



Менялы. Фрагмент. Худ. Маркус ван Реймерсвале. Сер. XVI в.

УДК 327



Комлева Н.А.

### Идеологическая мощь: сущность, структура, акторы

---

Комлева Наталья Александровна, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и истории политической науки Уральского государственного университета им. А.М.Горького (Екатеринбург)

E-mail: komleva1@yandex.ru

В данной статье рассматривается феномен идеологической мощи как средства осуществления геополитической экспансии в идеологическом пространстве. Анализируются различия в сущности и структуре идеологической мощи государства и такого геополитического актора негосударственной природы, как глобальные корпорации. Утверждается, что геополитическая мощь государств в значительной степени замещается мощью глобальных корпораций. Дается прогноз развития идеологической мощи глобальных корпораций.

**Ключевые слова:** мощь, совокупная мощь геополитического актора, идеологическая мощь, государство, глобальные корпорации.

---

Мощь – одна из базовых категорий геополитической науки, обозначающая конкурентные возможности геополитического актора в геополитической борьбе, т.е. его реальную способность к геополитическому расширению (экспансии).

Совокупная мощь геополитического актора, на наш взгляд, определяется объемом и качеством ресурсов и технологий, позволяющих ему эффективно осуществлять экспансию во всех типах геополитических пространств. При этом ресурсы реализации любого типа геополитической мощи, как представляется, делаются на материальные и ментальные. Важна также специфика (совокупные характеристики) актора (акторов), реализующих данный тип мощи. Таким образом, структура любого типа геополитической мощи трехсоставная: 1) ресурсы; 2) технологии; 3) акторы.

Классическая геополитика знала лишь один тип пространства – географическое пространство, следовательно, признавала только один тип геополитической мощи – военную силу, т.к. силовой захват является основным, а часто и единственным, способом экспансии в географическом пространстве. Поскольку военная сила в ее наиболее развитом состоянии может принадлежать только государству, то основным актором геополитического процесса классическая геополитика полагала государство.

«Холодная война» с ее акцентом на экономическое и идеологическое противоборство и постиндустриальный этап мировой истории с его информационной революцией принесли понимание того, что типологию геополитических пространств необходимо расширить. Появились понятия «экономическое пространство» и «информационное пространство». Информация распространяется двумя основными способами: через кибернетические и через идеологические системы и сети. В соответствии с этим можно выделить информационно-кибернетическое и информационно-идеологическое пространства. В каждом из упомянутых нетерриториальных пространств существует собственный, специфический тип экспансии, обусловленный свойствами данного пространства, и – соответственно – свой тип геополитической мощи.

Смысл геополитической борьбы в любом типе пространства – приобретение ресурсов развития. Основными ресурсами для выживания человеческих сообществ являются ресурсы географического пространства, поскольку человек по своей базовой характеристике – биологическое существо. Конечно, человек из всех биологических существ обладает наибольшей степенью развития разума, то есть его вторая базовая характеристика – *sapience*, а на этой основе уже и *faber, ludence, etc.* Однако ментальные процессы не существуют без биологического субстрата, поэтому, как бы ни хотелось вознести «царя природы» над природой самой по себе, базовые биологические потребности человека и человеческих сообществ определяют охоту за ресурсами, прежде всего, географического пространства. Тем не менее, в современном обществе с его ядерным оружием и иными возможностями обороны от вооруженного вторжения, предоставленными научно-технической революцией середины прошлого века, в соединении с ментальными возможностями обороны, базирующимися на концепции прав человека, силовой захват природных ресурсов больше не является таким же относительно простым делом, как в традиционном и индустриальном обществах. В этих условиях наиболее приемлемым вариантом для экспансиониста является развитие его идеологической мощи<sup>1</sup> и осуществление экспансии, прежде всего, в идеологическом пространстве общества-реципиента, для того чтобы стимулировать общество-реципиент предоставить ресурсы своего географического пространства без военного сопротивления, а также для минимизации его экономического и идеологического сопротивления. Современная эпоха – это эпоха информационно-идеологических войн. Они намного дешевле «горячих войн», ведущихся в географическом пространстве, а их результаты никогда эффективно не опротестовываются и сохраняются неизмеримо дольше, чем результаты военных кампаний. К тому же, поскольку эти войны протекают без видимых жертв и разрушений, они не умаляют престижа актора-экспансиониста, не отнимают его символического капитала. Как финансово-экономический, материальный, так и символический капитал экспансиониста не только не расходуются, но приращиваются, умножаются в результате актов «тихой» идеологической агрессии.

