

Ю. ВОРОНЦОВ

New York World-Telegram and The Sun

ALL Sports SIGNAL

Act on Cuba, Ni...



-ЭТО ТОЖЕ

Boy, 16, Cried Whenever He Didn't Get His Way and His...

Parents Always Called Him 'Baby' -So He Kills 'Em



ДЕЗИНФОРМАЦИЯ БИЗНЕС

Ю. ВОРОНЦОВ

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ— ЭТО ТОЖЕ БИЗНЕС

■
ЗАМЕТКИ
О ПРОПАГАНДИСТСКОЙ
МАШИНЕ МОНОПОЛИЙ
США

■



ИЗДАТЕЛЬСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ
Москва · 1965

Брошюра Ю. Воронцова рассказывает об основных рычагах, методах и целях пропагандистской машины США. Автор подробно говорит о том, в чьих интересах ведется систематическая дезинформация широких масс американского народа, почему от него пытаются скрыть правду о политике правящих кругов США, о коренных переменах на международной арене в пользу сил мира, демократии и социализма.

Брошюра содержит многочисленные факты, характеризующие роль буржуазной прессы, радио и телевидения, а также школы США в идеологической обработке американцев, знаменательные сдвиги в общественном мнении и настроениях в Америке, происходящих под влиянием выдающихся достижений СССР и других стран социалистического содружества в развитии экономики и культуры.



...Видавший виды зелено-желтый таксомотор везет меня в нью-йоркский международный аэропорт «Кеннеди». Бегут мили, бойко щелкает счетчик, отсчитывая центы, доллары и оставшиеся минуты моего пребывания в Америке. За окном мелькают базальтовые глыбы и пыльная зелень Центрального парка, витрины магазинов, пляшущие огни рекламы.

Кажется, совсем недавно точно такой же зелено-желтый, потрепанный, но еще бойкий «форд» был для меня колумбовой каравеллой, а словоохотливый шофер — первым американцем, посвятившим в тайны джунглей Нью-Йорка. Узнав, что я буду в Америке всего несколько месяцев, а хочу понять, чем живет и дышит рядовой американец, — словом, «открыть» для себя Америку, шофер присвистнул и рассмеялся. Да за такой срок мне не удастся познакомиться даже с Бродвеем, не говоря уже о Манхэттене!

Может быть, он был и прав, говоря, что за полгода Америки не откроешь, но я уже многое знал об этой большой и противоречивой стране. Каждое «открытие» Америки, кем бы оно ни было сделано: журналистом или кинооператором, ученым или туристом, — помогает очередному «Колумбу» познать и понять эту страну, увидеть, что скрывается за кричащей витриной «американского образа жизни», почувствовать биение ее возбужденного пульса.

Каждый «открывает» свой кусочек Америки, каждый описывает увиденное и услышанное в своем ракурсе, и это помогает объективной оценке американской действительности в целом.

Многие советские люди, побывавшие в США, отмечали, что чрезмерно уплотненная программа, офици-

альные, а также неофициальные представители государственного департамента и других ведомств подчас не давали им лучше познакомиться со страной, с мыслями и чувствами простых американцев, а из окна отеля или, в лучшем случае, автомобиля многого не увидишь и тем более не услышишь. Это мы частично ощутили и на себе. И все же нам, видимо, повезло больше, чем другим.

Приехав в США в порядке осуществления программы культурно-технического обмена между нашими двумя странами, мы посещали промышленные предприятия, читали лекции в университетах и колледжах, вели уроки русского языка в школах, ходили в гости, когда нас приглашали, а приглашали так часто, что от доброй половины приглашений нехватка времени заставляла отказываться, хотя мы знали, что этим обижаем друзей. Действительно, программа пребывания в Соединенных Штатах, будь то на выставке «Советская техническая книга», на технической конференции или на заседании технического комитета Международной организации по стандартам, была очень напряженной; к тому же при переездах из одного города в другой пропадало добрых три-четыре часа, и на неофициальные встречи времени оставалось мало.

Нам была предоставлена возможность выступать по радио и телевидению. Нас просили принять участие в дискуссии о модах женского платья сезона 1963 года и даже приготовить типичный русский обед в типичной американской семье. Мы играли с крошечными американцами, а когда они «нарушали протокол» и нам требовалось полотенце, чтобы вытереть пиджак или брюки, мы принимали извинения у смущенных родителей, отнюдь не считая, что подобный инцидент подмочил дружбу американского и советского народов. Надолго запомнится колоссальный интерес американцев к Советскому Союзу, обилие теплых и добрых слов в адрес нашей Родины, наших людей, крепкие рукопожатия при встречах и прощаниях.

Надо сказать, что встречи «за круглым столом», беседы в семье простого американца, порой проходившие в теплой и непринужденной обстановке, а порой перераставшие в острую полемику, помогали лучше разобраться в Америке — стране резких контрастов и кри-

чащих противоречий, в умном, трудолюбивом ее парке, мыслью и потом которого возведены небоскребы из стекла и стали, построены ажурные мосты, проложены великолепные автострады, парке, который заслуживает глубокого уважения.

Во время бесед, на каком бы уровне они ни велись, красной нитью проходила одна мысль: очень хорошо, что вы приехали, что появилась возможность откровенно поговорить о том, что давно волнует. Надо чаще встречаться — нам, простым людям, а не послам (хотя встречи послов тоже нужны), людям, которые собирают урожай и делают игрушки, выпекают хлеб и учат детей. Мы разделяли эту точку зрения. Она нам была близка. Мы понимали трудовых людей Америки лучше, чем некоторые из их соотечественников.

В массе своей американцы — люди простые и откровенные. Они любят свою большую страну, свою семью, свой автомобиль и дом, приобретенные с таким трудом. Политика для многих — темный лес, и тем, близких к политике, они предпочитают не касаться. Ну что ж, на это есть свои причины. Ведь, чтобы разобраться в вопросах политики, там, за океаном, мало пуд соли съесть.

При всем том рядовой американец отлично понимает, что война ни ему, ни его стране не нужна, а те, кто размахивают жупелом термоядерной войны, заняты грязным и опасным бизнесом. Американец не хочет лишиться всего, что заработал своими руками, собрал, построил, накопил.

Мы интересовались всем: отношением американцев к идее мирного сосуществования и их бюджетом, любимыми занятиями и планами на будущее. Иногда на наши вопросы собеседники давали уклончивые и туманные ответы, но чаще всего подробно рассказывали, сколько зарабатывают, сколько платят налогов, где лежат зубы, как часто ходят в кино. Когда американцы задавали вопросы нам, мы также старались отвечать предельно откровенно и полно.

А вопросы были самые разные.

Запуск первого советского спутника Земли, а затем космический полет Юрия Гагарина всколыхнули, взбудоражили Америку, заставили американцев призадуматься, подойти по-новому к газетной информации о Советском Союзе, о советских людях.

Ни газеты, ни радио, не говоря уже об официальных выступлениях государственных деятелей, не давали сколько-нибудь вразумительного ответа на законный вопрос американцев: «Так кто же они, эти удивительные русские?» Более того, пропагандистская машина монополий продолжала фабриковать, хотя и не так топорно, как раньше, клеветнические измышления о первой в мире стране социализма и ее народе.

Каково же приходится американцу: с одной стороны, ему стало известно о величайшем подвиге страны Советов, о громадных достижениях нашей науки и техники, о триумфах нашего искусства, а с другой стороны, на экране кинематографа или телевизора даже и теперь нет-нет да и покажут русского, больше похожего на неандертальца, чем на покорителя космоса, а в прессе появится очередное интервью со «специалистом» по России, в котором будет все та же «развесистая клюква» о жизни в СССР? Есть с чего голове кругом пойти!

Каждое правдивое слово о советской действительности — откровение для среднего американца, он жадно прислушивается к нему, стремясь сбросить с себя бремя многолетнего гипноза лжи, клеветы и дезинформации. Каждый вопрос, задаваемый нам клерком гостипицы или инженером завода Форда, профессором университета или студентом, еще и еще раз убеждал нас в том, как мало знают о нашей стране в Америке, как чудовищно фальсифицирует факты о Советском Союзе американская буржуазная пресса.

Журналисты спрашивали нас, можно ли в СССР критиковать администрацию завода или мэра города, и, получив утвердительный ответ, изумленно качали головой. Люди, близкие к искусству, удивлялись, зачем нашему правительству понадобилось запретить джаз, уничтожить картины абстракционистов, а узнав, что джаз можно послушать и в эстрадном театре, и в рабочем клубе, и в ресторане, что абстракционисты продолжают, хоть и без успеха, малевать свои бездарные полотна, с возмущением говорили: «Нет, это невероятно! Кому это нужно, чтобы наша пресса представляла Советский Союз и русских в столь извращенном свете! Значит, дезинформация — это тоже бизнес!» Да, в данном случае американцы отнюдь не «от-

крывали Америку»: дельцов от дезинформации в США немало.

Во время встреч и бесед за океаном нас спрашивали: что нас поразило больше всего в Америке — «стране процветания и благоденствия», что мы узнали нового о Штатах по сравнению с тем, что слышали о них раньше?

Конечно, Америка — богатая страна, отвечали мы. Благодатные земли, мощная индустрия, трудолюбивый, предприимчивый народ. Все это так. Но почему же существует в Америке и улица Бауэри — мрачное нью-йоркское дно, где обитают те, кто потерял веру в будущее, где нет счастья, где по вечерам в ночлежках «Армии спасения» находят приют бездомные и отчаявшиеся? Почему, даже по официальным источникам, в США насчитывается 5 миллионов безработных? Почему, по данным 1960 года, только в городе Чикаго 500 тысяч людей влачили жалкое существование, живя на подачки благотворительных организаций, а в штате Нью-Йорк число оставшихся без средств составило 512 тысяч?

Впрочем, мы знали обо всем этом и до поездки за океан. Равно как и о небоскребах, мостах, чудесных американских дорогах, действительно заслуживающих самой высокой оценки. Но, подчеркивали мы, нас буквально поразила одна из сторон «американского образа жизни» — то, что в США называют «brain washing industry» («промышленность промывания мозгов»), или, иными словами, большой бизнес дезинформации, возведенной в США в государственную политику.

«Промышленность промывания мозгов» — это прежде всего печать и радио, телесвидение и кино, школа и церковь. Все эти средства массового общения выполняют задачу формирования общественного мнения нации, изо дня в день, из месяца в месяц ведут активную пропаганду.

Какую? В каком направлении? Прежде чем ответить на это, дадим слово ведущим специалистам формирования общественного мнения в Америке, официальным справочным изданиям, прессе.

Словарь Вебстера определяет понятие «пропаганда» как «секретный и скрытый способ распространения идей, информации, сплетен и т. п. с целью оказания

помощи или нанесения вреда отдельному лицу, учреждению, организации, мероприятию и т. п.»

Английский профессор Ф. Бартлет в книге «Политическая пропаганда» дает аналогичное толкование термина «пропаганда», а его коллега в США П. Линебаргер, рассматривая пропаганду как важное оружие психологической войны, не без основания считает, что пропаганда, используя весь арсенал средств психологического воздействия, влияет на умы, чувства, поступки определенной группы населения в интересах людей, ведущих пропаганду.

Откровеннее других вскрывает сущность буржуазной пропаганды журнал «Ньюсуик». «Пропаганда, — пишет журнал, — состоит из отобранной правды, полуправды и неправды, предназначенной для создания благоприятного общественного мнения в интересах тех, кто ее проводит. В широком смысле пропаганда — это обращение к предрассудкам, подозрительности, к эгоизму человека... Это — мощное средство войны».

