

НА ВОЛНЕ "ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ". "Радиовойна" против СССР

См. "АиФ" NN 39, 40.

ИТАК, что же такое "психологическая война"? Исходя из опыта "холодной войны", Объединенный комитет начальников штабов США принял в 1953 г. следующее определение этого термина: "Психологическая война состоит в планомерном использовании пропаганды и родственных ей информационных мероприятий с задачей повлиять на мнения, чувства, отношения и поведение людей враждебных и других стран таким образом, чтобы содействовать осуществлению целей национальной политики или военных целей". Добавим, что речь шла уже о мирном времени.

Из этого определения логически следуют по крайней мере четыре вывода.

Во-первых, главным средством ведения "психологической войны" является империалистическая пропаганда, а это значит, что и пропагандистский аппарат со всеми включенными в него средствами массовой информации, в том числе и радио, должен на каждом этапе соответствовать задачам "психологической войны".

Во-вторых, пропаганда в "психологической войне" дополняется множеством экономических, военных и других мероприятий, что, в частности, означает прямую связь с различного рода диверсионными действиями и деятельностью разведки.

В-третьих, острое "психологической войны" направлено в мирное время не против армий противника, а против гражданского населения, которое в вышеприведенном определении фигурирует в качестве "людей враждебных и других стран".

В-четвертых, "психологическая война" ведется во имя "осуществления целей национальной политики или военных целей", то есть целей агрессивных.

Почему же, однако, именно радио оказалось на авансцене современной "психологической войны" империализма?

В свое время в секретном "Рабочем и финансовом плане немецкого иновещания", принятом 5 ноября 1941 г. нацистским министерством иностранных дел и министерством пропаганды, содержались такие рассуждения: "В мирное время значение радио может возрасти. С достижением победы рейх не будет более нуждаться в военной силе для осуществления своих политических и культурно политических целей: главное значение в борьбе за дух и душу народов приобретет радио".

Этот документ гитлеровской Германии был опубликован лишь в 1967 г. Поэтому директор восточноевропейского отдела Би-би-си Морис Лейти, выступая перед своими сотрудниками с лекцией "Радиовещание на СССР и Восточную Европу" в ноябре 1964 г., вряд ли был с ним знаком. Тем более поражает совпадение изложенных им взглядов на роль радио в международных отношениях со взглядами нацистов.

"Что могут дать наши передачи? - вопрошал Лейти. - Они в состоянии помочь переделать мир, создать новую Европу, простирающуюся от Атлантического до Тихого океана. Это оптимальная цель. Она очень долгосрочная и может показаться утопической сегодня... В настоящее время мы толкаемся в приоткрывающуюся дверь. Дверь может закрыться снова. В этом случае мы добьемся минимальных целей. Радиовещание дает нам возможность держать в приоткрытой двери свою ногу".

Приведем выдержки из четырех пунктов инструкции "Основные принципы радиовещания Запада", одобренной на совещании в Нью-Йорке в 1967 г.

* * *

"(...) I. Основные принципы радиовещания

а) Захват внимания слушателя с помощью включения в программу, например, описания новых марок автомобилей, рассказов о новых стилях в музыке, прическах, моде...

б) Удержание внимания слушателя с помощью программ, представляющих всеобщий интерес.

в) Свобода от обычных политических ограничений. Передачи должны создавать впечатление стихийного и непринужденного диалога, из которого слушатели должны сделать выводы о своих действиях в политической сфере.

II. Методы достижения целей

а) Передача фактической информации о событиях внутри Советского Союза и за его пределами.

б) Развлекательные передачи.

в) Популярная музыка в таких записях, которые радиослушатели не могут нигде больше услышать с помощью музыки привлекать молодежь к слушанию передач, а затем перейти к диалогу, в том числе и по спорным вопросам...

г) Использовать юмор, прежде всего политический, который, по советским стандартам, носит "подрывной характер".

