

Абдулин Даниил Арсенович

бакалавр направления «Политология»
Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте
Российской Федерации
Челябинский филиал
Россия, Челябинск

abdulin.daniil103@gmail.com

Daniil A. Abdulin

Bachelor of Political Science
Russian Academy of National Economy and
Public Service under the President
of the Russian Federation
Chelyabinsk branch
Russia, Chelyabinsk

abdulin.daniil103@gmail.com

**МЕДИА-КУЛЬТУРНЫЕ И
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА
ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР КАК
ИНСТРУМЕНТ ПРОПАГАНДЫ**

**MEDIA CULTURE AND INFORMATION
MEANS OF STATE STRUCTURES AS AN
INSTRUMENT OF PROPAGANDA**

Аннотация

Вторая половина двадцатого века ознаменовалась появлением принципиально нового оружия – информационного. Соответственно возник и новый вид войны – информационная война. И если до рождения интернета ведение информационной войны сильно ограничивалось доступом к СМИ, то с появлением всемирной сети, все естественные границы между «информационными территориями» исчезли, и «противоборствующие армии» получили возможность вторгаться на чужую землю и проводить боевые операции по сути также, как это делают "обычные" войска в "обычных" войнах.

Ключевые слова:

пропаганда, общество, культура

Abstract

The second half of the twentieth century was marked by the emergence of a fundamentally new weapon - information. Accordingly there was a new kind of war - the information war. And if before the birth of the Internet information warfare severely limited access to the media, with the advent of the worldwide web, all the natural border between the "information territories" have disappeared, and "opposing army" were able to invade other people's land and conduct military operations in fact as well as do "regular" troops in "normal" wars.

Keywords:

propaganda, society, culture

Информация как категория носит кумулятивный характер: она накапливается, преумножается и передается потомкам. Одновременно с ней появляются политические взаимоотношения, основанные не только на примате силы, но и на основе разума. Формулирование первых религий, признание правителя «помазанником божьим», охрана границ, правовое регулирование, дезинформация с попыткой свержение – всё это информация.

Информация стала инструментом формирования общественного мнения (появления массовой печати), а значит и формирования политического мышления граждан. С бурным развитием технологий, транслировать политику государства становилось всё проще, а самое главное охват большей аудитории. Появление радио, которое используется и по нынешнее время, позволяло не только развлекать

слушателей, но доносить события, творившиеся по всему свету, использовать пропагандистский ресурс, заложенный в данную технологию.

Наиболее ранним примером пропаганды можно считать преамбулу к Своду законов Хаммурапи, в которой говорится: «Эти законы созданы с целью установления справедливости в стране и для защиты слабых против сильных». Содержание же самих законов в основном направлено именно на защиту интересов богатых и зажиточных слоёв за счёт подавления и эксплуатации бедных и бесправных жителей.

Массовое использование пропаганды можно соотнести с годами Первой мировой войны, когда перед многими государствами мира встала проблема противоречия между потребностью в мобилизации сил общества для достижения победы – с одной стороны, и разобщённостью в сочетании с индивидуализмом – с другой. Для укрепления связей между людьми и обществом, повышения лояльности и морального духа граждан активно применялись разнообразные средства, доступные для использования в соответствующий исторический период – от фотографий до радиопередач. Тогда же обозначилась роль средств массовой информации в распространении пропагандистских сообщений.

Особый интерес представляет организация пропагандистской работы в США, где в отличие от СССР были вовлечены в работу не только государственные структуры, но и крупный бизнес.

Пентагон в отличие от спецслужб действует более открыто. Голливуд взаимодействовал с американскими военными с 1910-х годов. Вторая Мировая война вывела их сотрудничество на новый уровень. Данное заявление справедливо и для СССР, так как он перенёс нечеловеческое напряжение и потери стольких миллионов граждан, что пропаганда помимо «подъёма» народа на священную войну по сути сформировала образ мышления и жизни на десятилетия вперёд [8].

С 1947 года в Минобороны США появился отдел по взаимодействию с телевидением, кино- и музыкальной индустрией (Entertainment Liaison Office) [2]. Его задача – способствовать созданию положительного образа армии США. Военные предоставляют технику, базы и массовку, а взамен требуют право влиять на сценарий. Услуги Пентагона не бесплатны, но обходятся дешевле, чем компьютерные спецэффекты, а выглядит и звучит настоящая техника лучше, чем нарисованная.

Большой удачей Entertainment Liaison Office был фильм «Top Gun». После его выхода Пентагон зафиксировал резкий всплеск желающих стать пилотами. Что

интересно, среди советской молодёжи данный художественный фильм произвёл примерно такое же впечатление, хотя конечно был наработан и свой культурный багаж по романтизации и преданию авторитета военной службе.