Краткая, но убедительная характеристика существования пропагандистской машины монополий!

Безудержная реклама «американского образа жизни», иллюзий «американской демократии», а этим как раз и определяется главное направление деятельности пропагандистской машины США, особенно нужна большому бизнесу в наши дни, когда окончательно выявилась полнейшая неспособность капитализма выдвинуть какие-либо вдохновляющие идеи, когда буржуазный строй все более дискредитирует себя в глазах народов.

Президент Колумбийского университета Грейсон Керк, выступая перед студентами-выпускниками, вынужден был признать, что «американская мечта исчезла, а народ по-видимости находится в состоянии национального замешательства. Такого сильного замешательства мы еще не испытывали за всю нашу историю мирного времени. Прежде будущее казалось нам таким надежным, таким ясным и заманчивым. Теперь мы, по-видимому, не уверены в себе. Иногда мы не уверены в нашем курсе, а часто в наших перспективах».

Президент крупнейшего университета страны, говоря о крахе иллюзий и надежд, несколько не сгущает краски. Да, рушатся надежды и иллюзии империалистической Америки, рушатся не потому, что этого доби-

вается кто-то извне, а потому и только потому, что современная Америка страдает неизлечимым социальным педутом, потому, что она никак не хочет согласиться с новой расстановкой сил на мировой арене, продолжает попытки навязать другим странам и народам свой диктат — и, естественно, терпит провал за провалом.

Именно в этих условиях большой бизнес возлагает на свою пропагандистскую машину особые надежды.

Мастера дезинформации упорно пытаются убедить американцев в том, что судьбы мира «волею всевышнего» могут и должны вершить Соединенные Штаты Америки, внушить доверчивым, что недалек тот день, когда «народный капитализм» принесет всем без исключения американцам изобилие и свободу, что будет построено так называемое «великое общество». Надо только подождать и... работать в поте лица своего, не думая ни о забастовках, ни о решении назревших социальных проблем, работать на монополистов.

Итак, «промышленность промывания мозгов». Как она устроена? Какими методами и средствами пользуется? Каковы основные отрасли этой «индустрии»?

Обо всем этом в меру сил и возможностей я и попытаюсь рассказать читателям, опираясь на собственные, личные наблюдения, полученные во время пребывания в США, и многочисленные свидетельства самой американской прессы.

Не желая ставить под удар американцев, проявивших к нам чувства настоящего, не протокольного гостеприимства, чувства искренней приязни и уважения, я не буду называть их подлинные имена и место работы. Об этом они просили меня, когда я записывал содержание наших бесед.

Я старался видеть вещи, события и явления такими, каковы они есть, и нигде не сходить с позиции объективной оценки фактов. Мои заметки очень ограничены по теме. Но я надеюсь, что они, возможно, добавят кое-что новое и любопытное к тому, что уже известно советскому читателю о современной Америке.

Совсем недавно многие американцы не задавали себе вопроса: достаточно ли хорошо они разбираются в событиях, происходящих вокруг них? Они не задумывались над судьбами мира, над судьбой своей страны. Что же касается американского обывателя, то он жил в мирке собственного благополучия, молясь на всемогущий доллар и мечтая о процветании.

Даже вторая мировая война с ее ужасами и бедствиями для миллионов людей Европы и Азии не всколыхнула Америку, не заставила ее призадуматься над тем, что происходит на нашей планете. Америка оставалась сильнейшей страной капиталистического мира, ее промышленность работала на войну с полной нагрузкой, сокращалась безработица, росли текущие счета бизнесменов, а вдов и сирот в США оказалось не так уж много.

В послевоенные годы американская печать, радио, телевидение не жалели ни сил, ни средств, чтобы представить США как самую могучую, самую передовую державу в мире. Аршинные заголовки газет, выходящих многомиллионными тиражами, тенденциозно подобранные фотоиллюстрации, захватывающие интервью комментаторов последних известий заставляли простого американца верить во всемогущество дядюшки Сэма, благодаря неустанным заботам и мудрости которого существует род человеческий, в устойчивость послевоенного «процветания» Америки.

«Промышленность промывания мозгов» работала с полной нагрузкой.

Да, на страницах американской прессы освещались положение в Советском Союзе и странах народной де-

мократии, события внутренней жизни США. Но преподносилось все это читателю, как правило, под одним соусом — антисоветским, антикоммунистическим. Вспыхивала ли забастовка и дорожки или сталелитейщики предъявляли компании-работодателю законные требования, выступал ли прогрессивный ученый с критикой агрессивного внешнеполитического курса США, возникали ли народные волнения в одной из колоний — пресса, телевидение и радио Америки извергали потоки лжи на Советский Союз, пытались везде найти «руку Москвы» и обвиняя во всех бедах «красных». Целью этих усилий было раздуть антисоветскую истерию, облить грязью Советский Союз и другие социалистические страны, заставить американцев поверить в нереальность мирного сосуществования и неизбежность атомной войны, представить советский народ врагом мира, свободы и демократии. Особые усилия буржуазные пропагандисты обращали на то, чтобы изобразить Советский Союз отсталой, полудикой, крестьянской страной.

«Свободная», «неподкупная», «демократическая» пресса Америки делала свое дело, и делала его профессионально.

Но время шло, менялась обстановка на мировой арене. Позиции капитализма неуклонно и необратимо слабели. В то же время стремительно шагала вперед мировая система социализма, все новые и новые народы сбрасывали колониалистское ярмо, крепло и ширилось рабочее движение в самих империалистических странах.

И наконец наступил день, когда дымовая завеса дезинформации была прорвана.

4 октября 1957 года первый искусственный спутник Земли, рожденный гением и трудом советского народа, вышел на космическую орбиту. Такое утаить было невозможно. Пропагандистская машина монополий потерпела крупнейший провал. Оправившись от шока, буржуазная пресса ударилась в истерику.

Одни газеты писали о том, что спутника вообще не существует, а существует «красная пропаганда», другие утверждали, ссылаясь на «авторитеты», что спутник — не что иное, как кусок железа, который США могут «зашвырнуть в космос», когда они только этого

пожелают. Находились, безусловно, и такие газеты, в которых информация о запуске была более объективной, но... в запуске спутника они усматривали опасный вызов, угрозу «свободному» миру со стороны Советов и призывали к сплочению, устрашению и т. д. и т. п.

Но пропаганда пропагандой, а надо было делать выводы из того, что произошло. Официальная Америка серьезно встревожилась. Спутником были вынуждены заняться американские ученые и политики, военные и экономисты. Ученые заговорили об отсталости системы американского образования, признавали, что научно-исследовательская работа в США ведется на потребу отдельным фирмам, без концентрации всех сил на решающих участках, без ясной перспективы.

Политики пытались сделать хорошую мину при плохой игре и обещали американскому народу сюрприз, перед которым «бэби-луна красных покажется не более чем елочной игрушкой». Военные производили «мучительную переоценку» стратегических ценностей.

Сенатор Джонсон сетовал на то, что запуск спутника явился «опустошительным ударом по престижу Соединенных Штатов как лидера в научном и техническом прогрессе». Бывший министр авиации Финлеттер заявил, что он «не знает ни одного события со времени русской революции 1917 года, которое настолько изменило бы к худшему безопасность (?) и позиции США».

«Опустошительным ударом по престижу Соединенных Штатов» явился не только запуск спутника. Грандиозные успехи Советского Союза в решающих областях науки и техники, в народном образовании, усиление влияния страны Советов на международной арене, рост сил социалистического содружества развеяли миф о всемогуществе Соединенных Штатов, их ведущей роли в мировом прогрессе. Ведь вынужден же был признать обозреватель «Нью-Йорк таймс» Рестон, которого никак не заподозришь в антиамериканских настроениях, что «Соединенные Штаты в значительной мере утратили свой престиж».

О каком престиже может сейчас идти речь, когда Америка, по выражению вице-президента Г. Хэмфри, «установила рекорд насилия над человеческим достоинством своих же граждан». И только ли своих? А «гряз-

ная война», которую янки ведут во Вьетнаме? А кровавая миссия империалистов в самом сердце африканского континента? Ведь с прямой помощью США бельгийские колонизаторы и их марионетки совершают жестокую расправу над патриотами Конго. О каком престиже США можно говорить, когда народы Азии, Африки, Латинской Америки гневно требуют прекращения вмешательства Вашингтона в их внутренние дела, когда большинство освободившихся от колониального ига стран решительно отвергли «американский образ жизни».

Таковы факты.

А что же рядовой американец? Живительный ветер перемен в мире донесся и до него. Многие за океаном впервые призадумались над тем, что же все-таки происходит на нашей планете, разбираются ли они в событиях и явлениях, их окружающих. Спросили они себя и о том, насколько правильно информирует их «самая свободная», «самая объективная» пресса — пресса их страны.

Американцы все настойчивее требовали более полной и правдивой информации о Советском Союзе, о социализме и коммунизме, о развитии науки и техники в нашей стране. А события развивались своим чередом.

Дальнейшие достижения Советской страны в штурме космоса, оживление советско-американских контактов, триумфальные поездки танцевальных трупп Моисеева, Надеждиной, небывалый успех Большого театра — все это нельзя было замолчать.

Советские журналисты, посетившие США в 1959 году, рассказывали, что даже сами американские журналисты жаловались им: «Нам говорили, — сетовали они, — что эти люди — крестьяне, варвары, способные продвигаться вперед только с помощью украденных секретов, а теперь они первыми сделали гигантский шаг за пределы земли». Это говорили сами газетчики, которые должны были препарировать информацию о Советском Союзе так, чтобы американцы в ней совершенно не разобрались!

Конечно, многолетний гипноз дезинформации делал свое дело. Для иного американского обывателя и сейчас совершенно непостижимо, как это «страна полудикого народа», даже в столице которой «нет электриче-

ского света и элементарных удобств», смогла обогнать Америку. Есть в США и по сей день люди, отравленные ядом реакционной пропаганды, видящие в каждом экономическом или научном успехе СССР, в каждом мирном предложении Советского правительства угрозу их свободе, угрозу самому существованию Америки. Но число таких людей быстро уменьшается, и мы это чувствовали при встречах, беседах с американцами, представляющими разные слои населения США. И каждое слово советских людей, будь то на выставке книги, или во время лекции в колледже, или за чашкой чая, было вкладом в дело взаимопонимания, помогало американцам разобраться, где белое и где черное, кто сеет правду, а кто пускает пыль в глаза.

...Это было в 1962 году в Детройте. Директор выставки «Советская техническая книга» предложил мне поехать на встречу со студентами Уэйнского университета. «С выставки едут два студента,— сказал он.— Присоединяйтесь к ним».

Я уже был немного знаком с американской студенческой аудиторией по встречам в Нью-Йорке. Сейчас у меня было два приглашения: на официальную встречу в один из колледжей университета и в студенческое общежитие. Я выбрал последнее, так как считал, что беседа в неофициальной обстановке поможет лучше поставить точки над «и» и, следовательно, будет полезнее.

Знакомство с организаторами встречи началось в машине. Джеймс Болд одним из первых посетил выставку технической книги. Рассказал о своем впечатлении в колледже. Желających познакомиться с советской технической литературой, посмотреть научно-популярные фильмы да и просто поговорить с советскими людьми оказалось очень много. Местная пресса скупо сообщала о первой советской выставке в Детройте, и тем не менее ежедневно более 3—5 тысяч американцев посещали Кобо-холл, где экспонировались советские книги.

