and International History), Berghahn Books.
10. Hixson, W. (1996), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945–1961*, New York: St. Martin's Press.
11. Arndt, R. (2007), *The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*, Potomac Books.
12. Reid, S. (2008), Who Will Beat Whom? Soviet Popular Reception of the American National Exhibition in Moscow, 1959, *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*, vol. 9, no. 4, pp. 855–904.
13. Липовецкий, М. (2010), «Зная лимоны»: Американская выставка в мемуарах Хрущева, *Ab Imperio*, № 2, с. 171–186.
14. Якушенко, О. В. (2015), Выставка «Архитектура США» в Советском Союзе периода холодной войны: опыт коммуникативного анализа, *Quaestio Rossica*, № 3, с. 141–157.
15. *Советская культурная дипломатия в условиях Холодной войны. 1945–1989: коллективная монография* (2018), науч. ред., рук. авт. коллектива Нагорная, О. С., М.: Политическая энциклопедия.
16. Wulf, A. J. (2015), *U.S. International Exhibitions during the Cold War: Winning Hearts and Minds through Cultural Diplomacy*, Roman and Littlefield Publishers.
17. Masey, J. and Morgan, C. L. (2008), *Cold War Confrontation: U.S. Exhibitions and Their Role in the Cultural Cold War*, Baden: Lars Muller Publishers.
18. Castillo, G. (2010), *Cold War on the Home Front: The Soft Power of Midcentury Design*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
19. Tolvaisas, T. (2010), Cold War “Bridge-Building”: U. S. Exchange Exhibits and Their Reception in the Soviet Union, 1959–1967, *Journal of Cold War Studies*, vol. 12, no. 4, pp. 3–31.
20. Autio-Sarasma, S. K. and Humphreys, B. (eds) (2010), *Winter Kept Us Warm: Cold War Interactions Reconsidered* (Aleksanteri Cold War Series, vol. 2010, no. 1), Kikumora Publications.

21. Фоминых, А. (2010), «Картинки с выставки»: Книги отзывов Американской выставки в Москве 1959 года — возвращение источника (Предисловие к архивной публикации), *Ab Imperio*, № 2, с. 151–170.
22. Фоминых, А. Е. (2022), Жизнь в СССР глазами американских аналитиков: отчет о выставке «Исследования и разработки США» в Донецке (1972), *Вестник Марийского государственного университета. Серия Исторические науки. Юридические науки*, № 4, с. 418–427.
23. *Шесть недель в Сокольниках. К 50-летию Американской выставки в Москве 1959 г.* (2009), М.
24. *Opening in Moscow* (1959), Directed by D. Pennebaker, *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HN-iW3GWW4w> (дата обращения: 07.01.2023).
25. «Лицом к лицу: Американская национальная выставка в Москве. 1959/2015» в сотрудничестве с Музеем американского искусства в Берлине (MoAA) (2015), *Garage*. URL: <https://garagemca.org/exhibition/field-research-a-progress-report/materials/litsom-k-litsu-amerikanskaya-natsionalnaya-vystavka-v-moskve-1959-2015-v-sotrudnichestve-s-muzeem-amerikanskogo-iskusstva-v-berline-moaa-face-to-face-the-american-national-exhibition-in-moscow-1959-2015-in-collaboration-with-the-museum-of-american-art-in-berlin-moaa> (дата обращения: 06.01.2023).
26. Оттепель (2017), *Третьяковская галерея*, 16 февраля 2017 — 12 июня 2017. URL: <https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/o/ottepel/> (дата обращения: 06.01.2023).
27. Tabarovsky, I. (2016), “A Tribe of Exhibit People”: American Guides Recall Soviet Journey, *The Wilson Quarterly. The Lasting Legacy of the Cold War*. URL: <https://wilsonquarterly.com/quarterly/thelastinglegacyofthecoldwar/Atribeofexhibitpeopleamericanguidesrecallsovietjourney> (дата обращения: 06.01.2023).
28. Строи́м Алматы из воспоминаний (2009), *Все вместе*. URL: <https://vse.kz/topic/45458-stroim-almati-iz-vospominanii/page-117> (дата обращения: 06.01.2023).
29. Трегубенко, Л. Е. (1973), Туризм и отдых в США: репортаж с выставки в Лужниках, *Катера и яхты*, № 46, с. 48–52.
30. Американская Национальная выставка, Москва, 1959, *Freedom Cars*. URL: <https://www.freedomcars.ru/wri/ussr.shtml> (дата обращения: 10.01.2023).
31. Можно было потрогать мышку. Как в Минск-1988 привезли первые Apple (2021), *DEV.by*, 16.09. URL: <https://devby.io/news/1988> (дата обращения: 10.01.2023).