Таким образом, идеологическая мощь геополитического актора сегодня намного важнее всякой другой. Здесь необходимо отметить, что геополитические пространства, так же как и совокупная геополитическая мощь, имеют иерархический порядок, параметры которого меняются в зависимости от специфики конкретной эпохи всемирной истории.

Вплоть до XX века основным было географическое пространство и, соответственно, военная мощь. Непосредственно вслед за ними – по важности – шли экономическое пространство и экономическая мощь, определяющие возможности экспансии в географическом пространстве, и замыкали данный порядок идеологическое пространство и идеологическая мощь. Информационно-кибернетическое пространство и информационно-кибернетическая мощь появляются лишь во второй половине XX века и в геополитической иерархии помещаются, на наш взгляд, ниже всех других, поскольку кибернетические коммуникации, как и всякие иные, являются вспомогательным средством развития экономической и идеологической мощи. Однако это «средство» настолько важно, что в современном мире эффективная экспансия в любом типе геополитического пространства становится невозможной без его использования.

Порядок геополитических пространств и геополитической мощи изменяется, начиная с середины XX века (информационная революция, появление оружия массового поражения как «оружия сдерживания»).

<sup>1</sup> Понятие идеологической мощи было введено в научный оборот автором данной статьи в 2002–2003 гг. См.: Комлева Н.А. Феномен экспансии. Екатеринбург: Изд. Урал. ун-та, 2002; Она же. Информационная мощь как геополитический фактор // Информационное общество: концепции и тенденции развития. Сборник статей. М.: Изд-во Московского института радиотехники и автоматики (МИРЭА), 2003.

На первое место выходит идеологическое пространство и идеологическая мощь.

Какова же сущность, структура и основные средства осуществления идеологической мощи? Каковы основные направления ее развития?

На наш взгляд, *идеологическая мощь – это способность геополитического актора к экспансии в идеологическом пространстве, которая определяется совокупностью его ментальных ресурсов, технических возможностей (технических ресурсов) распространения ментальных ценностей, а также технологий воздействия на массовое сознание.*

В качестве **ментальных ресурсов** идеологической мощи можно выделить следующие:

– **идеология**, признаваемая геополитическим актором официальной (реже – имеющая юридический статус таковой), выражающая форму и степень осознания национального интереса.

Официальная идеология является совокупностью ментальных ценностей, производство, сохранение и распространение которых поддерживается соответствующими государственными структурами, поскольку эти ментальные ценности обосновывают легитимность определенной политической системы и данного государства в целом. Идеология является системой ментальных ценностей и, как любая сложная система, иерархична. Ценности официальной идеологии могут быть доминантными, т.е. определяющими деятельность в основных сферах жизни данного общества, иначе говоря – находящимися наверху иерархии ценностей массового сознания данной нации, а могут и не быть таковыми.

Доминирование официальной идеологии, по нашему мнению, зависит от следующих причин:

1) степени реальной легитимности государственных структур;

2) меры соответствия данной идеологической системы национальному характеру и традиционным ценностям данного общества. Так, коммунистическая идеология доминировала в России/СССР на протяжении большей части XX века, но постепенно ее нормы, равно как и деятельность правящего класса, вошли в противоречие с реальностью и утратили господствующее положение в идеологическом пространстве советского общества;

– **ценности традиционной культуры** общества, геополитическим представителем которого выступает государство или негосударственный актор; прежде всего это так называемые «национальный характер» и «традиционный образ жизни».

На наш взгляд, национальный характер, как и традиционный образ жизни, представляют собой совокупность фиксированных психологических и поведенческих стандартов, присущих данному человеческому сообществу на протяжении длительного исторического периода (несколько столетий или тысячелетий, в зависимости от реальной продолжительности существования данного этноса или данной нации как политически оформленной совокупности этносов). При этом понятие «национальный характер» относится преимущественно к сфере социальной психологии, а понятие «традиционный образ жизни» отражает социальные практики, преобладающие в данном обществе на протяжении веков. Поведенческие стандарты данного общества в значительной степени определяют основные формы геополитического поведения государства или крупного негосударственного актора, представляющих это общество на международной арене. Так, считается, что русские импульсивны, эмоциональны и долготерпеливы, а также склонны к коллективным формам общежития;

– **достижения науки, искусства и литературы**, выражающие и развивающие национальный характер и традиционный образ жизни данного социума;

– **спортивные достижения**, демонстрирующие успешность данного социума перед лицом других;

Спорт, несомненно, выражает, сохраняет и утверждает национальный характер и традиционный образ жизни. Спорт, массовая физическая культура объективно формируют естественный, не навязанный, проект национальной идеи, основанный на стремлении к победам.

