

ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНА ПРОСОЛОВА

аспирант кафедры истории России исторического факультета Таврической академии
Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского
(Симферополь, Российская Федерация)
ORCID 0000-0003-3937-3851; katerina.prosolova@mail.ru

КИНОПРОПАГАНДА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО АППАРАТА США НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ

А н н о т а ц и я . Развитие американского послевоенного пропагандистского аппарата является одним из наиболее актуальных вопросов изучения холодной войны. Однако несмотря на это проблематика, связанная с системным использованием кинематографа в качестве средства идеологического влияния в указанный период, практически не получила освещения. В статье впервые предпринимается попытка рассмотреть место и роль кинопропаганды в механизме пропагандистской деятельности при администрациях Г. Трумэна и Д. Эйзенхауэра. Для этого устанавливаются основные этапы развития пропагандистского аппарата США, дается их характеристика. Исследуется работа Информационного агентства США, связи и взаимоотношения представителей ЦРУ с голливудскими кинематографистами. Проведенный анализ позволяет сделать вывод об эволюции механизмов пропагандистского влияния в США к концу 1950-х годов, а также о становлении кинопропаганды в качестве одного из основных инструментов идеологической борьбы во время холодной войны.

К л ю ч е в ы е с л о в а : холодная война, пропаганда, кинематограф, Информационное агентство США, идеологическое противостояние

Д л я ц и т и р о в а н и я : Просолова Е. В. Кинопропаганда в системе государственного аппарата США на начальном этапе холодной войны // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2021. Т. 43, № 8. С. 8–14. DOI: 10.15393/uchz.art.2021.687

ВВЕДЕНИЕ

Конфронтация между СССР и США как глобальное противостояние ознаменовала собой период длительной идеологической борьбы в рамках биполярного мира. Исследуя холодную войну, Г. Г. Почепцов характеризует ее как интенсивное, решающее стратегические цели и ведущееся в чужом информационном пространстве эквивалентное противодействие, отличающееся своей многоканальностью, при которой особое внимание уделяется культуре [7: 473]. Действительно, важность использования культуры и искусства как инструментов информационной борьбы и пропаганды во всех типах войн не подлежит сомнению. Между тем развитие искусства и появление новых его видов закономерно привело к эволюции форм и методов воздействия на общественное сознание. Так, кинематограф, уже продемонстрировавший эффективность своего влияния на аудиторию в период Второй мировой войны, в послевоенную эпоху стал одним из важнейших средств достижения пропагандистских целей. Как и другие инструменты идеологического влияния и контроля,

американская кинопропаганда обрела новые организационные формы, а также принципиально иное содержание. Этому способствовала реорганизация государственного пропагандистского аппарата США, а также активное внедрение новых методов борьбы с идеологическим противником – СССР. Именно начальный период холодной войны, ознаменовавший собой поиск более эффективных средств пропагандистского влияния администрациями Г. Трумэна и Д. Эйзенхауэра, заложил основы для дальнейшего конфронтационного противостояния.

Развитие методов ведения информационно-психологической борьбы активно рассматривается как в отечественной, так и в зарубежной историографии. Эти исследования можно разделить на несколько направлений. В первую очередь следует отметить труды, посвященные системе обеспечения идеологического влияния США внутри страны и за ее пределами в контексте трансформации советско-американских отношений, – это монографии П. Шарпа [12], А. В. Валюженича [4], К. Осгуда [11], С. Ю. Шенина [9], С. Н. Мирошникова [6], Н. Н. Бонцевича [3]. Од-

нако указанные работы, рассматривая механизмы функционирования американского пропагандистского аппарата, практически не уделяют внимания кинематографу как одному из важнейших составляющих идеологического влияния. Вторая группа исследований посвящена исключительно взаимодействию государственных структур с представителями кинематографического сообщества. Так, в работах Ф. Сондерс [8], С. Уилметтса [14], М. Фитцджеральд [15] рассматриваются история создания кинофильмов, принципы работы голливудских кинематографистов, однако недостаточно внимания уделяется конкретным внешнеполитическим причинам появления и развития конфронтационного кинематографа. Таким образом, вопросы, связанные с эксплуатацией кинопродукции как одного из инструментов американского пропагандистского аппарата, практически не получили освещения. Целью нашей работы является изучение кинематографа как средства внешне- и внутриполитической пропаганды при администрациях Г. Трумэна и Д. Эйзенхауэра. Для достижения заданной цели представляется необходимым выявить основные этапы развития пропагандистского аппарата США, охарактеризовать место и роль кинематографа в его структуре, а также исследовать влияние Информационного агентства США и ЦРУ на формирование методов и приемов кинопропаганды.