Статья поступила в редакцию 1 февраля 2023 г.;
рекомендована к печати 13 марта 2023 г.

Контактная информация:

Фоминых Алексей Евгеньевич — канд. полит. наук; alexfom@volgatech.net

Memorabilia of the US thematic exhibits in the USSR as a source for public diplomacy and propaganda studies

A. E. Fominykh

Mari State University,

44, ul. Kremlevskaya, Yoshkar-Ola, Mari El Republic, 424000, Russian Federation

For citation: Fominykh A. E. Memorabilia of the US thematic exhibits in the USSR as a source for public diplomacy and propaganda studies. *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, 2023, vol. 16, issue 2, pp. 151–169. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2023.204> (In Russian)

The paper analyzes the array of information materials and artifacts related to American thematic exhibitions that were held in the Soviet Union by the US Information Agency (USIA) from 1959 to 1991 as part of the Soviet-American agreements on cultural exchanges. The American National Exhibition in Moscow in the summer of 1959 was the first (and most famous) in a series of such exhibitions; it was subsequent by 18 traveling shows, which covered 25 Soviet cities — both Union and republics' capitals and remote regional centers. The total audience of these showings is estimated at 20 million visitors. American exhibitions in

the USSR left behind a deep information and cultural trace in memories, movie and photo chronicles, as well as in a variety of “handouts” and souvenirs distributed at events. Among collectors of antiques of this kind, thematic collections are known as memorabilia, or a collection of things associated with a certain historical figure, a celebrity, or event. These materials, especially the official booklets of the exhibitions, contain valuable information, which reflects not only the content of the showings, but also the political and ideological attitudes of their American organizers. The selection of exhibits, their information support (textual — in booklets, and oral — from guides at the exhibition), the engineering and visual design of the shows — all were aimed, ultimately, at the formation of a positive image of America among the Soviet public (and, as a result, a critical perception of Soviet realities). Thus, the exhibitions, even if their themes seem to be far from the ideology (science and technology, culture, life, industry and agriculture), turned into an effective propaganda tool. Moreover, the USIA was able to use this tool under the terms of agreements on bilateral exhibition exchanges. Unfortunately, visual materials and objects of material culture in general are rarely involved in studies of public and cultural diplomacy as a source. This article aims to fill this gap.

Keywords: public diplomacy, propaganda, Cold War, US Information Agency, exhibition, artifact.

References

1. Chronology: American Exhibits to the U.S.S.R. (2009), *U.S. Department of State*. Available at: <https://2009-2017.state.gov/p/eur/ci/rs/c26473.htm> (accessed: 09.01.2023).
2. Ivanyan, E. (2007). *When the Muses Speak: History of Russian-American Cultural Ties*, Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia Publ. (In Russian)
3. Hansen, A. (1989), *USIA, Public Diplomacy in the Computer Age*, New York; Westport, Connecticut: Praeger.
4. Cull, N. (2008), *The Cold War and the United States Information Agency*, New York: Cambridge University Press.
5. Kubyshkin, A. I. and Tsvetkova, N. A. (2013), *The USA Public Diplomacy*, Moscow: Aspekt Press. (In Russian)
6. Tsvetkova, N. A. (2015), *Public diplomacy as an instrument of ideological and political expansion of the United States in the world: 1914–2014*: Dr. Sci. thesis, St. Petersburg. (In Russian)
7. Richmond, Y. (1987), *U.S.-Soviet cultural exchanges, 1958–1986: Who wins?* (Westview special studies on the Soviet Union and Eastern Europe), Westview Press.
8. Richmond, Y. (2003), *Cultural Exchange & the Cold War: Raising the Iron Curtain*, Penn State Press.
9. Richmond, Y. (2008), *Practicing Public Diplomacy: A Cold War Odyssey* (Explorations in Culture and International History), Berghahn Books.
10. Hixson, W. (1996), *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945–1961*, New York: St. Martin's Press.
11. Arndt, R. (2007). *The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*, Potomac Books.
12. Reid, S. (2008), Who Will Beat Whom? Soviet Popular Reception of the American National Exhibition in Moscow, 1959, *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*, vol. 9, no. 4, pp. 855–904.
13. Lipovetsky, M. (2010), “Knowing Lemons”: The American Exhibition in Khrushchev's Memoirs, *Ab Imperio*, no. 2, pp. 171–186. (In Russian)
14. Yakushenko, O. V. (2015), “The Architecture of the USA” Exhibition in the Soviet Union of the Cold War Era: The Experience of Communicative Analysis, *Quaestio Rossica*, no. 3, pp. 141–157. (In Russian)
15. *Soviet cultural diplomacy during the Cold War. 1945–1989: a collective monograph* (2018), ed. Nagornaya, O. S., Moscow: Politicheskaya entsiklopediia Publ. (In Russian)
16. Wulf, A. J. (2015), *U.S. International Exhibitions during the Cold War: Winning Hearts and Minds through Cultural Diplomacy*, Roman and Littlefield Publishers.
17. Masey, J. and Morgan, C. L. (2008), *Cold War Confrontation: U.S. Exhibitions and Their Role in the Cultural Cold War*, Baden: Lars Muller Publishers.
18. Castillo, G. (2010), *Cold War on the Home Front: The Soft Power of Midcentury Design*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