д) В беседах для молодежи, свободных от политических ограничений и носящих непосредственный и даже двусторонний характер, поднимать ценности Запада и более эффективно обучать молодежь, но не выступать в роли "папаши", нудно толкующего сыну о его поведении...

е) Использование литературы. В своих передачах "Радио Свобода" должно использовать цитаты из произведений классиков, так как они служат приманкой и заинтересовывают слушателя.

ж) В радиопередачах для национальных меньшинств должен использоваться метод, состоящий в дифференцированном, специальном подходе при составлении программ для районов, заселенных различными национальностями.

III. Тон радиопередач

а) Тон должен быть таким, чтобы он никоим образом не уязвлял чувств различных категорий слушателей. Необходимо отказаться от придиричьего тона, замечаний, оскорбительных сравнений, за исключением особых случаев, когда, например, идет речь о поддержке реформистских элементов.

б) Никаких призывов к действию.

в) Отказ от стремления поставить Советское правительство в затруднительное положение. Это надо для того, чтобы не оскорбить патриотические чувства или национальную гордость слушателей, ибо

советский народ отождествляет себя с отдельными патриотическими мероприятиями Советского правительства.

г) Осторожное отношение к таким высокочтимым советским деятелям, как Ленин, тем более что в них верит советская молодежь. Ленин был человеком, который хотел построить коммунизм, а коммунизм для советских людей - нечто священное.

д) Отказ от покровительственного, равно как и от снисходительного тона.

е) Никаких готовых выводов для радиослушателей. Давать такой Материал, так освещать события, чтобы слушатели сами приходили к нужным нам выводам. Они не хотят, чтобы им что-то "запихивали в глотку", рекомендовали во что-то верить... Это можно делать, но это следует делать более тонко.

ж) Никакого морализирования, ибо это только может оттолкнуть слушателя. Морализирование губит дело. Пусть лучше сами извлекают для себя моральные выводы.

з) Эмигранты, покинувшие Советский Союз и привлекаемые к участию в передачах, могут позволять себе большее, чем мы от своего имени.

IV. Основные темы

Хотя мы непременно должны упоминать о негативных аспектах западного общества, нужно постоянно учитывать, производят или нет такие упоминания вредное впечатление. Каждая программа на политические темы должна длиться 2 - 3 минуты. В них должны даваться:

а) Цитаты из высказываний коммунистов-реформистов в пользу многопартийной системы при социализме, осуждающих "непогрешимость" коммунистических партий и т. п. Главное в том, чтобы навязать слушателям их "собственное" мировоззрение, которое не обязательно должно носить прозападный характер, но оно должно отличаться от официальной политики.

б) Короткие программы о конструктивной оппозиции. В них может идти речь о движении в направлении эволюции и реформ, о том, что можно сделать без уничтожения государственной собственности или централизованного планирования, какие можно осуществить интересные перемены (...).

* * *

На первый взгляд может показаться, что иные из положений инструкции "Основные принципы радиовещания Запада" достаточно нейтральны и безобидны. Рассказ о новых марках автомобилей, моде, прическах, музыке и т. д. Что ж в этом плохого? - спросит читатель. Дело в том, что эта тематика является своего рода наживкой, с помощью которой стремятся удержать внимание слушателя, вызвать его интерес, доверие и расположение. С такой приправой в вас надеются "впихнуть" что-нибудь посерьезнее, вроде разговоров о "диссидентах" или "отсутствии прав человека в СССР". Впрочем, хорошо известно, что особенно в последние годы западные "радиоголоса" все реже следуют ими же самими изобретенным "правилам хорошего тона". "Никаких призывов к действию"? Вспомните хотя бы события в Польше, когда из Мюнхена и Вашингтона звучали откровенные призывы к свержению народного строя, к захвату власти контрреволюционными элементами, финансируемыми и поддерживаемыми Западом.

А. ПАНФИЛОВ, доктор исторических наук.