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОПАГАНДИСТСКОГО АППАРАТА США

Методика ведения пропаганды, являясь важнейшим средством идеологической борьбы, с конца 1940-х и до середины 1950-х годов пережила эволюцию. Хронологически данный процесс можно разделить на несколько этапов. Первый этап адаптации под изменяющуюся мировую систему в условиях холодной войны длился с 1947 по 1950 год. Активная трансформация информационно-психологической составляющей внешней политики в этот период была непосредственно связана со строительством послевоенного нового мирового порядка, которое требовало от руководства США использования широкого спектра внешнеполитических инструментов, в том числе и пропаганды [9: 356]. Это способствовало восстановлению некоторых институтов, отвечавших в период Второй мировой войны за ведение пропаганды (в 1947 году на основе Управления стратегических служб создано Центральное разведывательное управление США – ЦРУ), и созданию в том же году Совета национальной безопасности. Таким образом,

тактика ведения антисоветской пропаганды со стороны государственного аппарата США была выработана уже к концу 1940-х годов. Безусловно, она соотносилась со сведениями касательно внешнеполитического курса СССР на ближайшие годы. Так, в отчете 1949 года утверждалось, что в СССР не собираются прибегать к военным действиям в ближайшем будущем, что не умаляет необходимости долгосрочного планирования американского внешнеполитического курса¹. Тем не менее усилий администрации Г. Трумэна для полномасштабного пропагандистского наступления оказалось недостаточно. Как отмечает С. Н. Мирошников, изменение ситуации в странах Восточной Европы в 1948–1949 годах, события в Китае, испытание Советским Союзом ядерной бомбы привели к пересмотру всей стратегии внешней политики [6: 57]. «Кампания правды», провозглашенная 20 апреля 1950 года Трумэном в рамках обращения к американскому Обществу редакторов газет, стала началом второго этапа развития пропагандистского аппарата. Основой, заложившей ее принципы, стала директива СНБ-68, открыто признававшая первоочередную важность пропагандистской борьбы, которая «принимает мировые масштабы»².

Уже на первых двух этапах становления американской пропагандистской машины одним из главных средств формирования идеологической борьбы был выбран именно кинематограф, крайне эффективный ввиду своей эмоционально-образной составляющей, способной быстро донести до зрителя уже выработанные стереотипы [1: 90]. Более того, как подчеркивалось в исследовании Государственного департамента за 1951 год,

«в слаборазвитых странах и среди аудитории с ограниченной грамотностью, а также среди промышленных рабочих, фермеров и молодежи в более развитых странах кинофильмы являются основным средством укрепления доверия, выявления угрозы агрессии и борьбы с тенденциями к нейтрализму»³.

Однако механизмы пропагандистской работы в данной области на тот момент были еще далеки от совершенства. Программа выпуска художественных и документальных фильмов страдала из-за отсутствия специалистов. Так, в августе 1951 года отмечалось, что

«эффективному функционированию программы препятствует трудность найма персонала в высококвалифицированных областях, особенно в кинопроизводстве и техническом радиопроизводстве»⁴.

Кроме того, разветвление пропагандистского аппарата привело к хаосу, в условиях которого организации тратили столько же времени на борьбу друг с другом, сколько и на борьбу

с коммунизмом [11: 43]. Неудачи ведения пропагандистской деятельности в этот период ярко иллюстрирует отчет Совета по психологической стратегии за 1953 год, сообщающий, что

«падение престижа США началось примерно три года назад и ускорилось во второй половине 1952 года, а в некоторых странах <Европы> в настоящее время находится на послевоенном минимуме или близком к нему»⁵.