Характерен тот факт, что после убедительных побед советских спортсменов на Олимпийских играх 1956 и 1964 гг. США увидели в этом удар по своему престижу и начали принимать экстренные меры по коренной перестройке системы подготовки спортсменов высших разрядов. В мае 1964 г. в США была принята программа восстановления превосходства США в олимпийском спорте и ответа на советский вызов, одобренная президентом Л. Джонсоном. Было обеспечено дополнительное финансирование, как со стороны государства, так и со стороны ведущих промышленных компаний страны, к делу подключилась армия. Были привлечены силы отдельных крупнейших ученых и целых научно-исследовательских коллективов, началось строительство принципиально новых спортивных сооружений – комплексных тренировочных баз, появились новые материалы для покрытия беговых дорожек и ледовых арен. Ведущие государства западного блока приняли курс на государственное руководство спортом по примеру стран восточного, социалистического блока<sup>1</sup>.

Победы на международных соревнованиях так важны для обеспечения престижа державы, что США постоянно стремятся внести в программу Олимпиад все новые виды спорта, в которых они могли бы продемонстрировать свое национальное превосходство. Так, после Олимпийских игр в Токио в программу соревнований по плаванию, где лидировали американцы, было дополнительно включено целых одина-

<sup>1</sup> Год олимпийский. 1976. М.: Физкультура и спорт, 1977. С. 10.

дцать новых видов. Сегодня мы видим в программе международных соревнований и Олимпиад такие нетрадиционные виды спорта, как могул или скейтбординг;

– **доминантное общественное мнение**, представляющее собой оценку основных процессов и явлений данного социума, преобладающую в массовом сознании.

Доминантное общественное мнение может соответствовать официальной идеологии либо расходиться с нею, при этом степень расхождения зависит от конкретных социальных условий. Доминантное общественное мнение предопределяет установку на массовое социальное действие и является, в частности, ментальной предпосылкой как геополитической экспансии, так геополитического сжатия – в зависимости от характера оценки процесса развития данного общества и промежуточного результата его развития на определенном этапе. В конце советского периода российской истории доминантное общественное мнение было выражено заглавием документальной кинокартины режиссера С.Говорухина: «Так жить нельзя!». Это в определенной степени повлияло на распад СССР как государства и на исчезновение его как геополитического актора;

– **общая эмоциональная атмосфера данного социума**.

Основными социальными эмоциями, как представляется, являются оптимизм и пессимизм, отражающие, соответственно, доверие подвластных к политическому курсу правящего класса и ощущение данного курса как верного, приносящего благо – или несогласие с ним. Оптимистическая эмоциональная атмосфера общества является фактором психологической поддержки в том числе и в отношении геополитических практик, реализуемых правящим классом. Психология победителей, укорененная в массовом сознании данного общества – то, что М.Вебер называл «престижем могущества» – является важным геополитическим ресурсом. В этом смысле ныне осмеянный лозунг «нет таких крепостей, которые не могли бы взять большевики» являлся выражением именно «престижа могущества» и не мог не появиться в период первых пятилеток и побед на фронте индустриализации и внешней политики. Мощные прорывы в сфере освоения воздушного и затем космического пространства (большая часть рекордов в воздухоплавании принадлежала спортсменам СССР, первый спутник Земли, первый человек в космосе) явились как следствием проявления «престижа могущества», так и одним из факторов его усиления. На развитие психологии победителей работало и советское искусство, часто лакируя действительность. Однако еще Ницше замечал, что миф и не должен быть правдой. Его функция иная – не адекватное отражение действительности (тогда это было бы научным знанием), но обеспечение психологического единства общества.

Необходимо отметить, что практически все ментальные ресурсы идеологической мощи управляемы и могут быть изменены с помощью целенаправленного воздействия изнутри данного общества и/или извне его.

**Материально-техническими ресурсами** идеологической мощи являются:

- учреждения образования, науки и культуры;
- типографские мощности;
- радио- и телевизионные станции;
- кинопроизводство и кинопрокат;
- торговые сети по распространению идеологической продукции;
- спортивные сооружения.

К **основным технологиям** производства и распространения ментальных ценностей, как мы полагаем, относятся:

- научные фундаментальные и прикладные исследования;
- образовательные технологии;
- специфические технологии создания произведений искусства и литературы;
- пропаганда и агитация, а также контрпропаганда.

Научные исследования развивают такой ментальный ресурс, как официальная идеология, а все остальные вышеперечисленные технологии влияют преимущественно на развитие доминантного общественного мнения и эмоциональной атмосферы общества.

