

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ

**ИНСТИТУТ ЕВРОПЫ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ
НАУК**

125009, МОСКВА, МОХОВАЯ УЛ., 11-3

ТЕЛ.: +7(495)692-10-51/629-45-07

ФАКС: +7(495)629-92-96

WWW.INSTITUTEOFEUROPE.RU



**INSTITUTE OF EUROPE
RUSSIAN ACADEMY OF
SCIENCES**

125009, MOSCOW, MOKHOVAYA STR., 11-3

TEL.: +7(495)692-10-51/629-45-07

FAX: +7(495)629-92-96

WWW.IERAS.RU

Аналитическая записка №28, 2015 (№28)

Пропаганда как фактор внутренней и внешней политики в эпоху глобализации (подход Германии)

Алексей Синдеев

доктор исторических наук, главный научный сотрудник Отдела страновых исследований ИЕ
РАН

Демократия, как и любой политический режим, заинтересована в стабильном функционировании и развитии, что невозможно без постоянной работы над формированием общественного консенсуса. Правительства большинства стран ЕС понимают, что в этом направлении необходимо усиливать национальную политику и активизировать совместные действия союзных стран. Ведь, с одной стороны, демократия опирается на легитимные решения большинства, а за последние приходится непрестанно бороться, с другой – даже легитимные решения, принятые в одной стране, могут оказать негативное влияние на население другой страны, политики которой, уважая принцип государственного суверенитета, не могут напрямую воздействовать на процессы демократического волеизъявления в государстве-соседе, что среди прочего способно сформировать у их электората представление о бездействии местных элит и привести к популярности контр-элит. Координация усилий государств-союзников, особенно в рамках Евросоюза, является актуальной и вследствие так называемых гибридных войн, в которых пропаганда выступает в качестве одного из эффективных средств достижения успеха. Пропаганда, таким образом, важна для так называемого внутреннего потребления (собственных граждан) и в качестве продукта на экспорт (для граждан других государств).

Опыт Германии, одного из крупных внешнеполитических игроков в Европе, наверняка, окажется интересным.

Опыт пропаганды в ФРГ

Один из чиновников Службы прессы и информации федерального правительства В. Крюгер, которого немецкие журналисты впоследствии обвиняли в том, что он закончил школу прессы, созданную Геббельсом, писал 21 января 1952 г.: «Способность восприятия и готовность воспринимать информацию широкими массами населения, которые необходимо формировать и пробуждать, не являются механическими процедурами, если им предстоит продемонстрировать реальные результаты». Благодаря Крюгеру, бюджет Службы увеличился со временем до 102 млн марок, а персонал – до 645 сотрудников.

Г. Штрекер, руководитель женского вещания в Гессене, обращаясь 20 декабря 1951 г. в Ведомство Федерального канцлера, указывала на то, что нужно демонстрировать населению результаты, которые можно достичь достаточно быстро, например – объединение Европы. Народу, писала она, нужна конкретика: лучше говорить о том, что однажды получится сесть в поезд и поехать в Париж, Рим или Лондон без загранпаспортов и виз. «В вопросе европейской валюты также должно ощущаться что-то видимое, – утверждала она. – Простой гражданин не может понять, что создается единая Европа и при этом все должно начинаться с европейской армии».

Не секрет, что в ФРГ имелись отлаженные средства пропаганды. Особая активизация пропагандистской работы наблюдалась в период избирательных кампаний. Нанимались уполномоченные для усиления сотрудничества с местными и иностранными радиостанциями, а также проводилась работа с печатными СМИ. В одном из отчетов Ведомства канцлера записано: многим немецким корреспондентам за границей также были выделены финансовые средства. Несмотря на это, «большое число публикаций ежедневно подготавливалось и подготавливается...» в Ведомстве и потом публикуется под различными именами.

Значительное внимание уделялось символам. С целью поддержки на выборах в Шлезвиг-Гольштейне кандидатуры внука Бисмарка, Аденауэр возложил венок на могилу первого канцлера. Ведь Бисмарк был очень популярен среди протестантов. После визита Аденауэра в Москву в 1955 г. было принято решение объяснить населению, что представляет собой диамат. Любопытно, что лекторы из университетской среды знакомили с основами диамата различную аудиторию, даже католических монашек.

В работе с общественностью сознательно создавался культ Аденауэра как отца Отечества. Патернализм во власти в первое десятилетие существования ФРГ, как ни странно, способствовал утверждению демократии. 6 сентября 1952 г. О. Ленц, статс-секретарь в Ведомстве канцлера, на заседании партийного комитета ХДС пояснил,

почему нужны авторитеты: не будет преувеличением, – сказал Ленц, – «что как раз при демократии власть находится у неполитического ядра», число не интересующихся политикой велико.

