

УДК 327.54

**ПРОПАГАНДА ИЛИ ОБЪЕКТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: РАДИОСТАНЦИЯ «ГОЛОС АМЕРИКИ»  
В ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ АДМИНИСТРАЦИИ Д. ЭЙЗЕНХАУЭРА  
ПРОТИВ СТРАН ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В 1953 – 1955 ГОДАХ**

*С. Н. Мирошников*

**PROPAGANDA OR OBJECTIVE INFORMATION: RADIO “VOICE OF AMERICA”  
IN THE INFORMATION WARFARE OF EISENHOWER’S ADMINISTRATION AGAINST EASTERN  
EUROPEAN COUNTRIES IN 1953 – 1955**

*S. N. Miroshnikov*

Статья посвящена возникновению Информационного агентства США и перестройке деятельности радиостанции «Голос Америки» в свете развертывания информационно-психологической войны администрации Д. Эйзенхауэра против стран Восточной Европы в 1953 – 1955 годах. В статье рассматриваются факторы, влияющие на эффективность работы радиостанции и поиски ею новых механизмов завоевания аудитории восточноевропейских стран.

The paper is devoted to the establishment of the United States Information Agency and restructuring of the radio “Voice of America” activities in the light of the development of information-psychological warfare of Eisenhower’s administration against Eastern European countries in 1953 – 1955. The author discusses the factors that influenced the effectiveness of the radio’s performance and the search for new mechanisms to attract Eastern European audience.

**Ключевые слова:** внешняя политика США, холодная война, информационная война, ЮСИА, «Голос Америки», Д. Эйзенхауэр, Восточная Европа.

**Keywords:** USA foreign policy, Cold War, information warfare, Voice of America, USIA, D. Eisenhower, Eastern Europe.

Появление ядерного, а затем и термоядерного оружия, развитие средств транспорта и связи в 40 – 50-х годах XX века заставляли правительства ведущих держав совершенно по-новому посмотреть не только на вопросы военного противостояния, но и на вопросы информационно-психологического воздействия на противника. Поэтому не случайно 24 января 1953 года избранный на выборах в ноябре 1952 года президент США Д. Эйзенхауэр создает «Специальный комитет по информационной политике за рубежом» во главе с Уильямом Джексоном. Задача комитета была сформулирована предельно четко: проанализировать деятельность правительственных органов в информационной области за рубежом и соотнести результаты этой деятельности с целями и задачами внешней политики и политики в области национальной безопасности США [6, р. 1795; 2].

В докладе «комитета У. Джексона» большое внимание было уделено проблемам радиовещания на СССР и страны Восточной Европы. По мнению авторов доклада, действия советских спецслужб серьезно ограничили, а в случае с СССР практически «свели на нет» другие возможности доведения информации до населения этих стран, кроме радиосигналов. Поэтому комитетом были даны конкретные рекомендации по реорганизации работы основных каналов информационного вещания на «коммунистические страны», в первую очередь радиостанций на коротких и средних волнах, которые являлись практически единственным способом, которым Соединенные Штаты могли донести свою точку зрения на происходящие события и противостоять советской пропаганде. Радиостанции на длинных и средних волнах должны находиться на относительно близком расстоянии от слушателей, чтобы они могли получать уверенный сигнал. Разме-

шение вдоль советской территории радиостанций со всем персоналом было очень затратным мероприятием. Единственной радиостанцией в Европе, вещающей от имени правительства США на территорию восточноевропейских стран, было «Радио в американском секторе». По мнению авторов доклада, не только каждая страна, но и каждый регион советского блока имеют свою собственную специфику, которую необходимо учитывать. Поэтому основной тезис доклада в отношении методов работы радиостанций – резкое снижение пропагандистского компонента в радиовещании – варьировался в зависимости от региона и страны, на которые шли радиопередачи [6, р. 1824; 2]. Учет этой специфики требовал хорошей координации между всеми службами государства, занимающимися вопросами взаимоотношений с зарубежными государствами. Для решения этой задачи, по предложению комитета, было создано информационное агентство Соединенных Штатов (ЮСИА), независимое от государственного департамента. Через год после выхода в свет доклада Т. Стрейберга, первый глава ЮСИА, стал полноправным членом Совета по координации деятельности высших органов исполнительной власти США, а президент Д. Эйзенхауэр ежемесячно встречался с ним с 9 до 9.30 утра каждую последнюю среду месяца [4, р. 101]. В конечном итоге усиление роли психологических и информационных факторов во внешней политике США и укрепление роли самого Агентства привели к тому, что с 1957 года директор ЮСИА стал полноправным членом всех высших органов американской администрации [4, р. 134]. Для придания гибкости информационному вещанию авторы доклада предлагали передать право говорить от имени правительства только радиостанции «Голос Америки», а всю «черновую» пропагандистскую ра-