В соответствии со структурой ресурсов и технологий идеологической мощи можно выделить следующие **ключевые акторы** идеологической мощи:

- структуры государственного и негосударственного характера, в той или иной степени управляющие идеологическим процессом в данном социуме;
- деятели искусства и литературы;
- организаторы образовательного процесса и преподаватели;
- ученые-гуманитарии;
- журналисты и редакторы СМИ.

В различные периоды развития глобальной социальной системы, определенного социума, а вместе с ним – и представляющего этот конкретный социум геополитического актора (акторов) отдельные элементы идеологической мощи данного актора (акторов) могут менять свое место в иерархии – выходить на первый план, уходить в тень и даже исчезать совсем. Так, в период 1990-х – начала 2000-х годов практически исчезла контрпропаганда; было сведено к минимуму российское кинопроизводство; постепенно значительно уменьшилась материально-техническая база российского образования, науки, культуры и спорта; многие ученые, преподаватели, тренеры и деятели искусства эмигрировали; некоторые управленческие структуры идеологического процесса исчезли. С изменением характера экономической и политической системы страны ушла в прошлое официальная коммунистическая идеология, эмоциональная ат-

мосфера общества утратила преобладание оптимистических настроений 1960-х – 1970-х гг. и приобрела выраженные пессимистические черты. В период 1990-х годов российские спортсмены резко снизили свои показатели в командных видах спорта (футбол, хоккей), где особенно важно наличие общих психоэмоциональных ценностей, поскольку вместо психологии победителей в массовом сознании, как по объективным причинам, так и вследствие навязанных стереотипов утвердилась психология исторических неудачников.

*Идеологическая мощь, разумеется, имеет специфические формы в зависимости от сущности и особенностей геополитического актора, которому она принадлежит.*

Прежде чем говорить об этом, необходимо определить основные типы тех геополитических акторов, которые осуществляют глобальную и региональную экспансию в современном мире.

В связи с изменением содержания понятий «геополитическое пространство» и «экспансия» модифицировалось и понятие геополитического актора: если традиционная геополитика единственным актором признавала государство (союзы государств), то постклассическая выделяет наряду с государством и негосударственные геополитические акторы. К таковым относятся экономические структуры – межгосударственные (АТЭС, ОЭСР и т.п.) и крупные частные (например, Microsoft, Exxon), а также политические структуры – межправительственные (типа ООН, ОБСЕ) и неправительственные (международные правозащитные организации, прежде всего экологические), влиятельные СМИ. Актором геополитического расширения может выступать и церковь. В XX веке в число геополитических акторов вошли крупные теневые структуры (организованная преступность, в том числе имеющая террористический характер, а также мафия).

Геополитические акторы, конечно, неодинаковы по объему совокупной мощи и возможностям осуществления экспансии. Таким образом, их порядок представляет собой не ряд (горизонталь), а иерархию (вертикаль). Реалии XXI века таковы, что наверху данной иерархии находится вовсе не государство, (политический институт), даже представляющее собой так называемую сверхдержаву, а глобальные экономические корпорации (экономический институт). Процесс превращения глобальных корпораций (далее – ГК) в основной геополитический актор современности резко активизировался в период 90-х годов прошлого века и завершился в течение первого десятилетия XXI века. Этому обстоятельству, на наш взгляд, чрезвычайно способствовал распад СССР и мировой системы социализма. Сведение этатристической экономики стран социализма к ничтожному минимуму (КНДР, Куба) превратило либеральную рыночную экономику в глобальный абсолют. До 1991 г. геополитическая борьба во многом определялась идеологическими различиями двух межгосударственных систем – социалистической и капиталистической. Исчезновение коммунистической идеологии как активного фактора геополитического процесса в значительной степени снизило глобальную роль государства как геополитического актора, поскольку идеологическая борьба ведется в основном государственными структурами. На первое место в геополитических баталиях вышла экономика, которой эффективнее занимаются ТНК и ГК, чем государство. Ментальным отражением этого глобального изменения стало возникновение в 80-х годах прошлого века и расцвет в настоящее время такой науки, как геоэкономика. Некоторые ученые (как, например, Ж.Аттали) утверждают, что геополитика как наука и социальный феномен исчезла, ее заменила геоэкономика.