В ЦРУ аналогичный отдел появился только в 1996 году, при Билле Клинтоне [3]. По словам руководителя отдела, бывшего оперативника Чейза Брендона, это было сделано, потому что «ЦРУ всегда ошибочно изображали как злобную и макиавеллианскую организацию». При официальном содействии ЦРУ было снято по меньшей мере несколько десятков фильмов. Среди них — «Операция «Арго»», «Цель номер один», сериал «Агентство». Частым гостем в ЦРУ был Том Клэнси. (Этот человек по сути сделал своё имя, именем нарицательным, всё что выпускается под этим брендом, носит конкретно русофобский характер).

Но публичное сотрудничество – лишь вершина айсберга. Изучение истории показывает, что американские спецслужбы использовали в целях пропаганды кино, литературу, музыку и даже живопись еще с 1940-х годов. Все подробности мы никогда не узнаем, но, судя по утечкам и рассекреченным материалам, влияние ЦРУ гораздо больше, чем может предположить человек, скептически относящийся к теориям заговора.

Толчок тотальной психологической войне против СССР дал Джордж Кеннан, архитектор политики сдерживания [4]. В 1947 году он предложил концепцию «необходимой лжи», согласно которой США должны бороться с коммунизмом его же оружием — с помощью циничной, тонко завуалированной пропаганды, которая бы не выглядела как пропаганда [1]. Идеи Кеннана стали основой для доктрины Трумэна, плана Маршалла и ЦРУ. В качестве отдельной спецслужбы появилось также Управление координации политики (Office of Policy Coordination), в 1951 году влившееся в состав ЦРУ. Одной из задач Управления стала пропаганда.

Среди первых сотрудников УКП был Майкл Джоссельсон. Эстонский еврей, выходец из Российской империи, во время Второй Мировой войны он служил в Управлении стратегических служб, предшественнице ЦРУ. С помощью своего друга, композитора Николая Набокова, Джоссельсон создал в конце 1940-х некоммерческую организацию Конгресс за свободу культуры [5]. Задачей была скрытая идеологическая обработка интеллигенции. Конгресс работал в 35 странах и издавал десятки интеллектуальных журналов во главе с флагманским Encounter, проводил выставки, конференции, премировал «правильных» деятелей культуры и атаковал неугодных.

С Конгрессом за свободу культуры сотрудничали многие известные интеллектуалы: Артур Шлезингер, Исая Берлин, Артур Кестлер, Сидни Хук, Карл Ясперс, Игнацио Силоне.

Сильный удар по организации был нанесен в 1966, когда пресса раскрыла, что за Конгрессом стоит ЦРУ. Разразился скандал, Конгресс в свою очередь переименовали в Международную ассоциацию за свободу культуры и перенесли активность на другие структуры. Позже одна из аффилированных с Конгрессом организаций влилась в Фонд Сороса.

Если литераторы и интеллектуалы, сотрудничавшие с Конгрессом за свободу культуры, в основном знали или догадывались кому служат, то художников-модернистов использовали не напрямую. Отношение к ним у американских властей в начале холодной войны было враждебное. Президент Трумэн говорил, что «приятно смотреть на совершенство (Голбейна и Рембрандта), а затем вспомнить ленивых и сумасшедших современников». Конгрессмен-республиканец Джордж Дондеров 1952 году вообще заявил, что все современное искусство (кубизм, футуризм, дадаизм, экспрессионизм, абстракционизм, сюрреализм) коммунистическое и служит целям Москвы. Дондеро добился, чтобы Госдепартамент отказался от поддержки современных художников.

У ЦРУ было другое мнение. Там рассматривали современное искусство как противовес соцреализму и способ показать интеллектуальную свободу Америки. Для популяризации современных художников ЦРУ обеспечило все необходимое: организацию (музеи, выставки), финансирование (благотворительные фонды) и пропаганду (прессу).

Внешняя разведка США с самого начала имела крепкие связи с американской экономической элитой. Еще со времен Управления стратегических служб в разведке служили члены семьи Меллон (компании Gulf Oil, Alcoa, Westinghouse, Heinz, U.S. Steel, Credit Suisse First Boston, General Motors), Дюпон (DuPont), Морган (J.P. Morgan & Co.), Вандербильт (New York Central Railroad), Арчбольд (Standard Oil), Уитни (Pratt & Whitney), Рокфеллер (Standard Oil, Chase Manhattan Bank). Богатые люди часто выступают в качестве покровителей искусства. Когда возникла идея использовать художников для пропаганды, в ЦРУ уже знали к кому обратиться.