О роли понимания прошлого в работе с населением

Формирование представления о прошлом – чрезвычайно важное направление в работе с населением и в политике в сфере культуры правительства ФРГ, хотя об этом не принято обстоятельно говорить. Уже длительное время немцы в Европе борются за собственную интерпретацию истории, что необходимо для появления настоящей европейской идентичности и позитивного образа Германии. Многие факты, свидетельствующие об этом, к сожалению, остаются до сих пор без внимания среди отечественных аналитиков. А ведь в политическом дискурсе ФРГ применительно к картине прошлого неизменными стали морализация, односторонность и упрощение. Р. фон Вайцзеккер в знаменитой речи в 1985 г. заявил о событиях, последовавших за августом 1939 г.: «Советский Союз принимал в расчет войну других народов, чтобы участвовать в разделе добычи... [После войны] Советский Союз вошел во все государства Восточной и Южной Европы, которые во время войны были оккупированы Германией... Начался раскол Европы на две различные политические системы... Были невинные, которые подверглись преследованиям; были виновные, которые смогли избежать наказания... Мы в Федеративной Республике Германия позднее получили драгоценный шанс на свободу...». Тот факт, что СССР не «входил» во все государства Южной Европы, терял какую-либо значимость.

Вайцзеккер несколько обновил привычную формулировку о согласованном всеми союзными державами переселении немцев с бывших восточных территорий: «За вынужденной миграцией на Запад миллионов немцев последовали миллионы поляков, а потом миллионы русских. Это люди, которых не спрашивали. Люди, которые испытали несправедливость, люди, которые стали беззащитными объектами политических событий». Тезис о «жертвенности» немцев в широком контексте постепенно становился бесспорным. Р. Херцог, другой федеральный президент, одним из первых заявил следующее: «После того, как Европа "подарила" миру самые печальные катастрофы, в 1989 г. последовал позитивный сигнал: желание получить свободу миллионами людей... С 1945 г. у немцев (ни на Востоке, ни на Западе) не было дат, которые можно было бы обозначить как "исторические опоры". Но обществу с надломленной историей нужны позитивные ориентиры. Иначе для него присутствует опасность впасть в неисторичность или даже в отрицание истории... В 1989 г. немцы создали опору для позитивного освоения истории». Социал-демократ Й. Рау, также избранный федеральным президентом, был не менее категоричным: «Каждая нация имеет естественное право [говорить о жертвах]. Нашей обязанностью является позаботиться о том, чтобы воспоминание и скорбь не использовались для того, чтобы привести Европу к расколу. Поэтому не должно быть никакого места претензиям на

компенсации, обоюдным обвинениям и пересчетам преступлений и потерь...». В настоящее время упрощенный категориально-понятийный аппарат понимания истории в политическом дискурсе и в массовом сознании уже сформировался.

ФРГ и актуальные инициативы

19 марта 2015 г. Европейский совет принял решение о создании состоящей пока из десяти человек рабочей группы «Стратегическая коммуникация – Восток» с целью «защиты от российской пропаганды в Восточной Европе» и подготовки «позитивных нарративов и коммуникационных продуктов» на русском языке. Рабочая группа должна осуществлять информирование «через Интернет и социальные сети... о политике и ценностях ЕС», а также «поддерживать независимые СМИ», продвигая политические цели ЕС. Одной из задач группы является также анализ информации российских телеканалов, в том числе вещающих на иностранных языках. Федеральное правительство активно участвовало в выработке задач группы «Стратегическая коммуникация». Оно, в частности, одобрило постепенное налаживание сетевого взаимодействия между соответствующими структурами ЕС и национальными государствами, а также построение «других сетей... в регионе Восточного партнерства с правительствами, представителями СМИ и гражданского общества».

Официально же ФРГ выступает лишь за улучшение «коммуникации в ЕС в отношении Восточного партнерства и в вопросе обращения с российской кампанией по дезинформации». Инструкции об оказании помощи и содействия отправлены из МИДа ФРГ в германские посольства стран Восточного партнерства и России. Представительства Еврокомиссии и без того обязаны координировать свои действия с Европейской внешнеполитической службой и с задачами группы. Спустя пять с половиной месяцев (1 сентября) группа «Стратегическая коммуникация» приступила к работе. Следует отметить, что ФРГ не отрицает, что американцы были включены в процесс образования группы. Более того, в настоящее время группа подготавливает и направляет еженедельные отчеты о материалах российских СМИ в коммуникативный центр НАТО в Риге.