И вот, продолжал Джеймс, группа студентов из колледжа решила организовать неофициальную встречу с советскими людьми — работниками выставки. Разу-

местся, с вином и фруктами, добавил наш хозяин, подмигнув нам лукаво, и тут же извинился: «К сожалению, комната у меня небольшая, а желающих встретиться с советскими людьми много». Мы хором ответили, что в тесноте — не в обиде, и заявили, что готовы сидеть втроем на одном стуле, лишь бы встретиться с представителями хорошо известного в нашей стране Уэйнского университета.

Мы говорили искренне, так как действительно много слышали об этом учебном заведении и были уверены, что нас пригласили ребята, действительно интересующиеся жизнью советских людей, их мыслями, делами, планами.

Машина остановилась около небольшого двухэтажного дома. В окне второго этажа показались улыбающиеся лица гостей, миниатюрные Государственные флаги СССР и США.

Два слова о настольных флажках. На выставке в громадном зале Кубо-холл было шесть больших круглых столов, за которыми посетители могли просмотреть журналы, книги, побеседовать с гидами. В центре каждого стола стояли два флажка — США и СССР. И дирекции выставки приходилось каждый день ставить новые флажки СССР: посетители уносили их как сувениры.

В комнате в самом деле было тесновато. Гости сидели на диване, нескольких стульях и просто на полу.

Программа предусматривала ужин, после которого должна была последовать беседа. Кто-то из наших товарищей предложил внести поправку: ужин и дружеская дискуссия проводятся одновременно, после чего те, у кого есть вокальные способности, поют, а у кого они отсутствуют, занимаются тем, что их интересует. Так и решили.

Я попал с двумя студентами-выпускниками, преподавателем истории и хозяином встречи, в «безголосую» группу. Приготовился к серьезному разговору. Каково же было мое удивление, когда я увидел, что вопросы, посыпавшиеся со всех сторон, были составлены как бы по одному и тому же шаблону, имели один и тот же источник (если это вообще можно назвать источником) — дезинформацию. Вот они, эти вопросы.

Почему советские люди не могут выражать открыто

свои мысли? Почему в Москве нельзя купить иностранную газету? Какая разница в оплате преподавателя вуза — коммуниста и беспартийного? Почему в СССР применяется принудительный труд? Почему закрыты все церкви? И еще сотни подобных же «почему».

Вскоре к нам присоединились и остальные участники вечера, и разговор приобрел общий характер. Беседа не носила дискуссионного характера, ибо наши собеседники имели настолько неясное и искаженное представление о Советском Союзе, о его внешней и внутренней политике, что о полемике не могло быть и речи. Мы терпеливо и подробно отвечали на все вопросы, рассказывали о жизни нашего народа.

А когда наступила наша очередь задавать вопросы, мы как один, не сговариваясь, спросили: сколько можно верить безответственным выступлениям прессы, ложность которых доказана многочисленными фактами? Сколько можно прислушиваться к голосу «спецов» по русскому вопросу, которые либо никогда в России не бывали, либо, даже если им случилось посетить нашу страну, предпочитают писать не то, что они видели сами, а то, что приказывают боссы?

Беседа становилась все более оживленной. Зашла, конечно, речь и о проблемах войны и мира, об обстановке в США. Наши собеседники говорили наперебой. Да, они, конечно, не хотят войны. Они за сотрудничество в научной и культурной жизни между всеми странами. Но, говорили иные, они не видят ничего плохого в том, что в США процветает «общество Бэрча» или Ку-клукс-клан. Ведь существует же наряду с ними и компартия, и народ сам разберется, за кем идти.

Американцам возражали американцы — те, кто больше сознавал реальную угрозу реакции и фашизма в США.

Да, Америка — страна свободных граждан, говорили они. Американцы имеют право придерживаться любых политических убеждений, в том числе и коммунистических. Но почему коммунистическая партия фактически запрещена, а ультраправые и расисты процветают? Почему ФБР берет на учет тех ученых и инженеров, которые выпысывают советские научно-технические издания, такие, например, как журнал «Кокс и химия»? Почему изгоняются из ряда (к счастью, не

всех) университетов профессора, высказывающие «крамольные» взгляды — взгляды, расходящиеся с точкой зрения официального Вашингтона? Именно так, например, было с профессором Шапиро после его поездки на Кубу. Мы боимся смотреть правде в глаза, затрагивать темы, для нас невыгодные. Нет более информированной, даже дезинформированной нации, чем мы! Мы склонны верить любой басне, если она напечатана в газете или если ее прочитал диктор телевидения. Разве это не так?

Так говорили сами американцы. И мы сопоставляли это с нашими собственными наблюдениями, с увиденным и услышанным в США.

Американский писатель и публицист, автор нашумевших не только в США, но и в других странах книг «Безобразный американец» и «Нация баранов» У. Ледерер говорил, что американский обыватель может поверить любому вздору, скажем тому, что у матери короля Таиланда две головы и поэтому ее не видно на приемах. Газеты напечатывают это как факт, даже не проверив, жива ли мать короля.

Ох уж эти падкие до сенсации американские газеты... Впрочем, стремится не отстать от них и радио.

У многих американцев еще сохранилась в памяти паника, вызванная радиопередачей CBS.

30 октября 1938 года радиостанции CBS и WABC передавали инсценировку романа Герберта Уэллса «Борьба миров». Программа в тот день ничем не отличалась от обычной радиопередачи. Диктор объявил, что CBS и WABC представляют радиослушателям актера Орсона Уэллса и театр «Меркурий» в инсценировке «Борьба миров». Затем была передана сводка погоды, после которой радиослушателям было предложено послушать танцевальную музыку.

Неожиданно для слушателей музыкальная программа была прервана. Орсон Уэллс, копируя знакомый радиослушателям голос диктора CBS, сообщил, что одна американская обсерватория заметила несколько ярких вспышек на Марсе. Затем, не успели радиослушатели насладиться мелодией очередного блюза, как Орсон Уэллс объявил, что в Нью-Джерси упал метеорит, убив более тысячи человек.

В сообщении экстренной важности из Вашингтона,

БИБЛИОТЕКА

продолжал актер, говорится, что метеорит оказался космическим кораблем марсиан, которые вооружены «лучами смерти». Америка в опасности! Орсон Уэллс, блестяще играя роль, сообщил, что его преследуют марсиане. Затем стал описывать пришельца с другой планеты: «Я вижу это существо. Оно величиной с медведя. Тело его блестит, будто мокрое. Но лицо его описать невозможно. Из пологого на V, лишнего губ рта стекает слюна, черные глаза сверкают, как у змей!» «Помогите! Помогите!» — воскликнул Орсон Уэллс и умолк.

Несколько раз в ходе передачи диктор объявлял, что идет трансляция инсценировки романа «Борьба миров» и что главные роли играет Орсон Уэллс. И тем не менее многие поверили в нападение на Америку пришельцев с Марса. Тысячи насмерть перепуганных людей обрывали телефоны радиостудии CBS, полицейских участков, мэрий городов. Только в полицейское управление Бруклина было более 300 звонков.

Полиция пыталась восстановить порядок и спокойствие. По всем радиостанциям было передано обращение полицейского управления: «Всем! всем! всем! Радиостанция CBS напоминает, что передача была инсценировкой романа. Соблюдайте спокойствие».

Однако успокоить взволнованных американцев не смог даже мэр города. Жители Нью-Йорка выбегали из домов, обмотав голову мокрыми полотенцами, в больницы стали поступать люди с серьезными нервными потрясениями. Появились свидетели «нашествия». Они утверждали, что чуть было не стали жертвами марсиан и сами видели пожары в Нью-Джерси.

«Я упаковал чемоданы, машина заправлена. Скажите, куда ехать?» — спрашивал один канзасец. В Индианаполисе шло большое богослужение. В середине службы в церковь ворвалась одна из прихожанок с криком: «Пришел конец света!» Верующие, подумав, что марсиане захватили их город, бросились из церкви. Газеты не сообщали, сколько человек было задавлено.

Паникой были охвачены не только отдельные лица, но и организации. Из Вашингтона одно официальное учреждение запросило CBS, куда будут эвакуироваться департаменты. «На Марс!» — крикнула издерганная телефонистка.

На следующий день все газеты страны описывали сенсацию, произведенную постановкой и игрой Орсона Уэллса. Они умолчали лишь об одном: почему так легко были введены в заблуждение тысячи радиослушателей. Ибо, отвечая на этот вопрос, надо было сказать о дезинформированности американцев, об атмосфере неуверенности, страха и военного психоза, нагнетаемой пропагандистской машиной монополий.

И еще одно. Американец, покупая что-либо, прежде смотрит на ярлык. Если ярлык магазина с 5-й авеню, значит, товар — «люкс», с Орчад-стрит — дрянь. С такой же меркой он подходит и к информации. Исходит она от «значительного лица», как же ей не верить? Небезызвестен профессор Ревило Оливер, выступающий с «научными» статьями на страницах «Американ Меркури». Сей, с позволения сказать, ученый муж, ничтоже сумняшеся, убеждал доверчивого американца, что марксизм является плодом ранних варварских империй Востока, а Куба — это остров, населенный главным образом монголами.

Надо сказать, что Ревило Оливер является одним из главарей «общества Бэрча», но дело не в этом. Он — профессор. Этикетка, самп понимаете, солидная...

—

■

...Беседа в комнате Джеймса Болда продолжалась.

Все присутствовавшие соглашались с тем, что информация в американской прессе, мягко говоря, далеко не всегда доброкачественна. Сами американцы приводили огромное количество примеров этого, и одним из них был так называемый «лаосский пирог».

Речь зашла о событиях в Юго-Восточной Азии летом 1959 года. Эти драматические события лишней раз свидетельствовали о неосведомленности американцев о происходящем за пределами страны, о той легкости, с которой многие из них попадают на пропагандистскую удочку государственного департамента и прессы.

Американцев убеждали, что Лаос подвергся оккупации «коммунистическими войсками», вторгшимися через его северную границу. Мутные потоки лжи и клеветы на Советский Союз и другие социалистические

страны хлынули с первых полос газет. Государственный секретарь определил обстановку как угрожающую интересам «свободного мира», представитель Вашингтона в ООН призвал мировое общественное мнение осудить «агрессора», командующий военно-морскими силами США настаивал на решительных действиях. Все было пущено в ход. С трибуны конгресса, брызгая слюной, выступали «бешеные», требуя вооруженного вмешательства. Многие, очень многие из американцев верили в необходимость помощи народу Лаоса — жертве агрессии.

Но прошло немного времени, и мыльный пузырь лопнул. Оказывается, никакого вторжения «коммунистических войск» в северные провинции Лаоса не было и в помине. Что это, как не очередной рекорд дезинформации?

Вы, очевидно, знаете о Лаосе больше нас, продолжали наши американские друзья, а спросите американцев, где находится эта страна, и не каждый вам ответит. Но тут же добавит, что Лаос — форпост «свободного мира», ему угрожают «красные» и наша святая, заметьте — святая, обязанность — помочь бедным лаотьянам.

Американские газеты охотно сообщают о том, что на 1 600 000 жителей Лаоса приходится 700 телефонов, а население его почти полностью неграмотно. Однако вы не найдете ни слова о том, ради чего в действительности США ввязываются в рискованные авантюры в Юго-Восточной Азии.

Мы узнали из материалов, приведенных У. Ледерером, что в течение только пяти лет Лаос стоил американскому налогоплательщику 235 миллионов долларов. Куда пошли эти деньги — американцы не ведают. Они не знают, сколько заработали в этой стране воротилы бизнеса, пока пресса распинаясь о «красной угрозе» Лаосу.