Например, к Нельсону Рокфеллеру, который в 1940-1950-х годах возглавлял Музей современного искусства в Нью-Йорке (МОМА). Во время Второй Мировой войны

Нельсон работал по линии разведки в Латинской Америке (и, как подозревают, продвигал интересы семейного бизнеса), а в конце 1970-х был вице-президентом США. Под его руководством МОМА столь рьяно взялся за раскрутку абстрактного искусства, что в 1952 году группа американских художников выступила с открытым письмом, осуждающим такой односторонний подход в ущерб другим направлениям искусства. «Что касается абстрактного экспрессионизма, то меня подмывает сказать, что его придумало ЦРУ, просто чтобы посмотреть, что произойдет в Нью-Йорке и в районе Сохо на следующий день (Сохо – излюбленный район художественной богемы Нью-Йорка)», – пошутил в 1994 году сотрудник ЦРУ Дональд Джеймсон.

Финансировалось искусство через благотворительные фонды с громкими именами: Фонд Форда, Фонд Фарфилда, Фонд Рокфеллера. Многие из этих фондов существовали лишь на бумаге и нужны были только как прокладки для прокачки денег. Том Брейден из ЦРУ рассказывал, что для создания фонда достаточно было позвонить известному богатому человеку, попросить разрешения использовать его имя и предупредить о конфиденциальности. Такая нехитрая маскировка применяется по сей день, и не только в отношении фондов: Сирийская обсерватория по правам человека, которую часто цитируют западные СМИ в публикациях о Сирии, состоит из одного-единственного сотрудника в Англии [6].

Организовать поддержку со стороны прессы тоже было несложно. С начала 1950-х годов ЦРУ в рамках операции «Пересмешник» распространила свое влияние на значительную часть американских СМИ. Среди связанных с ЦРУ медиаперсон были Генри Люс (издатель Time и Life), Уильям Пейли (основатель CBS), Артур Салценберг (New York Times), Джозеф Харрисон (Christian Science Monitor), Альфред Френдли (управляющий редактор Washington Post). Координировал работу ЦРУ с прессой Фил Грэм, издатель и совладелец Washington Post.

Контроль над прессой достигался несколькими способами. Иногда через родственные или дружеские связи (Пейли был другом Аллена Даллеса и попечителем МОМА). Иногда журналистов вербовали на основе убеждений (Генри Люс отличался религиозностью и ярким антикоммунизмом). Иногда подкупом. А иногда под журналистским прикрытием работали кадровые сотрудники разведки.

В течение 1960-1970-х тесная дружба ЦРУ со СМИ перестала быть секретом. В 1976-м новый директор ЦРУ Джордж Буш-старший распорядился прекратить

использование прессы для пропаганды. Но эта практика не только не прекратилась, но приняла еще больший, глобальный масштаб.

Наряду с прессой наиболее мощным орудием пропаганды было (и остается) кино. Отношения с кинематографом американские спецслужбы выстроили по той же модели. Агентами влияния были многие известные лица: актеры Джон Уэйн и Уорд Бонд, режиссер Джон Форд, продюсер Мериан Купер (воевал на стороне поляков против Советской России во время войны 1920 года), президент MGM Николас Шенк, президент Republic Pictures Герберт Йейтс, президент Paramount Барни Балабан, владельцы Disney Уолт и Рой Дисней.

Антикоммунистические фильмы Голливуд снимал с 1920-1930-х годов. Во время Второй Мировой отношение к русским по причине союзнических отношений изменилось в лучшую сторону, но с началом холодной войны американское кино вернулось на прежний курс («Красная угроза», «Я был коммунистом для ФБР», «Вторжение в США», «Железный занавес»). Помимо съемок пропагандистских фильмов, агенты влияния ЦРУ работали над выявлением и нейтрализацией работников киноиндустрии, симпатизирующих левым идеям (об этом фильмы «Трамбо» и «Да здравствует Цезарь!»).

Нельзя сказать, что контроль был тотальным. ЦРУ никогда не контролировало все. В фильме «Гигант» Америка с точки зрения пропагандистов была выставлена не в лучшем свете (отношение к мексиканцам как к людям второго сорта). Работавший в Paramount агент ЦРУ Карлтон Олсоп пытался сорвать съемки фильма, но безуспешно.

Первые лица Голливуда помогали правительству не только из чистых антикоммунистических убеждений. В ответ они ожидали (и получали) ценные услуги. В 1960-х Уолт Дисней с помощью ЦРУ приобрел во Флориде землю для Disney World по низкой цене и на особых условиях.