боту передать неправительственным организациям и их радиостанциям [10, р. 95]. Такое разделение функций позволило, по мнению исследователей, правительству США отделить «белые» и «черные» методы ведения психологической борьбы и тем самым в определенной степени снизить градус возможных обвинений в проведении подрывных действий против социалистических стран с правительства США [12].

Радиостанции «Голос Америки» отводилась определяющая роль в доведении до жителей за «железным занавесом» информации о позиции правительства США на международной арене, разъяснения тех или иных действий Вашингтона в мире и, чему «комитет Джексона» призвал уделить повышенное внимание, знакомству советской и восточноевропейской аудитории с жизнью и культурой США [6, р. 1873]. Неудивительно, что львиная доля (63 % или 13,141 млн долл.) из 22 миллионного бюджета «Голоса Америки» в 1953 году тратилась на организацию и проведение вещания на страны социализма. На финансирование программ, направленных на территорию СССР, выделялось 6,554 млн долл. и 4,132 млн долл. восточноевропейскому отделу «Голоса Америки» [6, р. 1824].

За выводами «комитета У. Джексона» и по следам расследования деятельности администрации демократов по руководству радиостанцией в конгрессе США сенатором Дж. Маккарти (февраль – май 1953 года) администрация Д. Эйзенхауэра предприняла серьезную реорганизацию «Голоса Америки». Во-первых, радиостанция переехала из Нью-Йорка, где она размещалась с момента своего создания в 1942 году в Вашингтон в самый центр города в бывшее здание министерства здравоохранения, образования и социального обеспечения на Пенсильвания авеню 330, что позволило, по мысли администрации, усилить правительственное влияние на политику радиостанции, а ее руководству быть в курсе всех решений, принимаемых американской администрацией [4, р. 102]. Во-вторых, новый директор ЮСИА Теодор Стрейберт, который был назначен президентом на этот пост 31 августа 1953 года [5, р. 238], провел серьезное сокращение персонала как в самом агентстве (вернее в тех службах, на основе которых формировалось ЮСИА, а это в первую очередь Администрация международной информации США (ИА)), так и на «Голосе Америки». На радиостанции во второй половине 1953 года были уволены 1985 сотрудников, и ещё 295 в первой половине 1954 года. Несмотря на серьезные сокращения зарубежных миссий нового агентства их роль в структуре ЮСИА и политики радиостанции серьезно усилились. Количество миссий за рубежом было сокращено с 85 до 76, а персонал в них был сокращен с 255 до 217. Самое серьезное сокращение коснулось представительство ЮСИА в Париже, которое было связано с информационным обеспечением «плана Маршала» [4]. «Комитет У. Джексона» настоятельно рекомендовал строить работу всех подразделений ЮСИА учитывая рекомендации миссий ЮСИА за рубежом. Несмотря на то, что статус этих сотрудников после вывода их за штат госдепартамента был серьезно ослаблен, к примеру, многие из них лишились статуса дипломатической неприкосновенности и многих льгот, связанных с работой в штате

госдепартамента в зарубежных миссиях, именно они были тем связующим звеном, которое снабжало центральные органы самой свежей информацией из страны их пребывания и давало так необходимую им реакцию местного населения на инициативы Вашингтона [7, р. 537]. Особенно это было актуально для сотрудников ЮСИА, работавших в дипмиссиях в посольствах социалистических стран [4, р. 100]. В-третьих, была серьезно изменена политика вещания самой радиостанции. Теперь упор должен делаться на новостные программы и изложение официальной точки зрения американской администрации, анализ международной ситуации и объяснение того, почему Вашингтон занял ту или иную позицию [6, р. 1754 – 1755], и, наконец, в-четвертых, серьезно была расширена культурная составляющая вещания за счет увеличения количества программ, посвященных американской культуре и образу жизни [6, р. 1752].