За примерами далеко ходить не надо. Вот один из них, отнюдь не самый крупный. Видный чин из Пентагона получил взятку в 13 500 долларов за то, что кто-то сплавлял в Лаос «кадиллаки», причем по баснословно дорогой цене.

О махинациях, спекуляции, подкупах, взятках, связанных с «помощью» Лаосу, в конце концов заговорили

в конгрессе. Кое-где стали вылезать наружу настоящие пружины лаосской провокации.

А газеты? Газеты, как и раньше, кричали о «проникновении красных» в Лаос, сообщали о «боевых действиях», посылке подкреплений, передвижениях флота и т. д... Студенты Уэйнского университета, с которыми мы беседовали, разобрались, как говорится, что к чему. Факт отрадней! Но многие ли в Америке поняли, что корни лаосской авантюры следует искать во внешней политике США, а не какой-либо другой страны, в авантюристических планах Пентагона, в корыстных интересах монополий?

Вся деятельность мощной, разветвленной машины дезинформации подчинена главной цели: заставить американца принять официальную точку зрения как на внутренние, так и на международные проблемы, совершенно независимо от того, в какой мере она соответствует истине.

Уильям Ледерер справедливо пишет: «Мы абсолютно не уверены в правдивости сведений, поступающих из Вашингтона. Они подбираются с определенной целью, и отнюдь не для информации».

Дуглас Картер в книге «Четвертый отдел правительства» блестяще показывает, как многие расследования конгресса «являются просто предметом для театрализованных представлений, чтобы привлечь внимание общественного мнения, вызвать тревогу, а иногда увести общественное мнение в сторону».

Одновременно с этим засекречиваются факты, которые проливают свет на ошибки должностных лиц конгресса, Белого дома. Подчас засекречивание превращается в секретоманию. И цель этого опять-таки та же: одурачить американца, заставить его на все махнуть рукой. Журнал «Корнет» рассказал о случаях секретомании, граничащих с анекдотом. Группа студентов одного из колледжей США сделала подборку статей по использованию термоядерной энергии. Когда об этом узнали соответствующие органы, досье с газетными вырезками было конфисковано и объявлено секретным.

Разумеется, все это порождало у многих американцев пассивность, снижение интереса ко всему тому, что не касается их бизнеса, дома, семьи.

Однажды, будучи в гостях у профессора Колумбийского университета, я пытался возразить одному из моих собеседников, утверждавшему, что американцу в высшей степени безразлично, что творится в мире. Ссылаясь на свои встречи с некоторыми американцами, я называл их имена, приводил, на мой взгляд, убедительные доводы, свидетельствующие об их интересе к жизни и политике.

Вдруг кто-то положил руку на мое плечо. Я обернулся. Сзади стоял хозяин дома.

— Я стал невольным свидетелем вашей беседы, — сказал профессор, — и рад слышать, что вы знакомы с нашими соотечественниками и отзываетесь о них с такой похвалой. Если бы даже третья часть американцев была похожа на них! Нет, вам просто повезло. Я сам стопроцентный американец. Я родился в Америке, как мой отец и дед, а прадед был одним из первых переселенцев, пересекших Атлантику в погоне за счастьем. Я люблю мою страну и мой народ, и поэтому мне так больно возражать вам, русскому. Но я все же хочу затронуть эту тему. Как ни печально, но ваш оппонент прав. Мы деградируем интеллектуально. Бизнес нокаутирует интеллект. Отрицать это — значит, подобно страусу, прятать голову в песок в момент опасности. Действительно, нам надели шоры и наш горизонт сузжен до предела.

Я не буду повторять все, что уже говорили здесь. Пассивность американца бесспорна, важно понять причины, породившие ее. Ведь это отнюдь не врожденная черта нашего национального характера. Если хотите, я прочитаю несколько строк из книги писателя, хорошо известного в вашей стране.

Он подошел к книжной полке, взял томик, полистал его и нашел нужную страницу. Вот что я успел записать с его слов:

«— Скажите, а как проходят выборы в вашем округе?»

— Хотел бы я сам знать об этом, — ответил он. — Народ не очень разговорчив. Думается, что это самые молчаливые выборы из всех, имевших место. Народ не любит высказывать своего мнения.

— Может быть, у него и нет своего мнения?

— Может быть, и нет, а может быть, и есть, да не хочет его высказывать. Я помню другие выборы, когда люди должны были бы вести острые споры. Но я не слышал ни одного. И сейчас этого нет.

Именно это я и заметил по всей стране. Ни споров, ни дискуссий.

— А как в других штатах?

Он, очевидно, обратил внимание на то, что я из Нью-Йорка, но не сказал об этом.

— Мне кажется, что мы не исключение.

— Не думаете ли вы, что люди боятся иметь свое собственное мнение?

— Может быть, некоторые и боятся. Но я знаю ряд людей, которые и не боятся его иметь и все-таки не высказывают. Я не знаю о том, что происходило вчера, не говоря о том, что будет завтра. А если так — что толку в моем мнении».

Профессор взглянул на меня с улыбкой.

— Вам этого не достаточно? — сказал он. — Так слушайте дальше.

Он перевернул несколько страниц и продолжал читать:

«Я очень бы хотел услышать беседу на политическую тему. Те, кого я встречал, не проявляли интереса к подобным беседам. Мне казалось, что частично это объясняется осторожностью, частично отсутствием интереса к политике. Один лавочник из Миннесоты заметил, что ему приходится иметь дело с обеими сторонами (демократами и республиканцами.— Ю. В.) и он не может позволить себе такую роскошь, как своя точка зрения».

Профессор закрыл книгу.

— Вы, конечно, догадались, — сказал он. — Это два отрывка из последней книги Стейнбека «С Чарли в поисках Америки», книги, которая написана не только мастером слова, но и американцем, отлично разбирающимся в своей стране. И самое страшное, что в положении лавочника, который не может себе позволить иметь свое мнение, оказываются миллионы моих сограждан. Когда такой лавочник работает в своей лавке, будь то в Миннесоте или Юте, это полбеда, но ведь есть случаи, когда такой миннесотец попадает в

конгресс или сенат. И это, сами понимаете, несколько хуже.

Вы не знаете о скандальной истории с Максвеллом Глюком? — продолжал мой собеседник.

Я отрицательно покачал головой и уселся поудобнее, чтобы услышать скандальную историю Максвелла Глюка.

— Так вот. Один из таких миннесотцев в 1957 году должен был занять пост посла США в Коломбо. Должность завидная, денежная. Глюк считал, что посольский оклад у него уже в кармане: как-никак он бросил на алтарь республиканской партии во время избирательной кампании что-то около 30 тысяч долларов! В другой стране, чтобы занять пост видного дипломата или даже клерка посольства, необходимо прежде всего иметь соответствующее образование и знания. У нас все гораздо проще. Есть деньги — есть влиятельные друзья, а раз есть такие друзья, то почти любая должность вам обеспечена, независимо от того, смыслите вы что-либо в своей будущей работе или нет. Министром обороны у нас может и даже должен быть крупный бизнесмен, а отнюдь не генерал. Это, видите ли, «доказательство антивоенного курса правительства». Чепуха! Еще не известно, кому милитаристский курс больше на руку: генералу или ставленнику «Дженерал моторс». Но я отвлекся. Итак, сенатор Фулбрайт решил устроить будущему дипломату, так сказать, экзамен на сообразительность, или, как у нас говорят, «уточнить коэффициент сообразительности». Не такой обстоятельный, как при отборе одаренных детей, но все же экзамен. И что же? Глюк не знал, кто является послом США в Индии, а на вопрос, знает ли он фамилию премьер-министра Цейлона, ответил, что знает, но не может ее выговорить. Это уже было слишком. Все же посол великой державы даже в маленькой стране должен иметь кругозор пошире, чем клерк государственного департамента!

Почитайте «Безобразного американца» да и ряд других книг, и вы убедитесь, что их авторы правы, говоря, что Америка смотрит в лицо национальной трагедии. Трагедия заключается в том, что американцы — более дезинформированная нация, чем какая-либо другая, в том, что дезинформация в Америке является биз-

песом, а любой бизнес (поскольку он приносит доход) поставлен у нас на широкую ногу.

Да,— повторил профессор то, с чего он начал,— интеллект у нас нокаутирован бизнесом. Дискриминация интеллекта — национальное бедствие...

И это действительно так. Нам приходилось много слышать и читать о непопулярности интеллектуала в США. Образ рассеянного, непрактичного профессора-европейца, витающего где-то в заоблачных высях науки, издавна был посмешищем в глазах тех, кто, переселяясь за океан, поклонялся лишь одному богу — доллару. Сильный, волевой, находчивый, хоть и полуграмотный, человек, идущий напролом ради достижения цели, — вот кто стал героем молодой буржуазной Америки. Ему некогда было садиться за книги. Сильный «делал деньги», строил дороги, жилища, фабрики. А интеллигент думал, размышлял, сопоставлял и вообще «путался под ногами».

Так было раньше. Сейчас над интеллигентом уже не смеются. Его побаиваются. От его знаний бизнес теперь зависит. Да, конечно, интеллект можно купить, заставить служить бизнесу (фирмы платят ученому во много раз больше, чем университеты и колледжи), но все-таки не угроза ли это сложившемуся порядку вещей? Между прочим, маккартисты настойчиво внушали обывателю в Штатах, что интеллект является «подрывной силой» американского общества.

Интересно отметить, что влияние этого испытали и иные критически мыслящие американцы. Так, Ричард Хефстадтер, автор ряда трудов по истории США и социологии, утверждал, что в какой-то степени «подозрительные тори» и «воинствующие филистеры» правы: интеллект представляет угрозу обществу. В подтверждение этого Хефстадтер ссылается на книгу Джона Дьюи «Характеры и события», в которой говорится, «что если мы начнем думать, то никто не сможет сказать, каковы же будут итоги, кроме одного совершенно определенного: многое будет обречено. Каждый мыслящий человек угрожает какой-то частице существующего мира, и никто не может предсказать, что займет ее место».

В данном случае автора, видимо, интересует чисто философская сторона проблемы. Однако этот вопрос в США давно вышел за академические рамки.

Социолог Артур Шлезингер в статье «Слабый протест», опубликованной вскоре после выборов, принесших победу генералу Эйзенхауэру, писал: «Бизнес снова у власти, а интеллигент третируется как яйцеголовый. Он морально изгоняется из общества, на него смотрят как на козла отпущения, причину всех бед, начиная от Пирл-Харбора и кончая увеличением налогового бремени».

Будучи в США, нам приходилось слышать прозвище «эгхед» («яйцеголовый») в применении к любому образованному человеку.

Термин «яйцеголовый» впервые был введен журналистом Стюартом Олсопом. В одной из корреспонденций он приводит разговор со своим братом Джоном. «Очень многие интеллигенты, — заметил Стюарт, — высоко ценят Стивенсона». На что Джон ответил: «Все яйцеголовые обожают его, но много ли их?»

Спрыгнув с газетной полосы, новое определение пришлось кое-кому по вкусу и быстро завоевало право гражданства, вытеснив существовавший эпитет «хайбрау», который означал «далекий от жизни ученый», или «человек, кичащийся своей ученостью», или просто «интеллигент».

Внес посильную лепту в определение интеллигента и бывший министр обороны Чарльз Вильсон. «Яйцеголовый, — говорил он, — это человек, который не понимает всего, что он знает». Как говорится, комментарии излишни.

Я как-то привел высказывание Вильсона профессору Уэйнского университета, желая реабилитировать одного из посетителей выставки, который, обращаясь к нашему гиду, назвал его «эгхед» (если министры позволяют себе такую вольность, что же требовать от лавочника?).