19. Tolvaisas, T. (2010), Cold War “Bridge-Building”: U.S. Exchange Exhibits and Their Reception in the Soviet Union, 1959–1967, *Journal of Cold War Studies*, vol. 12, no. 4, pp. 3–31.
20. Autio-Sarasma, S.K. and Humphreys, B. (eds) (2010), *Winter Kept Us Warm: Cold War Interactions Reconsidered* (Aleksanteri Cold War Series, vol. 2010, no. 1), Kikimora Publications.
21. Fominykh, A. (2010). “Pictures at an Exhibition:” Comment Books from the 1959 American Exhibit in Moscow, a Recovered Source (Introduction to the Archival Publication), *Ab Imperio*, no. 2, pp. 151–170. (In Russian)
22. Fominykh, A. E. (2022), Soviet Life through the Eyes of American Analysts: The Memorandum on “Research and Development — USA” Exhibit in Donetsk (1972), *Vestnik of the Mari State University. Chapter “History. Law”*, no. 4, pp. 418–427. (In Russian)
23. *Six weeks in Sokolniki. Celebrating the 50th Anniversary of American exhibit in Moscow 1959* (2009), Moscow. (In Russian)
24. Opening in Moscow (1959), Directed by D. Pennebaker, *YouTube*. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=HN-iW3GWW4w> (accessed: 07.01.2023).
25. “Face to face”. American national exhibition in Moscow. 1959/2015, in collaboration with the Museum of American Art in Berlin (MoAA) (2015), *Garage*. Available at: <https://garagemca.org/exhibition/field-research-a-progress-report/materials/litsom-k-litsu-amerikanskaya-natsionalnaya-vystavka-v-moskve-1959-2015-v-sotrudnichestve-s-muzeem-amerikanskogo-iskusstva-v-berline-moaa-face-to-face-the-american-national-exhibition-in-moscow-1959-2015-in-collaboration-with-the-museum-of-american-art-in-berlin-moaa> (accessed: 06.01.2023). (In Russian)
26. The Thaw (2017), *Tretyakov’s Gallery*, February 16, 2017 — June 12, 2017. Available at: <https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/o/ottepel/> (accessed: 06.01.2023). (In Russian)
27. Tabarovsky, I. (2016), “A Tribe of Exhibit People”: American Guides Recall Soviet Journey, *The Wilson Quarterly. The Lasting Legacy of the Cold War*. Available at: <https://wilsonquarterly.com/quarterly/thelastinglegacyofthecoldwar/Atribeofexhibitpeopleamericanguidesrecallsovietjourney> (accessed: 06.01.2023).
28. Building Almaty of memories (2009), *Vse vmeste*. Available at: <https://vse.kz/topic/45458-stroim-almati-iz-vospominanii/page-117> (accessed: 06.01.2023). (In Russian)
29. Tregubenko, L. E. (1973), Outdoor recreation in the USA, *Katera i iakhty*, no. 46, pp. 48–52. (In Russian)
30. American National Exhibition, Moscow, 1959, *Freedom Cars*. Available at: <https://www.freedomcars.ru/wri/ussr.shtml> (accessed: 10.01.2023). (In Russian)
31. You could touch the mouse. How the first Apples were brought to Minsk-1988 (2021), *DEV.by*, October 16. Available at: <https://devby.io/news/1988> (accessed: 10.01.2023). (In Russian)

Received: February 1, 2023

Accepted: March 13, 2023

Author’s information:

Alexey E. Fominykh — PhD in Political Sciences; alexfom@volgatech.net