Итак, тактические новшества, используемые в «Кампании правды» Трумэна, были нивелированы ее откровенно агрессивным антикоммунистическим характером, который вызывал серьезную критику в Соединенных Штатах [4: 62]. Однако ситуация резко меняется после выборов 1952 года. Приход к власти Д. Эйзенхауэра способствовал окончательному формированию эффективной модели пропагандистской работы, что было ознаменовано созданием 1 августа 1953 года Информационного агентства Соединенных Штатов (ЮСИА). Можно утверждать, что только с этого момента антисоветская пропаганда в США приобретает тот масштаб, который будет свойственен ей на протяжении всей холодной войны.

ЮСИА НА СЛУЖБЕ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ

Создание ЮСИА по образцу, рекомендованному Президентским комитетом по международной информационной деятельности (Комитет Джексона), решило две важнейшие задачи. Во-первых, благодаря нововведениям администрации Д. Эйзенхауэра пропагандистская стратегия стала более централизованной, что позволило развернуть новые глобальные кампании, начало которым было положено после произнесенных речей президента «Шанс на мир» и «Атом для мира» [13: 270]. Во-вторых, разрешение противоречий между ведомствами способствовало созданию единого курса, выразившегося в отказе от агрессивной «Кампании правды». Однако, несмотря на такую трансформацию, организационная основа кинопропаганды осталась неизменной. В частности, ЮСИА унаследовало от своего предшественника, Администрации международной информации, принцип производства кинохроники «на местах, особенно в приоритетных странах»⁶. Следует отметить, что на протяжении всего срока президентства Д. Эйзенхауэра, как справедливо отмечает Л. Г. Дадян, в приоритете оставались страны Восточной Европы, в которых предпочтение отдавалось пропаганде и моральной поддержке «порабощенных народов» [5: 88]. Однако уже

к 1954 году фильмы производства Информационного агентства США создавались и распространялись также в странах Латинской Америки, Ближнего Востока, Азии и Африки, на Дальнем Востоке, в Западной Европе⁷.

Примечательно и то, что в середине 1950-х годов художественный кинематограф был важным, но все же вспомогательным средством внешнеполитической пропаганды. Это объясняется в первую очередь затратами на производство, а также необходимостью поиска местных актеров и режиссеров. Документальный формат, напротив, позволял сэкономить время и сократить производственный бюджет, а также, что крайне важно в контексте пропаганды 1950-х годов, оперативно реагировать на происходившие события. Кроме того, как отмечает Ф. Сондерс, к концу Второй мировой войны США еще не имели такого громадного опыта использования культуры в качестве орудия политической пропаганды, как СССР [8: 18]. Действительно, «Броненосец Потемкин» С. Эйзенштейна, вышедший на экран в 1925 году и считающийся одним из самых успешных пропагандистских фильмов всех времен, задал крайне высокий стандарт для использования технических и эмоционально-образных средств идеологического влияния на аудиторию. Тем не менее послевоенная эпоха советского «малокартинья» тормозила выпуск антиамериканского конфронтационного кино, что дало время кинопропаганде США на развитие форм и методов ведения борьбы за умы. Уже к концу 1940-х годов у американских кинематографистов был достаточный багаж знаний для создания качественного и выверенного идеологического кинопродукта. В соответствии с этим своеобразная форма эскапизма, которой являлся для большинства зрителей просмотр новинок кино, в послевоенное десятилетие превратилась в способ познания реальности [14: 69–70]. Совершенствование методов и приемов режиссуры, работы операторов и монтажеров, появление нового технического оборудования позволяло наращивать темпы производства кинофильмов, оперативно создавая сюжеты, которые были бы способны вызвать у зрителя живой эмоциональный отклик. При этом работа ЮСИА заключалась не только в отражении мировых событий в выгодном для внешнеполитического курса США свете и демонстрации актуальных для местного населения проблем, но и создании позитивного образа Соединенных Штатов. Об успехах такой деятельности уже на ранних этапах существования Информационного агентства свидетельству-

ет инструкция Госдепартамента в посольство в Польше:

«В депеше 167 от 15 ноября 1955 г. сообщалось, что поляки заинтересованы в демонстрации “Живой пустыни” – предложение, которое было надлежащим образом передано корпорации Уолта Диснея в Нью-Йорке. О любых запросах подобного рода в будущем следует информировать Департамент...»⁸.