Моя попытка не увенчалась успехом, а профессор, пытаясь использовать не слишком сильные выражения, прокомментировал довольно любопытное высказывание бывшего президента Эйзенхауэра. Выступая на одном из приемов в Лос-Анжелесе, дважды избиравшийся главой государства генерал, поддерживая какого-то

профсоюзного босса, заметил, что «в Америке развелось очень много умников, так называемых мыслящих людей. Толкаясь у нас в ногах, они говорят, что все, кто с ними не согласны, не правы. Между прочим, я слышал определение мыслящего человека, — добавил президент, — это человек, использующий больше слов, чем в том есть необходимость. Делает это он лишь затем, чтобы сказать больше, чем знает».

Борьбой с интеллектуализмом в США заняты, как пишет Ричард Хефстадтер, не только бизнесмены и генералы, но и священники, редакторы правых газет, политики.

Осенью 1964 года судьба снова забросила меня в Америку. Новый Свет лихорадило. Страна напоминала кипящий котел. Приближались выборы президента.

Съезды партий, походившие больше на театрализованные шоу, чем на серьезные политические мероприятия, предвыборный шабаш желтой прессы — все это напоминало кампанию 1960 года. И все же многое, очень многое изменилось. Даже неискушенному в политике и предвыборных баталиях человеку было ясно, что Америка не та, какой она была четыре года назад. Не тот стал и американец.

«Кризис идей», «утрата иллюзий», «крах надежд» — так оценивались американцами характерные черты внутривнутриполитической обстановки в стране. Все больше простых людей Америки видели истинные причины краха, кризиса тех надежд и идей, которые в течение долгого времени преподносились пропагандистской машиной монополий как вечные, незыблемые.

Америка в конфликте с веком. Этого уже невозможно было скрыть за ширмой «американского преимущества», «американской исключительности». Беспроспективная «грязная война» в Южном Вьетнаме, авантюра в Конго, разлад в НАТО — что сказать обо всем этом рядовому американцу? И самое главное — куда идти дальше?

И те, кто стоят у руля американской политики, и те, кто формулируют эту политику, делали все возможное, чтобы убедить американца в том, что не все еще потеряно, что от конфликта с веком можно ускользнуть. Но американец, повторяю, уже не тот, что раньше. Он

не довольствуется туманными формулировками, он начинает задавать вопросы, смотреть в корень. Он требует, чтобы ему членораздельно сказали, что же дальше.

Это понимали кандидаты в президенты. В предвыборных речах как Джонсон, так и Голдуотер пытались нарисовать хотя бы самую схематичную картину американского завтра. Каждый из кандидатов по-своему обещал избирателям вывести страну из тупика.

При этом ставленник объединенных сил крайней реакции, официальный кандидат республиканской партии Барри Голдуотер выступил с открытой программой фашизации внутривнутриполитической жизни США, решения острых международных проблем с помощью атомной бомбы. Джонсон призывал к сохранению «традиционного курса» и построению в Америке «великого общества». Его идеи не отличались особой определенностью и четкостью. И тем не менее миллионы американцев уяснили себе главное: то, что предлагал Голдуотер, — чревато новой мировой войной.

И большинство американцев сделало правильный выбор, несмотря на невиданный размах кампании демагогии и запугивания, развернутой реакцией, несмотря на усилившуюся перед выборами дезинформацию со стороны прессы, радио, телевидения. Большинство американцев недвусмысленно высказалось в пользу политики мира и мирного сосуществования.

Не все, конечно, сумели разобраться в происходящем. Мне пришлось в поездке по Америке встречаться и откровенно разговаривать с теми, кто выступал за Голдуотера. Довод у них один: «Мы за сильную Америку. Хватит цацкаться с бюрократами из ООН. Негры (вообще цветные), евреи и все неамериканцы должны знать свое место. США должны навести порядок на Дальнем Востоке и покончить с Кубой». Видите, как все просто! Именно так и обещал решить все проблемы «бешеный» сенатор, как только он придет в Белый дом.

Но все чаще встречались американцы с трезвыми взглядами на жизнь. Мне запомнилась одна из многочисленных бензоколонок в лабиринте американских автострад и короткая, но очень интересная беседа с двумя парнями. Нет, они ничем не напоминали мне миннесотца из книги Джона Стейнбека.

Дело было так. Мы сехали на мапине по автостраде № 280 штата Алабама. Мелькали рекламные щиты фирм «Эссо», «Шелл», призывы аршинными буквами: «Вступайте в «общество Бэрча» для борьбы с коммунизмом». Еще плакат: «Алабама, двери республиканской партии открыты для тебя». И ниже рука с пачкой долларов. «Боритесь за свободу. Вкладывайте деньги в Барри», — кричала подпись.

Внезапно нашу машину резко бросило в сторону, и только мастерство водителя спасло нас от кювета, а может быть, и от госпиталя. Лопнул передний скат на скорости 80 миль в час! Со скоростью 3 мили в час мы доползли до ближайшей бензозаправочной станции, где можно не только пополнить запас горючего, но и сделать профилактику машине, выпить горячего кофе или чего-нибудь прохладительного.

После пятиминутного интервью со мной механик узнал, что Москва находится не в штате Айдахо (хотя в этом штате действительно есть город Москва), а в Советском Союзе, а «красными» русских называет только американская пресса.

«Вот так дела, сэр, — улыбнулся широкой улыбкой алабамец. — Так к старости можно и умным стать. Вы первый русский, кого я вижу. Ну, а что в России знают о нас? Неужели в газетах и про выборы пишут? Ну и дела. Считаете, что Барри не пройдет? Смотри, как в воду глядите! Здесь-то он наберет тысяч двести пятьдесят, а может быть, и побольше. Здесь и легион, и клан, и бэрчисты сделают свое дело. Хотя у кого голова на плечах, те видят, что, приди Барри в Белый дом, он наломает дров. Вчера мой помощник достал надувного динозавра, знаете, что вывешивают на безколонках «Синклер», и подвесил его к щиту, где изображен Голдуотер. Здорово, а?!»

Да, это не тот механик с бензоколонки, о котором писал Стейнбек. Этому уже не все равно, кто будет сидеть в Белом доме, ему не безразлично, кто будет иметь большинство в конгрессе. Простой механик отлично понимал, что принесет победа «беспых» Америке, Алабаме, его семье.

А в Новом Орлеане на щите с портретом Голдуотера и надписью «Барри — молодец» кто-то затер слово «молодец» и написал такое... что ни одна бумага не вы-

держит! А ведь Луизиана далеко не «демократический» штат. Во Флориде, в небольшом городе Джэксонвилле, недалеко от штаб-квартиры республиканцев, на дорожном знаке «Держитесь левее» приписано: «Goldwater».

Это был голос тех, кто не мог оставаться пассивным, когда встал вопрос о том, чтобы преградить дорогу фашизму. Этот голос не всегда и не везде можно отчетливо слышать, но он раздается все сильнее и сильнее.

Может быть, поэтому именно сейчас на пропагандистскую машину реакционные круги США возлагают особые надежды. Именно сейчас хорошо разработанная система пропаганды должна, по их мнению, убедить американца, что «кризиса идей» не существует, что «конфликта с веком» можно избежать и т. д.

Правда, теперь уже несравненно сложнее выдавать черное за белое. И пропагандистская машина перестраивается на ходу. Раз нельзя о чем-либо умолчать, то можно преподнести под надлежащим соусом.

Механизм дезинформации продолжает действовать вовсю. Радио, телевидение, печать, кино, школа, церковь льют воду на мельницу грязного бизнеса дезинформации.

В одной из передач «Голоса Америки», без устали экспортирующего американский пропагандистский товар за рубеж, диктор, стараясь четко выговаривать русские слова, вещал в эфир, что, мол, даже в Соединенных Штатах (не говоря уже о Европе или Азии) не все понимают, что такое американское телевидение. Диктор признал, что в Америке есть люди, питающие отвращение к «тиви» (как любят называть за океаном телевидение), но тут же он поспешил заверить слушателей в том, что критически настроенных американцев очень немного и они против «тиви» только потому, что у них самих пока еще нет телевизоров. Что же касается американской нации в целом, то без телевизора она как рыба без воды, а само телевидение заслуживает самой высокой оценки.

После такого вступления радиослушатель узнал, сколько в США телевизоров, сколько программ может смотреть американец и сколько часов в сутки он может не отрываться от экрана своего телевизора. Цифры были внушительными, и мы далеки от какой бы то ни было недооценки высокой техники телевидения в Соединенных Штатах Америки.

Но, взявшись за обзор американского телевидения, автор передачи сделал все, чтобы сбить слушателя с толку. Для вящей убедительности была дана раскладка телепередач за сутки. Диктор пытался убедить все и вся в том, что программа отвечает вкусам и запросам любой аудитории. С утра — религиозная передача и последние новости, затем передача для детей (забавные мультипликационные фильмы). Когда ребятки уходят в школу, а их папы — на работу, телестудии в поте

лица работают на домашних хозяек. Для тех, кто дома, даются советы, как и из чего приготовить мужу вкусный ужин. Разумеется, дается совет, где и что можно купить недорого и быстро и так далее в том же духе.

С 6 часов вечера телестудии работают на широкую аудиторию. Здесь большой выбор ковбойских и приключенческих фильмов, комедий и музыкальных шоу. Правда, признал диктор, в приключенческих, как и в ковбойских, фильмах преобладает так называемая «криминальная драма», а комедии подчас пошловаты, но ведь они демонстрируются не по всем 6 каналам в Вашингтоне или 12 — в Нью-Йорке и воля телезрителя — крутить переключатель программ в какую сторону ему заблагорассудится. Ну, а если ни одна из передач его не интересует, он может выключить телевизор и послушать радио.

Диктор сыпал цифрами и примерами, на все лады восхваляя американское «тиви». Но, чем больше он говорил, тем менее убедительным казалось его выступление, особенно для тех, кто пытался, хотя бы на основе выступлений американской печати, разобраться в этом вопросе.

Будучи в США и не надеясь на достоверность данных Института Гэллапа, я провел свою собственную «анкету». Из 650 опрошенных взрослых американцев (причем только трое не имели телевизоров) 465 (или свыше 70%) отрицательно отзывались о телевизионных программах.

Говоря о мнении ряда американцев относительно телевидения, я не могу не вспомнить один любопытный случай. Как-то нас пригласил к себе домой глава одной довольно видной фирмы. Жизненный стандарт его был, конечно, выше среднего уровня. Мы обратили внимание на комфортабельную квартиру, довольно дорогой автомобиль, громадную библиотеку; как мы узнали, трое его детей учились в университете, а это могут позволить себе далеко не многие американцы. И вот в этом доме, где, казалось бы, есть все, не было... телевизора.

Меня это заинтересовало даже больше, чем цифра годового дохода хозяина дома, заработная плата среднего рабочего его фирмы и особенности системы социального страхования. Ведь приходилось видеть в Аме-

рике богатые дома. в которых по два-три телевизора: один — в гостиной, другой — на кухне, третий — в детской.

Выбрав удобный момент, я задал свой вопрос жене директора фирмы. Вопрос услышал хозяин дома и принял участие в беседе.

Да, у них нет телевизора. И это не оригинальничанье, не ханжество. Он и жена не отрицают роль «тиви» в современном обществе, тем более сейчас, когда, хотя и телезрители того или не хотят, «тиви» столь сильно воздействует на умы и души людей. Но...

«Господа,— перебив мужа, воскликнула наша собеседница,— когда с утра до вечера я вижу одно и то же: одних и тех же убийц, одни и те же жертвы, одни и те же женские ноги и детей, поющих одни и те же рекламные песенки,— это выше моих сил! Не так ли, Джек? Вот почему у нас нет «тиви»».