Государство, тем не менее, остается, по нашему мнению, основным **«открытым»** актором геополитического процесса, поскольку только государство имеет **легитимную** возможность и оптимальный объем внутренних ресурсов для применения во внешней политике как «жесткой», так и «мягкой» силы. Но, несомненно, основной **латентный** актор современного геополитического процесса, активно влияющий, в том числе, и на геополитическое поведение любого из государственных геополитических акторов – это глобальные корпорации. Мощно эволюционировав на протяжении второй половины XX века, ГК в настоящее время обладают такими же возможностями применения «жесткой» и «мягкой» силы для осуществления своей экспансии во всех пространствах, как и государства, но часть их мощи, в отличие от мощи государства – **нелегитимна**<sup>1</sup>. Так, современные ГК обладают военной силой (так называемые частные военные корпорации и частные вооруженные контингенты – ЧВК, используемые для охраны экономических объектов, к примеру, трубопроводов, а также для силового захвата необходимой ГК территории). Имеются и разведывательные структуры, сопоставимые по количественному составу и материальным возможностям с разведкой небольших государств.

Естественно, что мощь государственных и негосударственных геополитических акторов имеет свою специфику.

**Государство** создается и функционирует в качестве института, реализующего интересы всего социума, в том числе и в геополитическом пространстве. При этом необходимо учитывать, что социум неоднороден, и доминантными являются интересы социальной группы, обладающей наибольшим объемом социальных ресурсов как материального, так и нематериального характера. Однако государство с необходимостью должно учитывать и реализовать также и интересы всех иных групп населения, в соответствии с реальным объемом их социальных ресурсов и социального влияния, во избежание социальной напря-

<sup>1</sup> Политическая наука и юриспруденция различают легитимность и легальность. Вполне легальная (созданная в рамках закона) структура может быть нелегитимной по содержанию своей деятельности (т.е. эта деятельность большинством населения не признается справедливой и даже вообще необходимой).

женности и тем более так называемых «социальных взрывов».

Основная цель государства – социальная стабильность, сохранение целостности социума. Реализация этой цели является многосоставным процессом, включающим в себя – в рамках идеологического пространства – прежде всего, **пропаганду** как главную технологию обеспечения лояльности населения (избирателей, если государство демократическое). Тот факт, что современные государства практикуют так называемую социальную рекламу, не отменяет необходимости и преобладающего характера пропаганды в структуре идеологической мощи государства. В данном случае реклама является частью пропагандистской практики (технологией второго порядка), в случае же ГК, напротив, пропагандистские технологии являются частью рекламных кампаний.

Из ментальных ресурсов идеологической мощи государство, по понятным причинам, наиболее активно развивает **официальную идеологию** как форму реализации ментального единства общества. Официальная идеология существует в виде:

- устных выступлений и публикаций государственных деятелей, лидеров и активистов правящей политической партии;
- научных публикаций ученых-гуманитариев, отстаивающих ценности данной идеологии;
- пропагандистской деятельности журналистов в СМИ;
- художественного воплощения официальных идеологических постулатов в произведениях литературы и искусства.

Для того чтобы быть эффективной, официальная идеология с необходимостью учитывает или опирается на ценности традиционной культуры и особенности национального характера.

Такие составляющие идеологической мощи, как доминантное общественное мнение или эмоциональная атмосфера общества, определяются не только пропагандой официальной идеологии, но в гораздо большей мере – степенью развитости экономической и военной мощи данного государства, т.е. величиной и качеством жизненного пространства данного социума и такими экономическими параметрами, как уровень и качество жизни населения.

**Экономические корпорации** независимо от того, являются они локальными, региональными, транснациональными или глобальными, создаются совершенно с иной целью, чем государство, – с целью получения наибольшей прибыли для их владельца (владельцев). Таким образом, экономические корпорации изначально преследуют узко групповые или даже сугубо индивидуальные интересы. Разумеется, «жить в обществе и быть свободным от него нельзя», и в итоге социально-политической эволюции и становления «социального государства» корпорациям приходится, добровольно или нет, осуществлять так называемую «социальную ответственность бизнеса», т.е. выделять часть прибылей на развитие социальной сферы в интересах небуржуазных групп населения. Тем не менее социальная ответственность бизнеса не отменяет факта его изначальной и преобладающей ориентированности на частный интерес.

С начала XX века ГК, исходя из своих настоятельных потребностей в осуществлении экономической экспансии и увеличения прибылей, стали постепенно создавать институты, как правило, также имеющие глобальный характер и фактически дублирующие на глобальном уровне основные межгосударственные структуры и структуры государства.