Для А. Меркель общественное мнение играет большую роль при принятии политических решений. Известно, что в Ведомстве канцлера работают специалисты по социальной коммуникации. Активно происходит поиск новых форм работы с населением, к примеру, встречи с канцлером и членами правительства в рамках разработки стратегии развития страны. Однако наибольший интерес представляют два направления.

Первое (национальное) – использование Интернета и различных соцсетей. В Ведомстве прессы и информации федерального правительства информированием через Интернет в специальной редакции заняты восемь человек. При чем речь идет о чиновниках или о служащих, имеющих постоянные трудовые договоры. Дополнительно имеется

соответствующий персонал в других министерствах и ведомствах, к примеру в Министерстве экономики и энергетики по данному направлению работают десять человек, а МИДе страны – не менее 230 человек. Совокупный бюджет федерального правительства по работе с общественностью составляет в 2015 г. 57,606 млн евро. Доля Ведомства прессы и информации несколько скромнее – 16,74 млн евро. Кстати, созданию редакции предшествовала разработка стратегии, на которую было потрачено 196 350 евро. Наибольшей популярностью пользуется твиттер пресс-секретаря А. Меркель (424 000 абонентов на 23 октября 2015 г.), а сообщения в фэйсбуке стоят на втором месте (160 000). Что касается МИДа ФРГ, то он задействовал для работы с общественностью 111 аккаунтов в фэйсбуке, 66 – в твиттере, 16 каналов на You Tube. К тому же, на небольших платформах с региональной спецификой МИД пользуется 17 каналами в социальных сетях;

Второе (межгосударственное) – повышение эффективности работы «Немецкой волны». Благодаря финансовой поддержки МИДа ФРГ «Немецкая волна» усиливает активность в Восточной Европе. Официально декларируемая цель – «расширить предложение медиа-продуктов на русском и украинском языке и способствовать тем самым большему плюрализму в медиа-ландшафте Восточной Европы». Согласно договору о сотрудничестве с эстонским каналом ERP «Немецкая волна» будет готовить для него ряд программ. Не стоит забывать, что подписание договора о сотрудничестве состоялось в апреле 2015 г. в присутствии министра иностранных дел Германии Ф.-В. Штайнмайера, по словам которого, инициатива Германии заключается не в проведении контрпропаганды, а в содействии развитию профессиональной журналистики. Незадолго до визита министра послы трех прибалтийских стран в ФРГ обратились с письмом к немецким СМИ, в котором просили не называть Латвию, Литву и Эстонию в репортажах и новостях «бывшими республиками СССР».

Выводы

1. Пропаганда, или работа с общественностью, в ФРГ не прекращалась со времени образования страны. Ее возникновение связано с антисоветизмом. Теперешний всплеск, очевидно, также обусловлен российским фактором. Демократия, таким образом, без пропаганды не может, что, к сожалению, открыто в Европе не признается.
2. В настоящее время выстраивается новая инфраструктура пропаганды, отрабатываются перспективные форматы сотрудничества на наднациональном и на межгосударственном уровне, что означает, что «борьба за умы» будет продолжаться и дальше. Следовательно, наличие пока скромного бюджета не должно вводить в заблуждение. Исламский терроризм станет дополнительным стимулом к интенсификации пропаганды (работы с общественностью).
3. В содержательном плане вряд ли получится избежать дальнейшего массового упрощения представлений о прошлом в Европе. Морализация и расширенное

понимание жертвенности и особых достижений немцев в построении свободы продолжат доминировать. Опасность состоит в приведении многообразной европейской истории к общему знаменателю. Однако для утверждения влияния немцев в той же Восточной Европе и позитивного образа Германии упрощенный подход к прошлому с тезисом примирения и свободы останется крайне важным. История в пропаганде, таким образом, продолжит играть существенную роль.

4. Внутривполитическое направление пропаганды будет направлено на сплочение европейских обществ, внешнеполитическое – на экспорт тех образов, в которых европейцы заинтересованы. В этой связи ни Германия, ни другие страны ЕС вряд ли будут обозначать свою политику в качестве пропагандистской. Скорее будут выбраны другие понятия, к примеру, объективность, профессионализм и т.п. При этом не нужно забывать, что первый канцлер ФРГ К. Аденауэр предпочитал все же открыто говорить о пропаганде.

Публикация: 22 ноября 2015 года.

Материал доступен для скачивания по адресу: www.instituteofeurope.ru/publications/analytcs