В наше время Голливуд по-прежнему сохраняет тесные связи с американским правительством. В результате хакерской атаки на Sony Pictures в 2014 году стало известно, что создатели фильма «Интервью» получали на него одобрение в Госдепартаменте.

Из истории ЦРУ можно сделать несколько выводов:

- для пропаганды используются все средства. даже живопись;
- ЦРУ не всемогуще, но его проникновение гораздо больше, чем может предположить неосведомленный человек;

- прямые доказательства появляются спустя долгое время;
- разоблачение ничего не дает. В лучшем случае следует реакция «честное слово, мы больше не будем» и переупаковка старых практик под новыми вывесками.

Парадоксально, но современное ЦРУ – сверхразветвленная, всепроникающая организация – это как раз то, чего опасалось правительство США на заре холодной войны. Президент Трумэн не хотел «американское гестапо». Он распустил Управление стратегических служб сразу после войны и противился созданию ЦРУ. Пентагон тоже был против: военным не нравилась идея спецслужбы, которая подчинялась бы напрямую президенту. Разведсообществу пришлось приложить усилия, чтобы убедить руководство страны в необходимости централизованной разведки.

Ключевую роль в учреждении ЦРУ сыграл страх перед СССР. Полем битвы становился весь земной шар. Инициатор создания ЦРУ Уильям Donovan доказывал, что «в условиях глобальной и тоталитарной войны разведка тоже должна быть глобальной и тоталитарной».

Как пример работы российской школы пропаганды стоит рассмотреть – Донбасс. Проект «Новороссия» был главным трендом социальных сетей и СМИ. Ни проходило и дня о новых заявлениях с Юго-Востока Украины. В зависимости от стороны «баррикад» события рассматривались под диаметрально разными углами. Наведение конституционного порядка и простая антитеррористическая операция – посыл официального Киева и совсем другая картина со стороны самопровозглашённых ДНР и ЛНР – как борьба за весь русский мир и война с фашистами 21века. Если отойти от всех пропагандистских клише, то ситуация вырисовывается крайне понятной, а главное – несколько не уникальной в человеческой истории. Определённая часть региональной элиты под покровительством вышестоящего по рангу лица объявляет о намерениях на автономию в унитарном по своему устройству государстве.

Если вернуться к пропаганде, то отклик действительно был довольно внушительным, особенно для российского общества, не особенно привыкшего к акциям подобного рода. Собирались денежные средства, лекарства и продовольствие в особо крупных масштабах, чтобы сформировать гуманитарные колонны для помощи нуждающимся людям. В настоящее время данная тема редко встречается в телевизионных политических передачах, совсем её нет в ветке вещания каналов СМИ. По заявлениям одного из главных идеологов данной акции Игоря Гиркина (Стрелкова)

к осени 2016 года не набирается даже и одной фуры с гуманитарной помощью, а финансовая поддержка по сравнению с 2014-м годов упала в десять раз [7].

Осмысление опыта США в работе с общественным мнением является по сути клондайком. Уйдёт большое количество времени на изучение инструментов работы и внедрение их в программу работы. На сегодняшний день у РФ намечился определенный прогресс в этой деятельности (месседжи и тренды усваиваются не только на постсоветском пространстве, но и за рубежом). Однако есть проблема со сроком жизни месседжей, трудно на данном историческом этапе объективно оценить: это непрофессионализм СМИ или просто веление времени.

Список использованной литературы

1. Сондерс Френсис. ЦРУ и мир искусств: культурный фронт холодной войны. – с. 30.
2. U.S. department of defense [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.defense.gov/About-DoD/Office-of-the-Secretary-of-Defense/Audiovisual-Matters> (дата обращения: 29.10.2016 г.)
3. Entertainment Industry Liaison [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.cia.gov/offices-of-cia/public-affairs/entertainment-industry-liaison> (дата обращения: 29.10.2016 г.)
4. Джордж Фрост Кеннан [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D0%BD,%D0%94%D0%B6%D0%BE%D1%80%D0%B4%D0%B6_%D0%A4%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82 (дата обращения: 29.10.2016 г.)
5. Origins of the Congress for Cultural Freedom, 1949-50 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/95unclass/Warner.html> Дата обращения: 29.10.2016г.
6. Сказка о том, как один человек обманывает весь [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://nstarikov.ru/blog/14382> (дата обращения: 29.10.2016 г.)
7. Судьба добровольца [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/Doc/3113279> (дата обращения: 29.10.2016 г.)
8. Священная война [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B2%D1%8F%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0 (дата обращения: 29.10.2016 г.)