Эти изменения в деятельности как ЮСИА, так и «Голоса Америки» заняли относительно продолжительный период времени и были довольно болезненными, часто встречая непонимание среди персонала Агентства. Один переезд радиостанции Голос Америки из восьми городов вокруг Нью-Йорка и самого мегаполиса в Вашингтон занял один год. Характерно, что в отчете ЮСИА о деятельности «Голоса Америки» за 1954 год, особенно в отношении его деятельности на советском и восточноевропейском направлении, не было практически никаких новых содержательных элементов, которых требовала от руководства радиостанции республиканская администрация. Неудивительно, что этот отчет уместился в нескольких строках [6, р. 1784 – 1785]. Совсем по-другому отчет выглядел уже в 1955 году [7, р. 534 – 537]. И только в 1956 году первый президент ЮСИА Теодор Стрейберт, уходя в отставку, смог заявить, что его миссия по перестройке агентства закончилась.

Каким образом происходила эта перестройка? Главные изменения коснулись двух аспектов деятельности «Голоса Америки». Первое – это набор сотрудников для работы на радиостанцию, и второе – это тональность передач. Эти два компонента были взаимосвязаны. Теперь упор в подборе специалистов был сделан на профессионализм и знание того, что происходит в стране, на которую идет вещание. Да, конечно, антикоммунизм оставался важным компонентом в деятельности радиостанции, но упор делался на то, чтобы подать идеи антикоммунизма в такой упаковке, которая была бы понятна и принималась слушателями радио. Для этого требовались совершенно другие навыки и умения. Неудивительно, что многие «старые» сотрудники агентства и радиостанции не понимали, что от них хотят и, не приняв изменения, ушли с радиостанции. Во многом поэтому значительное число сотрудников не переехала из Нью-Йорка в Вашингтон вслед за радиостанцией [8, р. 58]. По большей части это были эмигранты из стран Восточной Европы и Советского Союза, которые не были профессиональными журналистами и могли только одно – критиковать социалистический строй. Они были «на своем коне», когда задача радиостанции была направлена на дискредитацию социалистического строя, описывая систему порабощения Советским Союзом народов

Восточной Европы, вспоминая историю существования независимых государств данного региона, критикуя поступки новых властей. Большая часть персонала и сетка передач «Голоса Америки» была сформирована в период развертывания демократической администрацией информационной «Компании правды». Именно в это время был резко увеличен бюджет радиостанции, что позволило ей значительно увеличить штат своих сотрудников. Но как это зачастую бывает необходимо быстро освоить деньги и выдать результат в виде новых программ, привел к тому, что на радиостанции оказалось много случайных людей, особенно из числа восточноевропейских и русских эмигрантов, которых во все времена много в Нью-Йорке. Но вся направленность передач была в прошлом. В них не было альтернативы того, что народы Восточной Европы и Советского Союза уже прошли и отбросили. Такую альтернативу нужно было найти и для этого нужны были другие люди.

Второй аспект деятельности, которого коснулась серьезная реорганизация, – содержание передач. Постепенно передачи, в которых в той или иной степени содержался какой-либо призыв к сопротивлению, противодействию правительству, исчезли из эфира. Упор был сделан на новостных передачах, в которых описывались и объяснялись действия США в отношении той или иной страны или того или иного события. Большое внимание уделялась анализу действий правительств восточноевропейских стран и состоянию экономики этого региона. Много внимания стало уделяться сравнительному анализу уровня благосостояния в Западной и Восточной Европе. Примером таких передач может служить «Внешнеполитическое обозрение», пятнадцатиминутная передача, в которой давался обзор наиболее важных мировых событий за неделю или «Пресс-конференция США», в которой три журналиста задавали вопросы приглашенному политическому деятелю или официальному представителю США, что было невозможно в большинстве стран мира в это время, не говоря уже о странах Восточной Европы или Советском Союзе [4, p. 107].