В порядке возникновения эти структуры таковы:

- **Координирующие управленческие структуры.** Первая по времени возникновения глобальная структура, инициированная ГК – Совет по международным отношениям (CFR). Создан в июле 1921 г. – примечательно, что это произошло вскоре после создания в январе 1920 г. Лиги наций как межгосударственного координирующего глобального центра. Совет был создан банкирскими домами Морганов и Рокфеллеров. В настоящее время его деятельность поддерживается такими гигантами бизнеса, как Xerox, General Motors, Техасо. Медийную основу Совета составляют руководители The New York Times, The Washington Post, The Los Angeles Times, The Knight Newspaper, NBC, CBS, Time, Life, Fortune, Business Week, US News & World Report. Финансируют проекты Совета специальные фонды (главные из них – фонды Рокфеллера и Карнеги), полностью освобождённые в США от уплаты налогов на федеральном уровне. «Многие считают, что Совет был наиболее мощной частной организацией по влиянию на внешнюю политику Соединённых Штатов»<sup>1</sup>. CFR способствовал появлению ряда мощных структур влияния глобального уровня, в том числе Бильдербергского клуба (1954 г.) и Трилатерала (1973 г.).



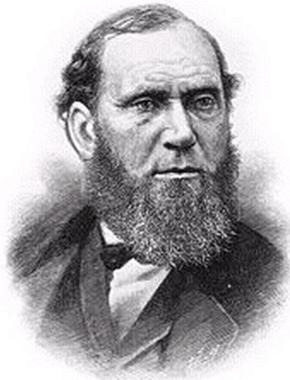
*Штаб-квартира CFR в Нью-Йорке (Harold Pratt House, 58 East 68th Street)*

<sup>1</sup> Browne Sylvia. Secret societies & How They Affect Our Lives Today. NY.: Hay House Inc., 2007. P. 21.

- **Частные сыскные агентства (ЧСА)**; время возникновения – тридцатые годы XIX века, но на службу транснациональным и глобальным корпорациям активно привлекаются во второй половине XX века. В некоторых случаях фактически дублируют такую межгосударственную организацию, как Интерпол.



Эжен Франсуа Видок (1775–1857)



Алан Пинкертон (1819–1884)

*Основатели первых частных детективных агентств*

рация «Международное детективное агентство Бернса» (США) содержит 15 тысяч платных высококвалифицированных сотрудников, специализирующихся в самых различных областях, включая отслеживание и задержание преступников, сбор всевозможной информации, обработку данных, бухгалтерское дело, электронные системы и науку о поведении. Агентство имеет 50 крупных филиалов в Нью-Йорке, Детройте, Лос-Анджелесе, Торонто, на Багамах, в Лондоне и во многих других городах<sup>1</sup>.

- **Частные агентства по сбору информации (сбор личной и бизнес-информации, создание обширных баз данных)** – по сути, представляют собой узко специализированные ЧСА, выделились из ЧСА во второй половине XX века.

- **Частные разведывательные структуры (ЧРС)**, вначале занимавшиеся промышленным шпионажем и противодействием ему; наибольший расцвет – рубеж XX–XXI веков, появление так называемой «корпоративной разведки». Вероятно происхождение ЧРС из ЧСА, а также сращивание их друг с другом в XX – XXI веках. Одна из крупнейших структур такого рода – американская группа Diligence LLC, основателями которой стали английский экс-сотрудник контрразведки Ник Дей, а также ряд других бывших сотрудников MI5 и ЦРУ. Diligence LLC занимается сбором информации в области экономики и геополитики. Она имеет свои офисы в Лондоне, Вашингтоне, Нью-Йорке и Москве<sup>2</sup>.

- **Частные коммуникационные системы** – возникли в начале XX века, расцвет приходится на вторую половину XX века.

- **Частные научно-исследовательские структуры** различных направлений деятельности; по объему инвестиций и исследований сопоставимы с НИС крупных государств – возникли в начале XX века. На Западе частные НИИ существуют в рамках ТНК с начала XX века. В 2008 г. компания «Ситроникс» (дочернее предприятие корпорации «АФК-Система») создало первый в России частный НИИ по отбору разработок и технологий для дальнейшей их коммерциализации бизнес-направлениями концерна «АФК-Система»<sup>3</sup>.

- **Частные военные компании**, формально являющиеся самостоятельными структурами – возникли в 80-е годы XX века. Примером крупной ЧВК может служить Aegis Defense Services – британская охранная компания, владеющая одной из самых больших в мире частных наемных армий. Под ружьем у нее находится в общей сложности порядка 20 тысяч наемников<sup>4</sup>.

- **Частные тюрьмы** – созданы в XX веке, расцвет – конец 1990-х годов – 2000-е годы. Тысячи лиц, официально не признанных преступниками, находятся на содержании в частных следственных изолято-

<sup>1</sup> История создания частных детективных агентств в мире. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.karpovpartners.info/docs/ur\\_stat/istor\\_sozd\\_detek\\_agen.php](http://www.karpovpartners.info/docs/ur_stat/istor_sozd_detek_agen.php).

