

Телевидение как инструмент «мягкой силы» США в Швеции в 1950-х гг.

Научный руководитель – Корунова Евгения Валерьевна

Садомцева Анна Романовна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Исторический факультет, Кафедра новой и новейшей истории, Москва, Россия

E-mail: sadomtzeva-ann@mail.ru

После Второй мировой войны Швеция, следуя исторически сложившейся политике нейтралитета, стремилась сохранить свободу от союзов. Швеция не вступила в НАТО в 1949 г., несмотря на попытки американской и английской сторон привлечь Стокгольм к Альянсу. Тем не менее, в условиях роста напряженности на международной арене в начале «холодной войны», Соединенные Штаты стремились оказать воздействие на Швецию иными методами и показать ментальную общность шведов с западным миром.

Для влияния на Стокгольм американская сторона прибегала к инструментам «мягкой силы», которая, как известно, представляет комплекс мер для воздействия на страну через убеждение в противоположность принуждению, то есть невоенными мерами. Одним из таких инструментов стало шведское телевидение.

Шведское телевидение официально начало свою работу в 1956 г., однако, тестовые программы стали выходить в 1954 г. Еще до старта теле вещания в Америку отправлялись шведские журналисты, сотрудники радио для знакомства с системой ТВ. Одним из них был журналист Г. Хар, ставший в 1956 г. программным директором на шведском ТВ, затем в 1960 г. - управляющим директором радио и телевидения Швеции. В 1950 г. Г. Хар как представитель компании Radiotjänst (с 1957 г. - Sveriges Radio) был отправлен в США на 2 месяца, чтобы изучить работу американского радио и теле вещания [2].

В 1954 г. Америку посетил другой известный шведский журналист и ведущий П. М. Хамберг. В США он изучал коммерческую сторону вопроса, а именно рекламу на телевидении [6]. В американских программах называли спонсора, повторяли его имя, показывали продукт и интегрировали его в сюжет, затем переключались на рекламную паузу. Впервые американская модель показа рекламы была применена в Швеции на недельном тестовом вещании в мае 1954 г. Однако вопрос о необходимости предоставления программного времени для рекламы оставался открытым в Швеции. Данная тема неоднократно обсуждалась шведским руководством. В 1947 г. в шведском правительстве высказывалось сомнение о целесообразности продажи рекламного времени в медиа [1]. Однако дебаты в риксдаге 1954 г. показали, что не все так однозначно и отказываться от коммерческого контента на радио и ТВ не стоит [3].

Одним из способов распространения американского образа жизни, менталитета и образа мысли среди шведов стала трансляция документальных фильмов и сериалов. Среди них стоит отметить сериал «This Is the United States» об истории США, совместную с ВВС программу «Report from America», а также фильмы о выборах в Америке 1956 г., встрече Эйзенхауэра и Макмиллана, который вышел в эфир 1959 г. [2].

Соединенные Штаты использовали шведское телевидение для того, чтобы показать достижения американцев и их вклад в мировую культуру и искусство, а также обратить внимание населения Швеции на общее наследие шведов и американцев. Один из таких шагов был предпринят в 1959 г., когда на телевидении был показан концерт американского пианиста Д. Гершвина в Гетеборге при участии музыкантов из мюзикла «Порги и Бесс».

Немаловажное место в распространении американской культуры в Швеции занимали сериалы. Одним из них стал известный ситком «Я люблю Люси». Вместе со шведским сериалом «Sigge slår på stora trumman» («Сигге бьет в барабан») он был показан в сентябре 1956 г. после официального старта телевидения в Швеции. Американский ситком оказался на шведском ТВ по инициативе П. М. Хамберга, который увидел его еще в Лондоне и решил включить в шведское вещание в качестве развлекательного контента. Этот сериал был крайне популярен в США и других странах. Предполагалось, что также тепло он будет встречен и в Швеции, поэтому был поставлен в программу в субботу вечером. Но Люси показалась шведам «дерзкой и вульгарной, даже слишком американской». После 18 серий ситком был отменен на ТВ, однако, вернулся на экраны шведских телевизоров в 1960-х гг., а в 1990-х гг. была снята шведская версия под названием «Возлюбленная Лоттен» [6].

С конца 1950-х гг. на шведском телевидении выходили не менее популярные сериалы, чем «Я люблю Люси». Это детективные истории про адвоката П. Мэйсона, приключения колли Лесси, сериал «Бонанза», «Дымок из ствола» и т.д. Подобные «легкие» сериалы помогали отвлечься от повседневных дел и на некоторое время уйти от реальности.

Однако камнем преткновения среди шведской аудитории стал вопрос о сценах убийств, которые встречались в американских фильмах. В прессе говорилось, что некоторые фильмы на американских экранах настоящее «шоу ужасов», которые нельзя показывать детям [6]. Подобный низкокачественный контент с настороженностью был встречен шведским руководством. По мнению правительства, телевидение должно не только развлекать, но, главным образом, служить целям просвещения и образования населения [5]. Об этом шведское руководство говорило еще до официального старта телевидения в Швеции, а именно в 1954 г. [4].

Тем не менее, американские фильмы и сериалы лидировали в шведском телевизионном вещании среди иностранных программ в Швеции [6]. Соединенные Штаты, со своей стороны, в 1950-е гг. стремились не упустить возможность использовать зарождавшееся шведское телевидение для трансляции элементов американской культуры, тем самым использовать несиловые методы воздействия на шведское население.

Источники и литература

- 1) Kungl. Maj:ts proposition. 1947. №41.
- 2) Nilsson M. The Battle for Hearts and Minds in the High North. The USIA and American Cold War Propaganda in Sweden, 1952–1969. Leiden, 2016.
- 3) Riksdagens protokoll. Första kammaren. 1954. №21.
- 4) SOU 1954:32. Televisionen i Sverige: Televisionsutredningens betänkande.
- 5) SOU 1965:20. Radions och televisionens framtid i Sverige.
- 6) Thorslund T. Do you have a TV? Negotiation Swedish Public Service through 1950's Programming, «Americanization», and Domesticity. Stockholm, 2018.