Нам несвольно вспомнились слова диктора «Голоса Америки», утверждавшего, что американцы без «тиви» как рыба без воды...

Можно было бы составить объемистую книгу из высказываний американцев, в которых нет и намек на восторги по поводу телевидения. Авторы их не критикуют систему американского «тиви», не ищут корни его пороков и не предлагают средств и способов его улучшения. Нет, они просто высказывают свое отношение к американскому «голубому экрану», и только.

Вот некоторые из таких высказываний. «Я хотел бы начать с того,— говорит Артур Шлезингер, профессор Гарвардского университета,— что десять лет назад я ждал рождения «тиви» с большим желанием. Я тут же приобрел телевизор и довольно много проводил за ним времени. Я тогда не разделял чувства разочарования, быстро овладевшего моими друзьями. Даже сейчас я иногда смотрю телевизор. Но я не могу погасить в себе чувства разочарования. В основном «тиви» — отрав».

Эрик Севарейд в статье «Громада конфетной горы», опубликованной в одном из номеров «Телевижи-гайд», сравнивал американское телевидение с конфетной горой, на которую американцы никогда не взойдут. Он разъяснял свою мысль следующим образом: «Так называемых образовательных и культурных программ

немного, и не многие их могут видеть. Никто не должен питать иллюзий в отношении «тиви». Оно никогда не будет являться средством культуры и образования».

Видный американский публицист более категорично высказал свое отношение к телевидению: «Я почти готов отдать мой телевизор тому, кто захочет забрать его у меня. Правда, у меня побольше выдержки, чем у того темпераментного ньюйоркца, о котором недавно писали в газетах. Доведенный до белого каления, он швырнул в экран своего телевизора бутылку пива. Я не последую его примеру, ибо телевизор обошелся в полтораста долларов и, кроме того, жалко пива... Но мое терпение тоже подходит к концу».

Не случайно некоторые американцы, имея в виду содержание и интеллектуальный уровень большинства передач по «тиви», называют его «фонарем для идиотов».

Президент крупнейшей телевизионной компании CBS Стантон признал как-то, что «телевизионные программы очень часто апеллируют к наименьшему общему знаменателю — развлекательности». Разумеется, президент CBS не обмолвился и словом о том, какие выводы из этого собирается сделать компания. Почему? Это станет понятно, если учесть, что курс «тиви» диктуется не CBS, или NBC, или другой компанией, а совсем другими, весьма могущественными силами.

Наряду с радио, кинематографом, прессой, школой телевидение входит в «промышленность промывания мозгов», в тщательно разработанную и хорошо отрегулированную систему дезинформирования общественного мнения. Причем телевидению в этой системе отводится далеко не последнее место. Это и понятно. «Тиви» прочно вошло в быт рядового американца, оно притягивает щупальцами-присосками к «голубому экрану», диктует взгляды и вкусы.

Телевидение успешно конкурирует с кино, не говоря уже о театре, да это и понятно: не каждый может себе позволить часто ходить в кино при стоимости билетов 2—2,5 доллара. С другой стороны, «тиви» очень оперативно, и телезритель видит на экране события сегодняшнего дня, жизнь за рубежом.

«Так это же хорошо! — воскликнет мой читатель. — Дай бог и нам такого побольше».

Конечно, хорошо! Спору нет, «тиви» в Америке работает оперативно, успешно конкурируя с газетами и радио. Плохо, однако, то, что телезрителю преподносится препарированная хроника, тщательно отобранные кадры, которые в целом не дают сколько-нибудь правильного и полного представления о событиях в США и других государствах. А если телевидение и вынуждено показать события, явно не льющие воду на мельницу дезинформации, то к ним подбирается соответствующий комментарий, призванный не разъяснить, а напустить туману, сбить с толку.

События в Гарлеме осенью 1964 года всколыхнули не только Америку, но и весь мир. Не было ни одного американца, оставшегося безучастным к этим событиям. По-разному подходили американцы к побоищу на окраине Нью-Йорка. По-разному толковала, освещала их и американская пресса, в той или иной мере упоминая, однако, о причинах небывалого размаха борьбы негров против расовой дискриминации. Но мне пришлось видеть передачу по телевизору, в которой комментатор, не моргнув глазом, свалил все на... «коммунистический заговор».

А потом замелькали на «голубом экране» американские советники, инструкторы, офицеры американских ВВС, состоящие на службе марионеточного режима в Южном Вьетнаме, где растет и ширится патриотическое освободительное движение. И что же, комментатор и в этом случае стал твердить о «происках» Советского Союза и т. д.

■

...В один из субботних вечеров я встретился на выставке с корреспондентом одной из крупнейших телевизионных компаний — CBS. Корреспондент был безусловно не коммунист и даже не «розовый», а просто хороший парень с невывихнутыми мозгами. Он готовил передачу о нашей выставке, и я предложил ему «эксплуатировать» себя, как он сочтет нужным. Затем я высказал пожелание познакомиться поближе с американским «тиви». «Сделка» была заключена в кафе-терии и закреплена двумя «хот догз» (дословно —

горячая собака) — сандвичами из сайки и сосиски — и бутылочками прохладительного «севи ап».

На следующий день мне была предоставлена возможность познакомиться с работой телестудии и побеседовать о системе телевидения в США. Эти сведения помогли дальнейшему ознакомлению с американским телевидением, определению его удельного веса в прессе * США, его роли в системе информации.

Печать, радио и телевидение в США имеют общее идеологическое руководство, единые источники информации. Как средство массового общения телевидение в США стало особенно быстро развиваться после второй мировой войны. Если к концу 1946 года в США насчитывалось девять телевизионных станций, а количество телевизоров составляло около десятка тысяч, то к 1960 году в стране имелось 580 крупных телевизионных станций, а количество телевизоров, производимых ежегодно, превысило 6 миллионов штук.

Все телевизионные станции входят в три радиотелевизионные системы: «Коламбия бродкастинг систем» (CBS), «Нэйшнл бродкастинг» (NBC) и «Американ бродкастинг» (ABC).

Если к 580 телевизионным станциям мы прибавим и широкоэвещательные радиостанции, то число передающих точек составит довольно внушительную цифру — 4500. Телевизионные и широкоэвещательные станции работают почти круглые сутки, то есть американец имеет возможность смотреть и слушать около 80 тысяч часов радио- и телепередач в сутки.

Чем же насыщают досуг американского телезрителя сотни крупных и мелких телевизионных станций, многие из которых работают без перерыва с 5.45 утра до 4 часов ночи? Что видит он изо дня в день на «голубом экране»?

Около 75% телевизионных программ состоят из фильмов, инсценровок, музыкальных шоу, обильно насыщенных рекламными заставками, очень часто музыкального или развлекательного характера. Остальные 25% времени отводятся информации, последним известиям, комментариям, которые также приправ-

* Под прессой в США понимают не только печать, но и радио, и телевидение.

лены рекламой. Демонстрируется ли фильм, идет ли передача из театра или со стадиона, через каждые 15—20 минут дается реклама какого-либо средства от головной боли, консервированных продуктов, сверхпрочных чулок (на них, любезно извещает диктор, может повеситься в тюремной камере арестантка весом свыше 250 фунтов). Шпигуется рекламой и речь государственного деятеля, и выступление любимца американской публики — комика Стива Аллена.

Подсчитано, что каждый американец видит по телевидению свыше 600 реклам в день. Не много ли? — может сказать читатель. Да, многовато.

Но дело в том, что американское телевидение существует только за счет фирм, оплачивающих время телепередачи. А, как говорят, кто платит музыкантам, тот и заказывает музыку.

В Соединенных Штатах — 273 ведущие фирмы-рекламодателя, бросающие на алтарь «тиви» 1 900 000 000 долларов в год. 50 крупнейших фирм тратят на телерекламы более 1 250 000 000 долларов. Так, например, вклад «Дженерал моторс» составляет 107 600 000 долларов, «Дженерал фудз» — 66 700 000, «Форд моторс» — 57 400 000, а «Колгейт-Пэлмолайв» — 53 600 000. Фирмы-рекламодатели возвращают вложенный капитал сторицей. Не в ущерб и телевидение. Только в 1959 году телепромышленность США получила общую прибыль 222 300 000 долларов (в то время как прибыль крупнейшей американской фирмы «Дженерал моторс» составила 800 000 000 долларов).

Фирма, которая оплачивает время, по своему усмотрению составляет программу передачи, а так как цель фирмы — вернуть вложенный капитал и вопросы информации зрителей интересуют ее менее всего, то программа составляется соответствующим образом. Главное — привлечь внимание, а для этого, уверена фирма, все средства хороши.

Газета «Чикаго сан таймс» опубликовала как-то статью редактора «Харперс мэгезин», в которой автор, выступая против засилья рекламодателей в телевидении, назвал действия монополий политикой удушения телевидения, так как их единственной целью является максимальная прибыль. Фирмы обвинялись в том, что реклама сопровождается низкопробными фильмами о

ковбоях и гангстерах, фильмами, воспитывающими низменные инстинкты, развращающими вкус. (Правда, директор рекламного отдела фирмы «Армстронг Корк» Макс Бапхов возражал: «Вы удивляетесь, почему мы покупаем такие фильмы. А из чего нам выбирать?»)

Фрэнсис Мак Гехи в журнале «Адвертайзинг эйдж» пишет: «Наша основная проблема — не зритель, не политика, а взаимоотношения с некоторыми представителями большого бизнеса. Это они, в сущности, покупают право на рекламу и подписывают чеки. *Они развращают и простигуируют телевидение* (курсив мой.— Ю. В.). Они лишены этики и порядочности. Мы же козлы отпущения для критики. Если бы наши боссы захотели очистить рекламу от грязи, они сделали бы это за один вечер». Но боссы совсем не заинтересованы в этом, скорее наоборот.

Коррупция в телевидении ярко проявилась в ходе нашумевшего скандала с квиз-шоу (телепредставление с ответами на вопросы).

Вот как описывал его журнал «Верайэти». В декабре 1956 года хористка «Лас Вегас» миссис Дейл Люж, участница телевикторины на астрономические темы, подала жалобу в федеральный окружной суд штата Нью-Йорк на постановщика этой викторины «Биг сэпрайз». Миссис Люж была исключена из состава участников викторины после того, как она не смогла ответить на один из вопросов. Обиженная хористка утверждала, что на «репетиции» ей дали для подготовки все вопросы, кроме заданного. Она потребовала возмещения убытков и права участвовать в викторине. Никто из теледельцов не хотел выносить сора из избы. В ход были пущены мощные средства. Журнал «Тайм» выступил с категорическим утверждением, что квиз-шоу заранее не репетируются, но режиссеры контролируют (?) исход состязания. В том же духе высказались журнал «Лук» и ведущая американская газета «Нью-Йорк таймс». Слухи о фальсификации шоу были объявлены «просто смешными», и все пошло своим чередом. Телезрители продолжали с умилением смотреть передачи о «самых находчивых и эрудированных», а те получали тысячи

долларов за вечер за свою «эрудицию». Все были довольны. Особенно телевизионные компании и фирмы, наживавшие на этих передачах миллионы долларов.

Но вот 16 августа 1958 года две фирмы — «Колгейт Пэлмолайв» и «Пиит корпорейши» ни с того ни с сего объявили о прекращении программы «Дотто», не указав причины. А причина была довольно веской. Безработный актер Хилгеймер-младший, который должен был выступать дублером в квиз-шоу «Дотто», нашел на полу в студии записную книжку одной из участниц шоу. В то время как владелец книжки соревновался со своим противником в интеллекте, Хилгеймер, перелистывая книжку, обнаружил в ней ответы на все вопросы квиз-шоу. (Напомним, что за правильный ответ победивший получает 4 тысячи долларов в 90-минутной программе.)