Таким образом, на протяжении второй половины 1950-х годов ЮСИА успешно справлялось с возложенными на него задачами. Однако деятельность Агентства регулировалась законом Смита – Мундта, в соответствии с которым практика распространения информации о программах ЮСИА на территории Соединенных Штатов рассматривалась как сомнительная⁹. Соответственно, антисоветская пропаганда внутри страны требовала иных механизмов создания и распространения.

ВНУТРИПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА: ЦРУ И ГОЛЛИВУД

Анализ работы внутривнутриполитической пропаганды представляет собой более обширную задачу. С одной стороны, к концу 1950-х годов результатом этой работы явилась серия антикоммунистических фильмов, созданных для американского зрителя, с другой – остается дискуссионным вопрос о механизмах и формах влияния на кинообщество со стороны государства. Безусловно, на первом этапе холодной войны политики и многие представители кинематографического сообщества признавали необходимость создания пропагандистских фильмов и их распространения на территории США. Однако базовые принципы работы государственного аппарата администрации Г. Трумэна и Д. Эйзенхауэра предполагали транслирование духовных и материальных ценностей через кинематограф в виде художественных приемов и завуалированных посланий, благодаря чему подчеркивалась непричастность правительства к пропагандистской деятельности внутри страны. Это обуславливалось в первую очередь неодобрением методов психологической войны большинством американцев [3: 365]. Тем не менее создание кинофильмов в этот период предусматривало как внутренний, так и внешний контроль. Так, если образы представителей ФБР на американских экранах появлялись достаточно часто («Курс на восточный маяк!», 1952 и «История агента ФБР», 1959), то деятельность ЦРУ ни в документальных, ни в художественных фильмах не освещалась. По мнению С. Уилметса, подобный подход также преследовал кон-

кретную цель: отсутствие художественных образов ЦРУ в кинематографе 1950-х годов создавало впечатление, что агрессивный шпионаж был исключительно прерогативой Советского Союза, но не американских спецслужб за границей [14: 130].

Более сложным представляется вопрос о действии голливудских кинематографистов в создании антикоммунистической пропаганды. Ф. Сондерс утверждает, что с момента организации ЦРУ Голливуд фактически стал марионеткой государства, тотально контролировавшего большую часть культурной индустрии [8: 245]. Другие исследователи, подтверждая невозможность выпуска в 1950-х годах в Голливуде фильма, критикующего внешнеполитический курс США или отдельные государственные ведомства, тем не менее склоняются к мнению, что взаимоотношения ЦРУ и Голливуда строились на добровольном сотрудничестве, продиктованном в том числе и личными идеологическими взглядами [14: 139]. Второе утверждение представляется более убедительным по ряду причин. Ужесточение государственной культурной политики США в связи с началом холодной войны и развитие «маккартизма» действительно полностью политизировали систему кинопроизводства Голливуда. С 1953 года при студиях появляются люди, поддерживающие тесные связи с Комиссией по расследованию антиамериканской деятельности. Так, на студии «Metro-Goldwyn-Mayer» работу по контролю за сотрудниками выполнял Л. К. Сидней, на «Columbia Pictures» – Б. Б. Кахане [10: 504]. Кроме того, отсутствие абсолютной свободы творчества также подтверждается самой системой американского кинопроизводства, характеризовавшейся на тот период наличием мейджоров и не предполагавшей выход независимых кинопроизводителей на массового зрителя. Поэтому, принимая во внимание специфическую модель создания и проката голливудской продукции, нельзя говорить о полной независимости киностудий от государственного аппарата США, как невозможно утверждать и об абсолютной аполитичности Голливуда [2: 149]. Однако, с другой стороны, именно наличие крупных киностудий подтверждает предположение о том, что сотрудничество большинства кинематографистов с государственными ведомствами было добровольным. Некоторые из них, уже успевшие поработать в период Второй мировой войны над созданием документальных фильмов под руководством Управления стратегических служб, не желали порывать связи с правительственными структурами. Наиболее

