

УДК 94(470):355.58

Внутренний и внешний контуры информационного противостояния в контексте мягкой силы в начальный период холодной войны

Суздалева Татьяна Романовна^{1(*)}syzdalev@list.ru
SPIN-код: 3472-1254Лобач Даниил Викторович¹lobach_d_v@bmstu.ru
SPIN-код: 5216-1117Аляева Людмила Анатольевна^{1,2}L_alyaeva@mail.ru
SPIN-код: 9645-8798¹ МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, Россия² ВА РВСН им. Петра Великого, Балашиха, Россия

Аннотация. Настоящее исследование посвящено анализу феномена информационно-психологического противоборства между США и СССР/Россией в исторической ретроспективе, начиная с инициации Холодной войны. В рамках когнитивно-психологического подхода идентифицируются и анализируются базовые инструменты и методы манипулирования общественным сознанием, направленные на конструирование образа врага и дискредитацию противника. На основе изучения ключевых событий информационно-культурного противостояния сделан вывод о непрерывном характере информационной экспансии Запада. Установлено, что методы и подходы информационного противостояния того периода сохраняют свою актуальность и в XXI в., трансформируясь в соответствии с новыми коммуникационно-технологическими реалиями и вызовами.

Ключевые слова: Информационно-психологическое противоборство, холодная война, пропаганда, когнитивное воздействие, образ врага, историческая память, манипулятивные практики

The domestic and international dimensions of information confrontation in the context of soft power during the early cold war

Suzdaleva Tatiana Romanovna^{1(*)}syzdalev@list.ru
SPIN-code: 3472-1254Lobach Daniil Viktorovich¹lobach_d_v@bmstu.ru
SPIN-code: 5216-1117Alyeva Lyudmila Anatolevna^{1,2}L_alyaeva@mail.ru
SPIN-code: 9645-8798¹ BMSTU, Moscow, Russia² SRTMA, Balashikha, Russia.

Abstract. This study is devoted to the analysis of the phenomenon of information-psychological confrontation between the United States and the USSR/Russia from a historical perspective, starting from the initiation of the Cold War. Within the framework of a

cognitive-psychological approach, the fundamental tools and methods of manipulating public consciousness, aimed at constructing an "image of the enemy" and discrediting the opponent, are identified and analyzed. Based on the examination of key events of the information-cultural standoff, a conclusion is drawn about the continuous nature of the West's information expansion. It is established that the methods and approaches of the information confrontation of that period remain relevant in the 21st century, transforming in accordance with new communication-technological realities and challenges.

Keywords: Information and psychological confrontation, cold war, propaganda, cognitive impact, image of the enemy, historical memory, manipulative practices

Введение. Актуальность исследования обусловлена продолжающейся информационной экспансией Запада против России, которая, по мнению авторов, направлена на искажение исторической памяти и ценностных ориентиров. Целью работы является анализ инструментов и методов когнитивно-психологического воздействия, применявшихся в период Холодной войны и сохранившиеся в текущем арсенале стран. Исследование строится на нарративе о том, что манипулятивные практики используются в целях дезориентации масс, а также для оправдания агрессивных действий посредством мистификации исторической реальности. В качестве основных объектов анализа выступают антикоммунистические кампании в США и ответные меры в СССР, кинопродукция как индикатор политико-культурного противоборства, а также роль диссидентов и правозащитной риторики в психологическом противостоянии.

Материалы и методы. В качестве материалов используются источники: периодическая пресса СССР и США, архивные документы, кино- и фотоматериалы. Основными методами исследования являются: сравнительно-исторический, культурно-имагологического конструирования, контекст-анализа, оценочный (аксиологический).

Результаты. Проведенный анализ показывает, что информационно-психологическое противоборство в период холодной войны носило системный и двусторонний характер. В фокусе пропагандистского измерения стало продуцирование взаимно-негативного образа. Первым послевоенным пропагандистским шоу, рекламировавшим борьбу с СССР, была речь Черчилля в Фултоне. В ней прозвучало утверждение: «Никто не знает, каковы планы Советской России и созданной ею международной коммунистической организации на ближайшее будущее и насколько далеко советы готовы зайти в своем стремлении к экспансии...» [1, с. 307]. Такая постановка вопроса получила отражение в американских плакатах «Что, если завтра придет коммунизм?». С 1946 г. в американских средствах массовой информации стал меняться образ СССР: со страны-союзника — на врага.

В советских СМИ, данная речь, подверглась резкой критике в контексте критики капитализма, акцентируя внимание на безработице, бездомных, и расовой дискриминации, но критика не была столь уничижительной по отношению к американскому населению. В США публиковали эти оценки

из советской печати, тем самым формируя ложные стереотипы в общественном мнении.