Хилгеймер-младший поделился секретом с побежденной, которая, действуя с американской решительностью и паходчивостью, шантажировала продюсера программы и потребовала от него 4 тысячи наличными. Хилгеймеру, чтобы он держал язык за зубами, подбросили 1500 долларов. Однако о «репетиции» «Дотто» стало известно. В ход снова была пущена пресса. «Нью-Йорк таймс» пыталась успокоить общественное мнение, опубликовав на первых полосах газеты интервью со звездами квиз-шоу, вроде Чарльза Ван Доррена и Ханка Блумдардена. Звезды, естественно, с возмущением отрицали возможность фальсификации шоу.

Громом среди белого дня прозвучала статья Герберта Стемпела в гезете «Уорлд телеграф энд Сан». Стемпел был известен как звезда квиз-шоу, получившего название «21». За восемь недель он положил в карман круглую сумму в размере 49 тысяч долларов. Но вот в одном из очередных шоу Стемпел потерпел поражение. На небосклон взошла новая звезда — Чарльз Ван Доррен. Тот самый Ван Доррен, который дал интервью корреспонденту «Нью-Йорк таймс».

Стемпел, хорошо знавший кухню «21», сообщил прессе, что его поражение было запланировано продюсерами шоу Барри и Энрайтот. Он сам в свое время получал от продюсера ответы на вопросы в квиз-шоу.

Разразился скандал.

Положением дел на телевидении вынужден был заинтересоваться конгресс. Началось следствие. Были заслушаны 200 свидетелей, и некоторые из них подтверждали махинации продюсеров. Ван Доррен уводил следствие в сторону, а Барри и Энрайт просто отказались давать показания. Дело было на время замято.

6 октября 1959 года дело о фальсификации квизов вновь попало на страницы газет и журналов. Герберт Стемпел решил не только объявить о существовании фальсификации, но и рассказать, как проводится подготовка к шоу.

А было это так. После того как Стемпел был отобран для участия в квиз-шоу, к нему приехал продюсер Энрайт. Вынув карточки с вопросами викторины, продюсер стал задавать Стемпелу вопросы, и если тот затруднялся ответить, продюсер подсказывал. После пробного прогона всех вопросов Энрайт спросил Стемпела, хотел ли бы он заработать 25 тысяч долларов. Скромно потупившись, будущая звезда ответила утвердительно.

При следующей встрече отрабатывалась система вопросов и ответов, манера держаться перед телекамерой, не были забыты и советы, как показать зрителям волнение, где повысить голос, а где перейти на шепот.

Дебют прошел успешно. Начались «золотые денечки». Но вот Энрайт заявил Стемпелу, что его физиономия примелькалась телезрителю и что он должен уступить пальму первенства новой звезде. Такого оборота дела Стемпел не ожидал, но что было делать? А американцы увидели на экране телевизоров нового «чудо-эрудита».

Им оказался Ван Доррен — преподаватель музыки Колумбийского университета, выпускник Кэмбриджа, автор четырех монографий, сын порядочных родителей. Отец любимца телезрителей обоих побережий США — писатель, мать — новеллистка. Перспектива стать миллионером не очень привлекала Ван Доррена, но гонорар в 20 тысяч долларов, предложенный продюсером Фридманом, усыпил его совесть: шутка ли отхватить без труда и забот четырехлетний заработок квалифицированного рабочего «Дженерал моторс»!

Зачем было Фридману бросать такие деньги на

какое-то телеразвлечение? Оказывается, для этого имелись веские причины.

Квиз-шоу «21» субсидировался фирмой «Джеритол». Доходы фирмы от продажи средства, предотвращающего «усталость крови», рекламируемого во время этого шоу, возросли на 25%. Фирма, отнюдь не страдая от «усталости крови», с лихвой вернула 4 013 165 долларов, внесенных на счет NBC.

Квиз-шоу «64 000 квесчен» финансировала фирма «Ревлон». Ранее чистая прибыль фирмы составляла 1 200 000 в год, а после интенсивной рекламы в ходе квизов — 7 680 000.

В комиссии конгресса по расследованию махинаций в телевидении заправила NBC пытались уйти в тень, свалив всю вину на продюсеров. Президент корпорации Роберт Киптер и вице-президент Томас Ирвинг начисто отрицали причастность NBC к телешельмовству, заявив, что они были «безжалостно обмануты мистером Энрайтом». Мистеру Энрайту на комиссии конгресса терять было нечего, и он выдал всю организацию шоу с головой.

21 октября 1959 года тогдашний президент Эйзенхауэр был вынужден выступить на пресс-конференции и заявить, что он считает скандал в телевидении опасностью для престижа США, и дал указание генеральному прокурору вникнуть в суть дела. Эйзенхауэр обратился к корреспондентам с наивным вопросом о том, что «он хотел бы знать, почему так много рекламы в телевидении».

Генеральный прокурор, получив указание президента, стал искать причину скандала и «нашел» ее в... проникновении коммунистов. В «Нью-Йорк таймс» от 26 июня 1960 года так и говорится, что ФБР и Эдгар Гувер, как руководитель организации по наведению порядка в мыслях американцев, заявили, что вина за телевизионный скандал во многом ложится на русских коммунистов. Видите, как все просто и ясно! И никакой тебе коррупции, никакого грязного бизнеса!

«Открытие» ФБР было столь нелепо, что вряд ли нашлись в Америке простаки, поверившие ему. Скандал на «твиви» был охарактеризован мыслящими людьми как деградация не только американской культуры и искусства, но и морали. Президент университета

Детройта Дж. Стейнер заявил, что скандал на телевидении «является симптомом национального морального гниения». Профессор Нью-Йоркского университета в одном из номеров «Паблик опинион куотерли» высказал мысль, что «американское телевидение является моральными джунглями». Все дело в том, заявил профессор, что движущей силой «тиви» является «стремление к наживе без конца за счет интеллектуализма и чести».

Газета «Чикаго сан таймс» высказала здравую мысль о том, что «само американское телевидение является скандалом. Моральное падение Чарльза Ван Доррена и ему подобных ничто по сравнению с моральным банкротством самого «тиви»».

В ноябре 1959 года Институт Гэллага провел анкету по фальсификации квиз-шоу. 92% телезрителей знали о махинациях на телевидении, но на вопрос, хотят ли они видеть фальсифицированные шоу, 39,9% все же ответили «да».

Четырем американцам из десяти было безразлично, обманывают их или нет! Ну как тут не вспомнить о «фонаре для идиотов»?!

Когда мы беседовали с думающими американцами по поводу приводимых выше цифр, они удивлялись нашему вопросу. «Можно подумать, что вы с луны свалились. Полгода в Америке, а никак не можете понять, что «тиви» делает свое дело отменно...»

А находились и такие, кто по тем или иным причинам оправдывал моральную деградацию «тиви».

В журнале «Лук» за март 1960 года можно было встретить такое откровение. «Кто я такой,— вопрошал поклонник квиз-шоу,— чтобы сказать: это хорошо, а это — плохо?» Другой защитник «тиви» утверждал, что «мораль большинством людей понимается как туманный код, с которым надо ознакомиться, но которого не следует придерживаться».

Немало бизнесменов возмущалось реакцией на телевизионный скандал со стороны американцев, не поддавшихся «тивиобработке». Из-за чего-де разгорелся сыр-бор? Ну, шельмовали, плутовали, вводили доверчивого американца в заблуждение. Что, только «тиви» так поступает? Если это позволительно кино, прессе, официальным органам, почему не может делать

то же самое «тиви»? Телевидение обвиняют в фальсификации шоу. А кто оплачивает время? Кто рекламирует залежалые товары и лекарства, которые никому и ни от чего не помогают? Кто демонстрирует ковбойскую кинострляпню? Куда смотрит зритель-покупатель? Почему не поднимает скандал? Вот так-то!

Скандал на американском телевидении наглядно показал сущность этого важнейшего агрегата пропагандистской машины США.

Телевидение находится в полной зависимости от крупнейших фирм, которые покупают не только время, но и сами программы. Рекламодатели, по существу, определяют, какой должна быть программа, что должно передаваться.

Но это одна сторона дела. Подавляющее большинство передач, включая коммерческие заставки, несут «идеологическую нагрузку». Монополии используют «тиви» отнюдь не только для того, чтобы рекламировать сигареты и автомобили.

Мне вспоминается предвыборная кампания 1964 года. «Для того чтобы Голдуотер появился на экранах телевизоров, требуется 125 тысяч долларов», — писала в те дни «Цинциннати пост». И доллары появлялись из бездонного кармана большого бизнеса, щедро субсидировавшего кампанию. «Мы не бросали деньги на ветер», — заявил представителям NBC национальный председатель республиканской партии Дин Бэрч и добавил, что «тиви» — дорогостоящее, но эффективное средство пропаганды и они (республиканцы) будут и впредь его широко использовать в политической борьбе. Вскоре заправила республиканского партийного аппарата закупили у NBC более продолжительное время для очередного предвыборного шоу республиканского кандидата.

На этот раз Голдуотер решил выехать «на натуру». Было организовано шоу из ранчо Эйзенхауэра.

Телекамера показала ранчо престарелого экс-президента в ранний утренний час, а телекомментатор рисовал пасторальную картину: «Утренний туман белой пеленой окутывает долину. Воздух наполнен запахом опавших листьев...» Но вот в кадре появляются Гол-

дуотер и Эйзенхауэр. Они стоят по разные стороны ограды ранчо. Затем Эйзенхауэр молча переходит на сторону Голдуотера, что должно, по замыслу режиссера передачи, соответствовать политической ориентировке бывшего президента. Оба республиканца молча идут по узкой дорожке ранчо. Телеинициатива — в руках сенатора. Говорил Голдуотер, а Эйзенхауэр молча соглашался с доводами и выводами кандидата в президенты и вместо ответа утвердительно кивал головой. Передача из ранчо стоила республиканской партии 150 тысяч долларов.

Во время предвыборной кампании было использовано не только официально отведенное время для выступлений кандидатов от обеих партий, а также политических комментаторов и прочих официальных и неофициальных лиц, задача которых состояла в том, чтобы выставить своих протеже в наивыгоднейшем свете. В ход были пущены даже рекламно-коммерческие заставки.

Острейшее соперничество между различными монополистическими группировками, располагающими мощными финансовыми и пропагандистскими рычагами воздействия на массы избирателей, порождало поистине невиданные для Америки явления. Находило это свое отражение и в телепередачах.

В самый разгар предвыборной кампании в США мне довелось видеть одну из совершенно необычных передач. Надо сказать, что это был, пожалуй, единственный раз, когда я смотрел «тиви» с удовольствием, хотя печать, радио и даже церковь обрушились на авторов телепередачи и демократическую партию за... «нарушение честной игры и хорошего вкуса». Как же была нарушена «честная игра», в чем выразился «плохой вкус» авторов передачи?

Дело было так. 7 сентября 1964 года телезрители смотрели обычную программу NBC. Каково же было их удивление, когда на экране во время передачи очередной порции рекламы они увидели не нимфу, рекламирующую пасту для бритья, а маленькую девочку, отрывающую лепестки маргаритки, считая: «Раз, два, три...» С оторванным десятым лепестком раздался взрыв атомной бомбы, вверх взметнулось чудовищное грибовидное облако, а вслед за этим зрители услышали

голос президента Джонсона. Президент обвинял Голдуотера в стремлении толкнуть страну в пучину термоядерной катастрофы. После этого телекомментатор призвал избирателей 3 ноября отдать свои голоса за Джонсона.