яркими примерами таких деятелей являются Д. Занук – один из отцов-основателей компании «20th Century Pictures» и киномагнат С. Скурас, поддерживающие тесные рабочие отношения с администрацией Д. Эйзенхауэра [15: 374]. Однако фильмы антикоммунистической направленности выпускались не только компанией «20th Century Pictures», которая создала такие образцы антикоммунистической пропаганды, как «Человек на канате» и «Происшествие на Саут-стрит» 1953 года. К числу студий, снимавших в период 1949–1958 годов конфронтационные фильмы, относятся «United Artists» («Пуля для Джои», 1955 и «Создатели страха», 1958); «Metro-Goldwyn-Mayer» («Красный Дунай», 1949); «RKO Pictures» («Женщина на пирсе 13», 1949 и «Пилот реактивного самолета», 1953); «Paramount Pictures» («Мой сын Джон», 1952); «Warner Brothers» («Я был коммунистом для ФБР», 1951); «Columbia Pictures» («Вторжение в США», 1952). Концепция ведения американской пропаганды в данных кинопродуктах сводилась к созданию дуалистической системы, согласно которой США отводилась роль «добра», а СССР – «зла», что позволило легитимизировать демонизацию коммунизма [12: 90]. Эффективность подобной стратегии подтверждается тем, что все вышеперечисленные картины имели большой успех в прокате. Это позволяет сделать вывод не только об активной поддержке кинематографистами внешнеполитического американского курса, но и о прямой эксплуатации Голливудом тем, актуальных в контексте идеологического противостояния.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процесс развития американской пропаганды в кинематографе на первом этапе холодной войны напрямую связан с эволюцией всего пропагандистского аппарата США. При этом важно разделять механизмы обеспечения производства кинопропаганды в Соединенных Штатах

и за их пределами. Анализ голливудской кинопродукции за рассматриваемый период позволяет сделать вывод о том, что успешная кооперация представителей государственного аппарата и кинообщества наблюдалась уже с конца 1940-х годов при администрации Г. Трумэна. При этом принцип добровольного сотрудничества голливудских кинодеятелей с властями подтверждается не только количеством выпускаемых фильмов антикоммунистической направленности, но и оперативностью их создания. Можно утверждать, что именно начальный период идеологической конфронтации позволил выявить все преимущества использования голливудских художественных фильмов для повсеместного влияния на общественное мнение и трансляции идеологических установок. Принципиально иной эволюционный путь развития с 1947 по конец 1950-х годов прошла кинопропаганда, направленная на распространение за границей. Ряд неудач, связанных с излишне активным и прямолинейным давлением американской пропаганды, распространяемой за пределами Соединенных Штатов, в 1952 году вынудил администрацию Д. Эйзенхауэра пересмотреть принципы работы на данном участке идеологического фронта. Тем не менее период длительного поиска эффективных средств идеологической борьбы в условиях биполярного мира оправдал себя в полной мере созданием ЮСИА. Информационное агентство, в отличие от голливудского сообщества, использовало иные, однако не менее успешные принципы работы с кинопропагандой, увеличивая масштабы ее распространения. Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что равноценный вклад администраций Г. Трумэна и Д. Эйзенхауэра в разработку эффективно функционирующего пропагандистского аппарата способствовал становлению кинопропаганды в виде одного из основных средств идеологической борьбы в последующие периоды холодной войны.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ Foreign Relations of the United States, 1949, Eastern Europe; the Soviet Union, Volume V, Document 349. (05.04.1949) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1949v05/d349/> (дата обращения 21.02.2021). Здесь и далее перевод автора статьи.
- ² National Security Council Report, NSC-68, “United States Objectives and Programs for National Security” (14.04.1950) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://digitalarchive.wilsoncenter.org/document/116191.pdf?v=2699956db534c1821edefa61b8c13ffe/> (дата обращения 24.02.2021).
- ³ Foreign Relations of the United States, 1951, National Security Affairs; Foreign Economic Policy, Volume I, Document 332. (12.10.1951) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1951v01/d332/> (дата обращения 21.02.2021).
- ⁴ Foreign Relations of the United States, 1951, National Security Affairs; Foreign Economic Policy, Volume I, Document 328. (08.08.1951) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1951v01/d328/> (дата обращения 21.02.2021).