Основными темами, которые доминировали в 1953 – 1955 годах для Восточной Европы в передачах «Голоса Америки», были вопросы, связанные с рассмотрением «нового экономического курса» восточноевропейских государств и конфликта в руководстве коммунистических и рабочих партий государств «народных демократий» между «сталинистами», сторонниками жесткой линии и теми, кто считал, что «старый» курс должен быть модернизирован. Отставка Г. Маленкова и И. Надя подавались, к примеру, как проявление того, что коммунистические партии не могут модернизироваться и решать вопросы, связанные с удовлетворением потребностей населения в продовольствии и предметах быта [7, p. 535]. Большое внимание было уделено визиту Н. Булганина и Н. Хрущева в Белград в 1955 году. Подписание совместной советско-югославской декларации, в которой советское руководство признало саму возможность иного пути к социализму и, соответственно, право Югославии самостоятельно идти по этому пути, подавалось комментаторами радиостанции как путь советского руководства «в Канносу». «Путь в Канно-

су» идиоматическое выражение означающее покаяние. Возникло в период войны между императором «Священной германской империи» Генрихом IV и Папой Римским Григорием VII. После отлучения Папой Генриха IV от церкви, после того как он отказался признавать право Папы назначать епископов и перед угрозой бунта со стороны влиятельных немецких князей, император отправился в крепость Канноса на встречу с Папой для того, чтобы вымолить себе прощение, которое он после трехдневного ожидания под стенами крепости в конце концов и получил. С этого времени выражение «путь в Канносу» означает шаги, направленные на покаяние за совершенные поступки и, соответственно, как возможность для восточноевропейских народов ослабить зависимость от Советского Союза [7, p. 535].

Особенно следует выделить новое направление в информационной политике радиостанции – упор на распространение среди восточноевропейских и советских народов информации о предложениях американской администрации, направленных на мирное решение международных проблем и освещение гуманитарных аспектов политики Вашингтона, чего ранее в деятельности радиостанции не было. В 1953 – 1955 годах «Голос Америки» уделял большое внимание предложениям администрации Д. Эйзенхауэра, направленным на мирное использование атомной энергии, что являлось частью широкомасштабной компании, разработанной в ЮСИА, для распространения идей, заложенных в речи «Атом для мира» [7, p. 535]. Кроме этого, значительное внимание было уделено освещению позиции американского правительства по урегулированию «триестского вопроса», приведшего к решению многолетнего конфликта между Италией и Югославией, и предложениям Вашингтона помощи Албании, которая пострадала от наводнения в 1954 году [8, p. 535].

Особняком стоит появление в сетке радиопередач «Голоса Америки» музыкальных программ и передач, рассказывающих о культуре США. Предложенная посольством США в Москве программа, посвященная современной музыке и рассчитанная на «золотую молодежь», была прохладно воспринята в госдепартаменте. Там считали, что это пустая трата средств и эфирного времени, которое трудно будет защитить перед Конгрессом. Однако после того, как ЮСИА стало независимым агентством, Т. Стрейберт привел к руководству «Голоса Америки» профессионалов из сферы средств массовых коммуникаций. В мае 1954 году директором «Голоса Америки» вместо прошедшего первый самый трудный этап реорганизации Леонарда Эриксона был назначен первый президент «Ассоциации радиовещательных компаний» Джон Попил, с которым Т. Стрейберт работал одно время на коммерческом радио. Именно с его именем связаны наиболее существенные изменения в тематике передач радиостанции и появление в сетке вещания передачи, ставшей на долгое время визитной карточкой радиостанции, – «Музыка в США». Музыкальная передача, «Джаз клуб», существовала короткое время в 1952 году на «Голосе Америки». Ее вел Леонард Физер. Однако она не смогла продержаться в сетке радиовещания долго в первую очередь в связи с наби-

равшей силу критикой «Голоса Америки» со стороны Конгресса США. Джон Поппл понимал законы, по которым работает радио, – необходимость постоянно бороться за слушателя, привлекая его чем-то новым, необыкновенным, модным. Кроме этого, передачи должны быть нацелены на определенную категорию слушателей: молодёжь, к примеру, легче откликнется на все новое и, особенно, модное. Тягу к модному трудно заглушить даже в тоталитарном государстве. В этом Д. Поппл нашел понимание не только у директора ЮСИА, но и нового помощника президента по вопросам «холодной войны» Нельсона Рокфеллера, который сменил Чарльза Джексона на этом посту в марте 1954 года [11, р. 345].