<sup>2</sup> Ромачев Р.Р. Разведка как бизнес; Попов И. Частные разведывательные компании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://romachev.ru/?cat=392>.

<sup>3</sup> «Ситроникс» создаст первый в России частный НИИ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2008/03/17/nii>.

<sup>4</sup> Ромачев Р.Р. Разведка как бизнес...; См. также: Грачева Т. Частные военные компании // Русский журнал. 2008. № 2; Валецкий О.В. ЧВК, их создание, развитие и опыт работы в Ираке и других регионах мира. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.c-society.ru/wind.php>.

рах, фильтрационных пунктах и других подобных заведениях США, на которые в настоящее время приходится примерно 14% от общего числа «федеральных» заключенных (всего в США около 2,5 млн. заключенных). Частные тюрьмы, кроме США, существуют в Великобритании, Швеции и Австралии. Готовится законопроект о частных тюрьмах в РФ<sup>1</sup>.

До определенного времени (вторая половина XX века) ГК использовали в своих интересах, через свое влияние на государство базирования, государственные структуры (разведку, например), а также активно занимались деятельностью по созданию лояльных к ним правительств или «агентов влияния» в рамках политического класса в других государствах. Однако развитие гражданского общества и гражданского контроля в отношении государственных структур в так называемых «политических демократиях» заставило ГК создавать собственные структуры глобального влияния, в том числе и не имеющие непосредственно экономического характера. В значительной степени, как представляется, повлиял на процесс становления «параллельных» управленческих и обслуживающих структур глобального уровня такой фактор, как заключение различных договоров между странами капиталистического и социалистического блока с механизмами межгосударственного контроля над их выполнением – особенно договоров в сфере обороны. То, что подвергалось контролю и наблюдению со стороны межгосударственных структур различного уровня, но нуждалось в сохранении функций, которые не могли быть при этом в необходимой степени реализованы, воплощалось в функционировании «параллельных» негосударственных структур, создаваемых ГК или под патронажем ГК.

Естественно, что для осуществления глобальной экспансии, особенно в ее доминантной форме, ГК нуждаются также и в развитии идеологической мощи.

Отличия в сущности и структуре идеологической мощи государства и ГК определяются их базовыми характеристиками и доминирующими направлениями деятельности.

Основная цель ГК – получение прибыли, поэтому основной технологический элемент их идеологической мощи – **реклама**. Для увеличения эффективности рекламы ГК используют различного рода ментальные и материально-технические ресурсы.

Основной ментальный ресурс ГК, как и любой экономической корпорации – корпоративная идеология. В отличие от официальной идеологии государства **корпоративная идеология** содержит ценности так называемой корпоративной культуры. Прежде всего, это преданность корпоративному бренду и лояльность руководству корпорации. Ключевой элемент корпоративной идеологии – миссия (обещание) товарного бренда (брендов)<sup>3</sup>. В данном случае миссия бренда как структурный элемент идеологической мощи ГК тождественна национальному характеру в структуре идеологической мощи государства.

Для реализации своей основной цели – увеличения продаж и прибыли – ГК активно продвигают свои бренды с помощью спонсирования спортивных клубов и отдельных спортсменов (размещение логотипа бренда или корпорации на спортивных сооружениях, спортивной форме и т.п.). Гранты научным коллективам, отдельным студентам, образовательным учреждениям – даже без артикулируемых условий продвижения корпоративной идеологии или соответствующего бренда – являются специфической формой товарной рекламы. Той же цели служат и премии для деятелей искусства и литературы, учреждаемые данной корпорацией. Имидж бренда, создаваемый таким способом, тождествен таким элементам структуры идеологической мощи государства, как доминантное общественное мнение и преобладающая эмоциональная атмосфера социума.

В конце 2000-х годов XXI века, как представляется, явственно проступила закономерность, с неизбежностью вытекающая из сущности процесса либерально-рыночной глобализации: постепенное, но повсеместное замещение элементов мощи государства, в том числе и идеологической мощи, элементами мощи ГК. Недаром на рубеже XX–XXI вв. в среде экономической элиты стали особенно популярны высказывания, сводящиеся к единой словесной конструкции: «Что хорошо для данной ГК (Sony, Boeing, General Motors, etc.), то хорошо и для всего мира». О причинах данного явления кратко говорилось выше. Каковы же вероятные тенденции развития глобального процесса замещения мощи государства мощью ГК?