- ⁵ Foreign Relations of the United States, 1952–1954, General: Economic and Political Matters, Volume I, Part 2, Document 223. (11.09.1953) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1952-54v01p2/d223/> (дата обращения 21.02.2021).
- ⁶ Foreign Relations of the United States, 1950–1955, The Intelligence Community, 1950–1955, Document 69 (24.05.1951) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1950-55Intel/d69/> (дата обращения 21.02.2021).
- ⁷ Foreign Relations of the United States, 1952–1954, National Security Affairs, Volume II, Part 2, Document 366 (18.08.1954) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1952-54v02p2/d366/> (дата обращения 21.02.2021).
- ⁸ Foreign Relations of the United States, 1955–1957, Eastern Europe, Volume XXV, Document 51 (28.03.1956) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1955-57v25/d51/> (дата обращения 21.02.2021).
- ⁹ US Information and Educational Exchange Act of 1948 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.usagm.gov/who-we-are/oversight/legislation/smith-mundt/> (дата обращения 21.02.2021).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Базаев К. В. Возможности кинематографа в реализации информационного противоборства // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2013. № 2 (13). С. 88–92.
2. Баркова Е. Д. История отношений Голливуда и Белого Дома: вечный конфликт интересов // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2005. № 3. С. 149–154.
3. Бонцевич Н. Н. Институционализация публичной дипломатии в США в правление администрации Г. Трумэна // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: История. Международные отношения. 2017. № 3 (17). С. 364–369. DOI: 10.18500/1819-4907-2017-17-3-364-369
4. Валюженич А. В. Внешнеполитическая пропаганда США. М.: Международные отношения, 1973. 213 с.
5. Дадян Л. Г. Конгресс США и концепция «освобождения Европы»: 1950-е гг. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 83–90. DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-83-90
6. Ми ро ш н и к о в С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно-психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 4 (30). С. 54–59.
7. Почепцов Г. Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. 528 с.
8. Сондерс Ф. ЦРУ и мир искусств. Культурный фронт холодной войны. М.: Институт внешнеполитических исследований: Кучково поле, 2013. 416 с.
9. Шенин С. Ю. Эволюция американской политики помощи в период президентства Д. Эйзенхауэра // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: История. Международные отношения. 2019. Т. 19, № 3. С. 356–360. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-4907-2019-19-3-356-360>
10. C a u t e D. The great fear: The anti-communist purge under Truman and Eisenhower. New York: Simon and Schuster, 1978. 697 p.
11. O s g o o d K. Total Cold War: Eisenhower's secret propaganda battle at home and abroad. Lawrence: University of Kansas, 2006. 506 p.
12. S h a r p J. P. Condensing the Cold War: Reader's Digest and American identity. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000. 232 p.
13. S h a w n J. P. - G. The Eisenhower administration's conceptualization of the USIA: The development of overt and covert propaganda strategies // Presidential Studies Quarterly. 1994. Vol. 24 (2). P. 263–276.
14. W i l l m e t t s S. In secrecy's shadow: The OSS and CIA in Hollywood cinema 1941–1979. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2016. 307 p.
15. F i t z G e r a l d M. R. «Adjuncts of government»: Darryl F. Zanuck and 20th Century-Fox in service to the executive branch, 1935–1971 // Historical Journal of Film, Radio and Television. 2016. Vol. 3 (36). P. 373–391.