Во многом успехом передача «Музыка в США» обязана своему бессменному ведущему Уильяму Коноверу, который смог удержать эту программу в сетке радиовещания более тридцати лет [4, р. 107]. У. Коновер, радиожурналист из Буффало, предложил свое видение передачи о музыке США, которая должна была транслироваться на скандинавские страны на английском языке с возможностью достигнуть территории СССР. Впервые передача «Музыка США» вышла в эфир 5 января 1955 года и с этого момента она постепенно стала превращаться в своего рода символ «Голоса Америки». Во многом этому способствовала манера, с которой Уильям Коновер, прокуренным голосом, рассказывал о музыке и музыкантах, не примешивая в это политику. Уже через год после своего первого выхода в эфир в адрес передачи приходило до тысячи писем в месяц, что для того времени было фантастической цифрой. Поэтому руководство радиостанции в 1956 году приняло решение транслировать ее на весь мир [4, р. 107]. В 1955 году аудитория передачи оценивалась в 30 млн слушателей, а через десять лет возросла до 100 млн в 80 странах [13, р. 14]. Передача выходила в эфир шесть раз в неделю и была разделена на две части. Первая часть «Час джаза» была посвящена американскому джазу и стала сразу же популярна у слушателей. Вторая часть была посвящена остальным направлениям американской музыки и со временем стала даже более популярна, чем первая часть, особенно когда автор стал рассказывать о новых стилях в музыке, особенно о набирающем популярность у молодых слушателей рок-н-ролле. Собственно говоря, У. Коновер предложил не только новый жанр передачи, но и новый способ взаимоотношения между радиожурналистом и радиостанцией: он до конца своего сотрудничества с «Голосом Америки» не был штатным сотрудником радиостанции, а заключал с ней контракт на продажу ей своей программы. В первый год своей работы он получал пятьдесят долларов за передачу [4, р. 107]. Такое сотрудничество позволяло с одной стороны избежать журналисту давление со стороны администрации на политику, которой придерживался радиожурналист в своей программе, а с другой – позволяло руководству радиостанции легко снять с эфира программу, которая либо потеряла популярность, либо противоречит той линии, которой придерживается в данный момент радиостанция.

Выбор джаза в качестве главного элемента для рассказа слушателям радио о музыке США был вы-

бран тоже не случайно. Джаз в конце сороковых – начале пятидесятих, фактически, становился визитной карточкой США. Превосходство Советского Союза и стран Европы в классическом искусстве: опере, балете, симфонической музыке – было настолько подавляющим, что США часто считали «культурной пустыней». Распространение джазовой музыки в Европе было положено американскими чернокожими музыкантами, которые остались после первой мировой войны в Европе, чтобы не возвращаться на родину с ее расовой сегрегацией. Набрав популярность в «старом свете» в межвоенный период, джаз стал популярным и любимым именно как американская музыка. В этот период по Европе гастролировали известные американские джазовые коллективы. Наиболее удачным было турне Луи Армстронга в 1932 году, сделавшего его всемирно известным музыкантом [13, р. 10]. После Второй мировой войны в Западной Европе с большим успехом прошли туры американских джазовых исполнителей. После триумфального турне Армстронга в 1955 году стокгольмский обозреватель «Нью Йорк Таймс» писал, что «совершенно непонятно почему американское правительство тратит громадные деньги на пропаганду, лучше бы оно спонсировала поездку в Европу побольше джазовых коллективов» [13, р. 9]. Джаз в начале пятидесятих годов окончательно стал визитной карточкой искусства США в Европе и во всем мире.