На наш взгляд, такое замещение приведет следующему:

- станут более частыми и более масштабными кампании по увеличению прибылей ГК, завуалированные некими глобальными общественными интересами: охраной окружающей среды<sup>5</sup>, противостоянием терроризму<sup>6</sup>, противодействием новым болезням («птичий», «свиной», «козий» грипп)<sup>7</sup> и т.д.;

<sup>1</sup> Американские частные тюрьмы переживают подъем бизнеса. [Электронный ресурс]. Режимы доступа: [http://www.businesspress.ru/newspaper/article\\_mld\\_21960\\_alid\\_349045.html](http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_21960_alid_349045.html); <http://www.pravda.info/society/70321.html>.

<sup>3</sup> Миссия (обещание) бренда – совокупность выгод и позитивных ожиданий, имеющих у потребителей относительно данного товара или услуги.

<sup>5</sup> Меры, связанные с защитой озонового слоя или борьбой с «парниковым эффектом», в определенной мере подавили производство, связанное с использованием фреонов и побочным производством углекислого газа, и принесли значительное увеличение прибылей компаний-конкурентов.

<sup>6</sup> Локальные войны в Евразии, усиление внутригосударственных мер безопасности связаны с повышением доходов военных корпораций и компаний, выпускающих средства обеспечения безопасности.

<sup>7</sup> Производство и распространение вакцин и соответствующих пропагандистских материалов увеличили прибыли крупных фармацевтических компаний.

- постепенно, но значительно снизится степень защиты прав человека, особенно социально-экономических прав; вероятнее всего, этот процесс будет проходить в сопровождении пропагандистской кампании, утверждающей, что, напротив, права человека защищаются как никогда прекрасно;
- произойдет расцвет манипулятивных технологий обработки массового сознания, обеспечивающих приход к власти политиков, которые действуют, прежде всего, в интересах ГК;
- будет целенаправленно снижаться уровень образованности населения и степень его информированности о сущности реально происходящих экономических и социальных процессов;
- наука постепенно превратится в сервильную, обслуживающую в основном интересы ГК;
- роль государства будет минимизирована;
- в ткань гражданского общества будут во всё большей степени целенаправленно внедряться структуры-симулякры, внешне радеющие об интересах народа (или конкретной социальной группы, права которой ущемляются), но реально служащие интересам ГК.

В рамках указанных тенденций потребность в развитии идеологической мощи ГК резко возрастет. Будут совершенствоваться элементы структуры идеологической мощи ГК, особенно материально-технические и технологические.

Поскольку развитие мира, и общества в том числе, происходит циклически-волновым образом, этап развития социума, связанный с господством ГК, через несколько десятилетий постепенно сменится этапом, характеризующимся подъемом, а затем и расцветом совокупной мощи государства как социального института. Однако это будет уже несколько иное государство, чем то, к которому мы привыкли на современном этапе истории человечества – как и ГК предстоящего периода развития. Идеологическая мощь как государства, так и ГК, сохранив первенствующую роль и свои основные структурные характеристики, перейдет в иное качество. Прогноз развития идеологической мощи на этом – предстоящем – этапе, является предметом дальнейшего исследования.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Американские частные тюрьмы переживают подъем бизнеса. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.businesspress.ru/newspaper/article\\_mld\\_21960\\_alld\\_349045.html](http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_21960_alld_349045.html); <http://www.pravda.info/society/70321.html>.
2. Валецкий О.В. ЧВК, их создание, развитие и опыт работы в Ираке и других регионах мира. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.c-society.ru/wind.php>.
3. Год олимпийский. 1976. М.: Физкультура и спорт, 1977.
4. Грачева Т. Частные военные компании // Русский журнал. 2008. № 2.
5. История создания частных детективных агентств в мире [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.karповpartners.info/docs/ur\\_stat/istor\\_sozd\\_detek\\_agen.php](http://www.karповpartners.info/docs/ur_stat/istor_sozd_detek_agen.php).
6. Комлева Н.А. Информационная мощь как геополитический фактор // Информационное общество: концепции и тенденции развития. Сборник статей. М.: Изд-во Московского института радиоэлектроники и автоматике (МИРЭА), 2003.
7. Комлева Н.А. Феномен экспансии. Екатеринбург: Изд. Урал. ун-та, 2002
8. Попов И. Частные разведывательные компании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://romachev.ru/?cat=392>.
9. Ромачев Р.Р. Разведка как бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://romachev.ru/?cat=392>.
10. «Ситроникс» создаст первый в России частный НИИ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2008/03/17/nii>.
11. Уэсселер Р. Война как услуга. М.: Столица принт, 2007.
12. Фролов А.В. Частные военные компании США. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.warandpeace.ru/ru/reports/view/28218/>
13. Частные военные компании // Русский журнал. 2008. № 2.
14. Browne Sylvia. Secret societies & How They Affect Our Lives Today. N.Y.: Hay House Inc., 2007.