Поступила в редакцию 09.02.2021; принята к публикации 28.06.2021

Original article

Ekaterina V. Prosolova, Postgraduate Student, V. I. Vernadskiy
Crimean Federal University (Simferopol, Russian Federation)
ORCID 0000-0003-3937-3851; katerina.prosolova@mail.ru

**FILM PROPAGANDA IN THE US STATE APPARATUS
AT THE INITIAL STAGE OF THE COLD WAR**

Abstract. The development of the American post-war propaganda apparatus is one of the most pressing issues in the study of the Cold War. Despite this, however, the problems associated with the systemic use of cinema as a means

of ideological influence during this period received practically no coverage. The article is the first attempt to consider the place and role of film propaganda as a structural element in the system of the American propaganda mechanism under Harry Truman and Dwight Eisenhower. For this purpose the main stages in the development of the US propaganda apparatus are established and characterized. The work of the US Information Agency, the connections and relationships between the CIA representatives and Hollywood filmmakers are investigated. The analysis enables the author to draw the conclusion about the evolution of the propaganda influence mechanisms in the United States by the end of the 1950s, as well as about the formation of film propaganda as one of the main tools of the ideological Cold War struggle.

Key words: Cold War, propaganda, cinema, United States Information Agency, ideological confrontation

For citation: Prosolova, E. V. Film propaganda in the US state apparatus at the initial stage of the Cold War. *Proceedings of Petrozavodsk State University*. 2021;43(8):8–14. DOI: 10.15393/uchz.art.2021.687

REFERENCES

1. Bazaev, K. V. Capabilities of cinematograph in realization of information confrontation. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*. 2013;2(13):88–92. (In Russ.)
2. Barkova, E. D. The history of the relationship between Hollywood and the White House: an eternal conflict of interests. *Vestnik of Saint Petersburg University*. 2005;3:149–154. (In Russ.)
3. Bontsevich, N. N. The institutionalization of the United States' public diplomacy during President Truman's administration. *Izvestiya of Saratov University. History. International Relations*. 2017;3(17):364–369. DOI: 10.18500/1819-4907-2017-17-3-364-369 (In Russ.)
4. Valyuzhenich, A. V. The US foreign policy propaganda. Moscow, 1973. 213 p. (In Russ.)
5. Dadyan, L. G. The United States Congress and the concept of Europe liberation: the 1950s. *Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences*. 2020;1:83–90. DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-83-90 (In Russ.)
6. Mirosnikov, S. N. Rebuilding of mechanisms of informational-psychological warfare with socialist bloc countries during Eisenhower's administration. *Tomsk State University Journal of History*. 2014;4(30):54–59. (In Russ.)
7. Pocheptsov, G. G. Psychological Wars. Moscow, Kiev, 2000. 528 p. (In Russ.)
8. Saunders, F. The cultural Cold War: the CIA and the world of arts and letters. Moscow, 2013. 416 p. (In Russ.)
9. Shenin, S. Yu. The American aid policy evolution during D. Eisenhower's presidency. *Izvestiya of Saratov University. History. International Relations*. 2019;19(3):356–360. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-4907-2019-19-3-356-360> (In Russ.)
10. Caute, D. The great fear: The anti-communist purge under Truman and Eisenhower. New York, 1978. 697 p.
11. Osgood, K. Total Cold War: Eisenhower's secret propaganda battle at home and abroad. Lawrence, 2006. 506 p.
12. Sharp, J. P. Condensing the Cold War: Reader's Digest and American identity. Minneapolis, 2000. 232 p.
13. Shawn, J. P. - G. The Eisenhower administration's conceptualization of the USIA: The development of overt and covert propaganda strategies. *Presidential Studies Quarterly*. 1994;24(2):263–276.
14. Willmetts S. In secrecy's shadow: The OSS and CIA in Hollywood cinema 1941–1979. Edinburgh, 2016. 307 p.
15. FitzGerald, M. R. "Adjuncts of government": Darryl F. Zanuck and 20th Century-Fox in service to the executive branch, 1935–1971. *Historical Journal of Film, Radio and Television*. 2016;3(36):373–391.

Received: 9 February, 2021; accepted: 28 June, 2021