Особое место в информационно-психологической войне отводилось культурному пространству как средству идеологического влияния через эмоциональное воздействие на общественное мнение. Кинематограф рассматривался как один из важных механизмов противостояния враждебной идеологии, как инструмент пропагандистского аппарата.

В первоначальный период холодной войны воплощением такого подхода стал маккартизм, квинтэссенцией которого стал процесс над представителями кинематографической интеллигенции, обвиненной в «сочувствии к коммунизму».

Маккартизм совпал с «планом психологической войны» и распространился на радио, телевидении, СМИ. В США развернулась компания против радиостанции «Голос Америки», которая с 1947 г. стала вещать на русском языке и оказалась якобы под коммунистическим влиянием; против журнала «Time» по тому же сценарию; а также против библиотек с последующим сжиганием прокоммунистических книг. Вся эта пропагандистская кампания с антикоммунистической истерией, с «патриотическим бойкотом» имела результат: в конце 40-х годов большинство американских граждан, согласно опросу, поддержали запрет компартии в США.

На внешнем контуре, по мнению американской стороны, пропаганда должна быть направлена на «свертывание контроля и ограничение влияния Кремля в мире». В 1951 г. появился Меморандум под названием «Психологическое наступление против СССР. Цели и задачи». В 1957 г., госсекретарь США заявил, что «...мы мало тратим на войну идей... Единственный способ выиграть третью мировую войну — это взорвать Советский Союз изнутри с помощью подрывных средств и разложения» [2, с. 293].

Голливуд полностью контролировался ЦРУ, ЮСИА и другими ведомствами. Каждая кинокомпания имела своего куратора. Конфронтационные фильмы антикоммунистической направленности «упаковывали» противника в образ врага в противовес положительному образу США, дозировали показ «чужих», показывая их только как людей «второго сорта», вызывали страх русской разведывательной агентурой. Название фильмов «Железный занавес» (1948 г.), «Красная угроза» (1949 г.), «Красный кошмар» (1962 г.) говорили сами за себя. С 1946 г. до 1962 г. к русско-советским сюжетам прокат США обращался почти 90 раз. Только за один 1952 г. русские были показаны в шестнадцати фильмах [3, с. 8–9].

Названия статей выходили с той же направленностью «Мастера обмана: история коммунизма в Америке и как с ним бороться» (1958 г.). В целях воспитания патриотизма и противопоставления «Красной угрозе» распространялись агитационные материалы «Моя Америка».

В СССР в борьбе за «умы и сердца» обострение пропагандистско-психологического противоборства выразилось и в идеологических кампаниях внутри страны. Уже в 1946 г. Сталин на встрече с интеллигенцией заявил

о необходимости «... положить конец идеологическим диверсиям в области литературы и искусства» [4, с. 53]. В середине 40-х гг. деятели кинематографии, литературы, композиторы подверглись критике и гонениям за отклонения от канонов советской культуры. Сталин, читая сборник Геббельса (переведенный для него на русский язык), обнаружил в нем цитаты из сатирических рассказов М. Зощенко, использованных для негативных характеристик советского общества. Зощенко М.М. обличили как «подонка» литературы, Ахматову А.А. в безыдейной поэзии, Прокофьева С.С., Шостаковича Д.Д., Мурадели В.И. в искажении советской реальности, в отсутствии патриотизма, в пропаганде западной идеологии и морали. В 1947 г. был закрыт последний академический журнал, издававшийся на иностранном языке.

В 1949 г. был принят «План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время», предназначенный, прежде всего, для средств массовой информации, науки и культуры. В нем указывалось, что контрпропаганда должна проходить в контексте борьбы против колониального порабощения, показа «звериной буржуазной психологии», порочного образа жизни, разоблачения агрессивных планов. Образ врага согласно этим указаниям должен отражаться во всех сферах: внешнеполитической, социально-экономической, научно-культурной, духовной [5].

Кинематограф как средство политической пропаганды, психологического влияния на аудиторию должен был выдавать выверенную идеологическую кинопродукцию. Фильмы, не отвечавшие таким требованиям, снимались с производства специальным постановлением Политбюро ЦК ВКП(б). Количественную киногонку, по понятным причинам, СССР проигрывал. В США с 1945 г. до начала 50-х гг. выходили сотни фильмов в год, в СССР с 1949 г. по 1951 г. — 53 [6, с. 182]. Уже в первой половине 50-х гг. можно констатировать рост кинопродукции, в том числе с антиамериканской направленностью, с демонстрацией агрессивных целей противника, их спецслужб и т. д.

Под запретом находились некоторые западные жанры искусства. В 50-е гг. музыкальные композиции стали переформатировать под отечественный контекст, делать их идеологически приемлемыми для советских людей. Хрестоматийный пример, эксперимент с композицией «American Patrol», которая была переименована и стала называться «На Заставе».