Воздействие «Музыки США» на аудиторию за «железным занавесом» было громадным, оно настолько превосходило все остальные передачи «Голоса Америки», что в некоторых восточноевропейских странах сама радиостанция стала ассоциироваться с именем Уиллиса Коновера и его передачи [9, р. 17]. Джаз очень быстро стал популярным среди «золотой молодежи» как в Советском Союзе, так и в странах Восточной Европы. Молодежь слушала не только музыку, но и перенимала образ мышления, который создавал джаз. У. Коновер так описывал воздействие этой музыки на человека: «Джаз – это музыкальная параллель американской политической и социальной системы. Мы выработали законы и границы, которые мы согласились выполнять и придерживаться, но мы свободны делать то, что мы хотим в этих установленных пределах. То же самое в джазе – музыканты соглашаются придерживаться ключевых вещей – мелодии, темпа и длительности. Внутри этих ограничений музыканты свободны играть все что они хотят. Так и у тех людей в других странах, которые слышат это качество в джазе, он стимулирует стремление к такой же свободе в их собственной жизни» [4, р. 107]. Не случайно именно в пятидесятые года в Москве и других крупных городах Советского Союза появляются «стиляги», молодые люди, обычно из числа «золотой молодежи», которые не только слушают «Музыку США» по «Голосу Америки» и музыкальные передачи Би Би Си из Лондона, но и перенимают стиль одежды и образ жизни, который пропагандировался на этих радиостанциях. Именно в это время в сленг попадают слова, которые тесно связаны с США, – «Бродвей» – для обозначения центральной улицы города; «чувак» (вариант от: Человек Уважающий Высокую Американскую Культуру) – «свой» человек,

«хилить» – ходить, прогуливаться, «шусты» от английского shoes – ботинки, «фазер» от английского father – отец, «жлоб» – представитель «серой массы», «дринкать» от английского drink – выпивать, «тусовать» от английского to seat – посиделки, сборище. Конечно увлечение джазом и появление стилига среди советской молодежи нельзя напрямую связывать с появлением программы «Музыка США» на «Голосе Америки», большую роль сыграло и то что огромное количество советских солдат и офицеров побывало за границей в ходе Второй мировой войны и с ними прибыло в СССР огромное количество трофеев, в том числе заграничной одежды и виниловых пластинок, из которых многие были с джазовыми композициями, которые были популярны в Европе в межвоенный период. Однако совершенно очевидно, что «Час джаза» способствовал популяризации джаза среди советской молодежи, будучи практически единственным источником получения информации о нем [1]. Подобное или даже большее влияние эта музыкальная передача оказала на Польшу. Показательным в этом отношении явился визит Уиллиса Коновера в Польшу в 1959 году, когда его уже встречали как «мессию» [4, р. 108].

Однако в самих Соединенных Штатах ситуация в отношении джаза была значительно более сложной. Во-первых, подавляющее большинство джазовых американцев были чернокожими, что в стране, в которой существовала расовая сегрегация, представляло определенные трудности для официальной поддержки джазовых музыкантов. Во-вторых, в госдепартаменте с большим трудом пробивало себе дорогу представление о том, что в термоядерный век борьба за «умы и сердца» людей во всем мире требует совершенно новых нестандартных подходов, в корне отличных от методов классической дипломатии, к которым питал такой пиетет государственный секретарь Дж. Даллес.

Охват радио аудитории в странах Восточной Европы и в Советском Союзе в пятидесятые годы оставался относительно небольшим. Точных данных по этому поводу нет до сих пор и возможно их никогда не будет. Так как совершенно неизвестно, кто слушал передачи имея приемник, а кто нет. Известно только, что советские и восточноевропейские органы безопасности брали на учет тех людей, у которых были приемники, принимающие короткие волны, на которых шли передачи «Голоса Америки». Однако уже с середины пятидесятых годов начали проводиться исследования для определения количества людей в социалистических странах, которые слушают зарубежное радио. Эти исследования дают приблизительную цифру охвата аудитории «Голоса Америки» в Советском Союзе и странах Восточной Европы в конце пятидесятых годов – от 10 до 20 %. Эти данные были приведены на конференции, проводимой совместно Гуверовским институтом и Международным проектом по изучению «холодной войны» Международного

исследовательского центра имени Вудро Вильсона в 2004 году [3].

И наконец, в 1954 году закончилось техническое оснащение радиостанции, которое резко расширило ее возможности вещать за «железный занавес». В этом году ЮСИА смогло запустить собственный передающий центр и отделение радиостанции «Голос Америки» в Мюнхене, передачи которого покрывали всю территорию Восточной Европы и достигали Москвы и Ленинграда. С 1955 года мюнхенский центр стал делать передачи на русском языке, целевой аудиторией которого были советские войска, расположенные в восточноевропейских странах [7, р. 537]. Этому предшествовали дебаты в СНБ по вопросу необходимости для РИАС перейти в своих трансляциях на русский язык для советских оккупационных войск. Однако по настоянию госдепа было принято решение вести передачи для советских войск, расположенных на территории стран Восточной Европы из Мюнхена [7, р. 537].