Образ врага, в зависимости от периодов («оттепель», «разрядка», «перестройка»), трансформировался, приобретал более «мягкие» формы, негативный контекст ослабевал. В 60-е годы активизация противостояния проходила в рамках объявленного курса на «культурное наступление» Советского Союза во всем мире. Страна стала участвовать в международных выставках, так, в 1958 г. в Брюсселе были продемонстрированы успехи советской космической программы. Более того, стали вручаться престижные премии американским и афроамериканским деятелям культуры, организовываться пацифистские курсы, приниматься миротворческие инициативы, нередко приводившие к срыву антисоветских провокаций. Информационная продукция, посвященная памятным датам периода Великой Отечественной войны, стала переводиться

на иностранные языки и распространяться ведущими СМИ, через различные общества дружбы и культурных связей с зарубежными странами.

В 60-е годы «появляется та микросреда — диссиденты, на которую стал опираться Запад. В лице диссидентов США получили своих «агентов влияния» [7, с. 51]. По мнению ряда исследователей, «диссиденты работали в системном взаимодействии с пропагандистской машиной Запада... Без участия диссидентов — «наших», изнутри советского общества, пропаганда «оттуда» потеряла бы большую часть своей силы» [8, с. 234–235].

После совещания в Хельсинки, в августе 1975 г., когда СССР стал сотрудничать с Западом по вопросам «прав человека», свободы передвижения, психологическое противостояние усилилось. Истинная цель информационного «похода» проиллюстрирована в высказывании «противозащитницы» В. Новодворской: «Я лично правами человека накушалась досыта. Некогда и мы, и ЦРУ, и США использовали эту идею как таран для уничтожения коммунистического режима и развала СССР. Эта идея отслужила свое и хватит врать про права человека и про правозащитников» [9].

Обсуждение. В экспертном сообществе нет единой классификации понятия «информационная война» (далее «ив»). Упоминание термина близкого по значению к «ив» появляется в 60-70-е годы. В западных СМИ данная дефиниция получила широкое распространение в начале 90-х годов. В середине 90-х годов вводится в оборот термин «информационное противоборство», обозначающий войну без временных и пространственных границ. В конце 90-х годов вводится новое понятие «информационные операции». Средства для «ив» разнообразны: от манипулирования информацией до киберопераций. В текущее время дискуссии касательно наполнения термина «ив» продолжаются. Актуальная трактовка различается у отечественных и западных экспертов: первые делают акцент на пропагандистско-психологическом воздействии, проведении информационных операций; вторые — на кибервойне и технологическом воздействии на компьютерные системы. Только в конце второго десятилетия XXI в. Россия официально заявила о создании войск информационных операций [10, с. 10].

Заключение. Авторы приходят к выводу, что Россия по-прежнему остается объектом информационной экспансии, целью которой является эрозия национальной идентичности и исторической памяти. От того насколько действенно будет информационное противостояние Западу зависит национальная, духовная, цивилизационная безопасность. Противостоять когнитивным искажениям возможно только при умении критически воспринимать информацию, системно видеть проблему.

Список источников

- [1] Черчилль У. *Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля. Речь в Вестминстерском колледже, г. Фултон, штат Миссури, США, 5 марта 1946 г.* Москва, Альпина нон-фикшн 2014, с. 301–310.
- [2] *Секреты секретных служб США.* Москва, Политиздат, 1973, 303 с.

- [3] Супоницкая И.М. Общество против Джозефа Маккарти. *Новая и новейшая история*, 2021, т. 65, № 2, с. 135–147.
- [4] Сталин И.В. *Сочинения*. Москва, Изд-во Писатель, 1997, 463 с.
- [5] *План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время. Документ Агитпропа ЦК. Последняя декада марта 1949 г.* РГАСПИ. Ф. 17, оп. 132, д. 224, л. 48–52. Копия. Машинопись.
- [6] Туровская М.И. Фильмы 1930-1950-х годов как документы эмоций времени. *Россия и современный мир*, 2004, № 1, с. 181–192.
- [7] Польшов М.Ф. Холодная война как способ борьбы США против СССР. *Terra Humana*, 2008, № 3, с. 36–53.
- [8] Кара-Мурза С.Г. *Советская цивилизация. От Великой Победы до наших дней*. Москва, Эксмо: Алгоритм, 2002, т. 2, 768 с.
- [9] Правда, 1994, 30 ноября.
- [10] Суздалева Т.Р. Сивова А.Н. Информационная война: этапы трансформации. *Этносоциум и межнациональная культура*, 2020, № 1 (139), с. 9–18.