Таким образом, в первые годы после прихода к власти, республиканская администрация предприняла серьезные усилия по перенастройке «Голоса Америки» и всего аппарата по проведению информационной политики США за рубежом. Президент и его окружение понимали, что после получения Советским Союзом в свое распоряжение атомного и термоядерного оружия основная битва переместилась на новое поле – информационное, где у США были свои козыри, которые необходимо было умело использовать. Перестройка «Голоса Америки», которая проходила под нажимом крайне консервативных элементов американского истеблишмента, поднявшихся на волне «маккартизма», дала несколько иной результат, чем тот, на который рассчитывали маккартисты. Кроме того что на «Голосе Америки» был резко снижен пропагандистский элемент, особой популярностью у аудитории за «железным занавесом» стали пользоваться передачи о современной американской культуре и образе жизни, который крайне правые элементы в Вашингтоне сами не одобряли. Однако, для всего мира именно эта часть американской культуры становилась привлекательной и начала составлять серьезную конкуренцию классическому искусству, где главным законодателем мод по-прежнему оставался Советский Союз и Европа. Именно этот поворот в политике «Голоса Америки» в пятидесятых годах позволил ему стать серьезным фактором, повлиявшим на мировоззрение людей в Восточной Европе и Советском Союзе в период «холодной войны». В шестидесятые годы, в период вьетнамской войны «Голос Америки» частично отошел от этой политики: опять усилился пропагандистский элемент, в ущерб объективному освещению американской политики, что не замедлило сказаться на его популярности у зарубежной аудитории.

### Литература

1. Козлов А. «Козел на саксе». М.: Вагриус, 1998. 445 с.
2. Мирошников С. Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно-психологической борьбы со странами социалистического лагеря // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 3(29). Томск: Изд-во ТГУ, 2014.

3. Cold War Broadcasting Impact. Conference organized by the Hoover Institution and the Cold War International History Project of the Woodrow Wilson International Center for Scholars at Stanford University, October 13 - 16, 2004. URL: [http://media.hoover.org/sites/default/files/documents/broadcast\\_conf\\_rpt.pdf](http://media.hoover.org/sites/default/files/documents/broadcast_conf_rpt.pdf)
4. Cull N. J. The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945 – 1989. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 560 p.
5. Foreign Relation of the United States. 1952 – 1954. Vol. I: General and Political Matters. Wash.: Government Printoffice, 1984. 844 p.
6. Foreign Relation of the United States. 1952 – 1954. Vol. II. National Security Affairs. Pt. 2. Wash.: Government Printoffice, 1984. 1928 p.
7. Foreign Relation of the United States. 1955 – 1957. Vol. IX: Foreign Economic Policy; Foreign Information Program. Wash.: Government Print office, 1987. 628 p.
8. Heil A. L. Jr. The Voice of America: A History. New York: Columbia University Press, 2003. 540 p.
9. Hixson W. L. Parting the Curtain: Propaganda, Culture and the Cold War 1945 – 1961. New-York: St. Martin's Griffin, 1998. 283 p.
10. Osgood K. A. Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad. Lawrence: University Press of Kansas, 2006. 506 p.
11. Saunders F. S. The Cultural Cold War: the CIA and the World of Arts and Letters. New York: The New Press, 2000. 509 p.
12. Uttaro R. A. The Voices of America in International Radio Propaganda // Law and Contemporary Problems. Vol. 45. № 4. P. 103 – 122.
13. Von Eschen P. M. Satchmo Blows Up the World: Jazz Ambassadors Play the Cold War. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2004. 329 p.

**Информация об авторе:**

*Мирошников Сергей Николаевич* – кандидат исторических наук, доцент кафедры Мировой политики Исторического факультета Томского государственного университета, [Smiroshnikov64@mail.ru](mailto:Smiroshnikov64@mail.ru).

*Sergey N. Miroshnikov* – Candidate of History, Associate Professor, Assistant Professor at the Department of World Politics, History Faculty, National Research Tomsk State University.

*Статья поступила в редколлегию 31.07.2014 г.*