Несколько дней спустя на экранах телевизоров снова появилась девочка, но на этот раз с мороженым. Телезрители ждали очередной рекламы с веселой песенкой о том, как оно вкусно и полезно, какие витамины содержит и сколько их в процентах и граммах в одной порции и т. д., но слышали американские дети и их папы и мамы совсем другое. Голос за экраном предостерег девочку, чтобы она не ела мороженое, и пояснил испуганным родителям, что мороженое заражено губительными радиоактивными веществами, ибо Голдуотер добился продолжения испытаний ядерного оружия...

Лидер демократов победил на выборах под лозунгом мира. Кто из избирателей, отдавших ему свои голоса, мог предполагать, что спустя короткое время новый президент, пойдя на опасное расширение военной интервенции США в Южном Вьетнаме, предаст забвению свои предвыборные обещания.

Возвращаясь к описанной мною передаче, необходимо все же отметить, что в напряженной обстановке предвыборной кампании эта телепередача объективно послужила делу борьбы против сил крайней реакции и войны.

Но, как правило, американское телевидение отвлекает зрителя от острых, волнующих проблем или попросту вводит его в заблуждение. Вот один из примеров того, как это делается. Одна из крупнейших телевизионных компаний, ABC, регулярно включает в свою программу так называемые «общеобразовательные» передачи. Задачи их, как декларирует ABC, — расширить кругозор американцев, популярно, наглядно и живо информировать всех, кто интересуется политикой, наукой, искусством. Казалось бы, трудно пайти более благородную цель. Однако на самом деле задачей «общеобразовательных» передач является дезинформация телезрителей.

Частыми гостями ABC в таких передачах являются представители госдепартамента, Пентагона, корреспонденты наиболее реакционных газет, лидеры реак-

ционных организаций, таких, например, как «Американский легион». И американцы то и дело слышат то истерический призыв сбросить атомную бомбу на «красных» в Азии, то настоятельный совет приобретать атомные убежища или участвовать в их создании. Именно с таким советом выступил однажды помощник министра обороны Стюарт Питман. Генерал-делегат работал на двух хозяев: фирму-подрядчика по строительству персональных, групповых, общественных убежищ и Пентагон. Разумеется, помощник министра и не заикнулся, скажем, о таких вещах, как единодушная поддержка большинством государств Московского договора о запрещении испытаний атомного оружия в трех средах.

Героем «фонаря для идиотов» сравнительно недавно оказался гангстер Валачи. Джозеф Валачи отбывал очередной срок в тюрьме города Атланта. 60-летний гангстер решил попросить у властей защиты от «босса боссов» подпольного мира Вито Дженовизе, который «предсказал» ему преждевременную смерть.

Валачи обещал правосудию вскрыть сложную, но безотказно действующую систему уголовной империи, назвать ее главарей. В течение нескольких недель Валачи появлялся в Вашингтоне в сенатской подкомиссии. Допрос, вернее, «криминальное шоу» из столицы США передавался по телевидению.

Телезрители видели зал, в котором заседала подкомиссия, многочисленных агентов ФБР, заполнивших первые 10—12 рядов, окруживших здание, занявших крыши соседних домов. (Охранялся гангстер, как видите, лучше, чем покойный президент.)

Итак, Валачи, герой дня, рассказывает почтенным сенаторам, а заодно и телезрителям об убийствах, о делах синдиката гангстеров «Коса Ностра» и «боссе боссов» Вито Дженовизе, доход которого составляет столько, что если «начать подсчитывать, то сломается любая счетно-вычислительная машина».

Допрашивающие фамильярно называют матерого преступника «Джо», с паивностью школьников спрашивают его о типах револьверов, находящихся на вооружении банд, о калибре оружия. И Валачи не скрывает этих сведений...

Впрочем, если телезрителю надоест слушать о по-

хождениях Джо, он может повернуть ручку переключателя программ и увидеть на экране супругу Нго Дин-Дьема — кровавой американской марионетки в Сайгоне, свергнутой народом, — мадам Нго Дин-Нью. Одетая в экзотический восточный наряд, Нью рассказывает басни о том, кто и как отстаивает «демократию» в Южном Вьетнаме от «посягательств коммунистов». И конечно, описывая массовые убийства в Сайгоне, акты самосожжения буддийских монахов, зверства южновьетнамской полиции, мадам Нью сделает все, чтобы не сказать американскому телезрителю об истинных виновниках трагедии, разыгравшейся в стране.

В одной из «общеобразовательных» передач ABC выступил председатель пресловутого «международного комитета спасения» Ван ден Хейвел, распинавшийся о священной миссии США в оказании помощи «порабощенным» странам. Разумеется, мистер Хейвел обошел молчанием источник субсидий деятельности его комитета, то, как обслуживает и как используется комитетом и некоторыми другими секретными организациями контрреволюционный сброд всех мастей, нашедший приют в США, и какой монетой платят эти подонки своим покровителям.

Выступления Хейвела прерывались, разумеется, рекламой, как и любая детективная передача или фильм-стриптиз. Но реклама была особого рода. ABC рекламировала не средство от зубной боли или запора, а беззаботную и развеселую жизнь американского солдата в корпусе морской пехоты. Пентагон, закупивший время телепередачи, призывал молодежь вступать в вооруженные силы.

Об одном из шедевров «свободной информации» по «тиви» можно судить по одному нашумевшему в США фильму, о котором рассказал У. Ледерер в своей книге «Нация баранов».

Несколько лет назад два американских фоторепортера решили создать фильм-очерк о положении в странах Юго-Восточной Азии. Разумеется, они не задавались целью показать американскому налогоплательщику провалы американской внешней политики в этой части планеты или показать ему, куда идут миллионы долларов, бросаемых на ветер государственным департаментом и Пентагоном.

Фильм, отснятый в джунглях Вьетнама, охваченных войной, производил впечатление. Американцы верили в то, что они увидели на экране.

Первые кадры фильма открывали дверь хижин «вождя одного из племен», у которого авторы фильма брали интервью. Американцы спрашивали вождя о видах на урожай. Переводчик бойко переводил вопрос на вьетнамский язык. Вождь поднимал глаза вверх, а затем медленно отвечал. «Он говорит, — почти синхронно переводил переводчик поющую вьетнамскую речь, — что виды на урожай его не радуют и вызывают недовольство народа». Фоторепортеры, разделяя заботы и тревоги вождя, опускали очи долу. Затем следовал очередной вопрос. Вождя спрашивали об отношении населения к войне. И вождь покачивал головой, задумывался и отвечал медленно, как бы взвешивая сказанное. Но — удивительное дело! — отвечал он так, как будто за полчаса до интервью прочел последний номер «Дейли ньюс».

...Как-то случилось одному вьетнамцу, находившемуся в США, посмотреть этот фильм. Во время демонстрации он был явно возбужден. Все ждали с нетерпением конца фильма и оценки гостем работы его авторов.

Однако, когда зажегся свет, гость из Вьетнама сказал совсем не то, что от него ожидали: «Все это не более чем инсценировка...»

Оказывается, переводчик ни разу не перевел на английский то, что действительно говорил вождь. Во многих случаях он говорил обратное тому, что слышал. Кроме того, в самом начале интервью переводчик предупредил вождя по-вьетнамски: «А сейчас, — сказал он. — делай так, старикан, как я скажу, а не то влипнешь в неприятность. Слушай. Как только я начну говорить, ты должен посмотреть в потолок, покрутить головой и медленно сосчитать до десяти. Я надеюсь, что ты сумеешь сосчитать пальцы у себя на руках». А после этого переводчик говорил то, что хотел.

Не правда ли, впечатляющая техника получения «достоверной информации»?!

Во многих фильмах, мелькающих на экранах телевидения и кино, превозносятся действия ФБР, Си-Ай-Си. Герои таких фильмов, субсидируемых Пентагоном,

ЦРУ, Си-Ай-Си, день и ночь выслеживают «агентов Москвы», проводят диверсионные акты в коммунистических странах, убивают, жгут, взрывают.

Журнал «Верайтн» не без основания отмечал, что в американские фильмы (в том числе и телевизионные) все глубже проникает военная тематика. Милитаристская кинопродукция, как правило, производится и выпускается не без участия и содействия министерства обороны. Цель? Журнал пишет и об этом. «Пентагон хочет, чтобы война воспринималась как естественное явление жизни. Он считает, что, если американцы привыкнут к показываемым на экране зрелищам массовых убийств, они более спокойно будут воспринимать реальную неизбежность этого».

Приблизительно так же высказался и журнал «Фильм сайенс»: «Фильмы, начиненные убийствами и садизмом, как нельзя лучше отвечают интересам Пентагона, государственного департамента, военных промышленников, которые получают огромные барыши благодаря все увеличивающимся ассигнованиям на нужды обороны. Телепередачи готовят американцев к совершению самых жестоких убийств, напалмовым бомбардировкам и к бесчеловечной атомной войне».

Постоянная демонстрация отвратительных актов садизма и убийств не может не сделать зрителей — а их миллионы — нечувствительными к жестокостям и кровавым преступлениям в обыденной жизни».

Подобные мысли можно встретить и на страницах либеральных газет, журналов, в выступлениях прогрессивных деятелей культуры и науки США.

Понимают ли все это организаторы садистских передач? Да, бесспорно. Редактор отдела радио и телевидения Суэн Коллин без обиняков высказал как-то предположение о том, что «не следует забывать, что каждая телепрограмма, повествующая о тех или иных преступлениях, имеет свои хорошие стороны». «Очень полезно, — рассуждает Коллин, — знакомить молодых людей с теми явлениями жизни, с которыми им предстоит столкнуться, когда они станут взрослыми. Ведь позднее, узнав о каком-нибудь преступлении, они примут его слишком близко к сердцу, если не будут подготовлены к этому с детства».

Мистер Коллин не дает развернутую классификацию возможных преступлений, с которыми может столкнуться в жизни американец. А следовало бы. Ведь речь, по логике вещей, должна идти не только об уголовных преступлениях или «мокрых» делах, захлестнувших Америку, но и о преступлениях большего масштаба, преступлениях американских монополий, Пентагона. Об этом Коллин предпочитает умалчивать. Впрочем, он добавляет: «...А если еще учесть то обстоятельство, что им неизбежно (!) предстоит воевать, то не лучше ли будет для них иметь хоть некоторое представление о том, что их ждет».

Таким образом, как бы само собой подразумевается следующее: задача прессы, и в частности телевидения, состоит не в том, чтобы правильно информировать американцев о происходящем в их стране и на всей планете, не в том, чтобы подготовить молодежь к вступлению в жизнь, рассказав о трудностях, с которыми им придется столкнуться, и о необходимости их преодолеть, оставаясь человеком, а внушить мысль о преступлении как об обыденном, нормальном явлении, воспитать в милитаристском духе.

Характерно, что выступления, подобные вышеприведенному, отражают не только мнение отдельных лиц. В докладе Национальной ассоциации работников радио и телевидения говорилось: «Задачи, стоящие перед нами в области воспитания молодого поколения, требуют прививать детям чувство правильного восприятия реального мира. Убийства и сексуальные проблемы как раз и есть составная часть того реального мира, с которым им так или иначе придется столкнуться. Верное представление об этом реальном мире поможет ребенку правильно ориентироваться в окружающей среде».

И телевизионные компании из кожи лезут вон, чтобы осуществить эту задачу, тем более что она помогает отвлечь американцев от острейших социальных проблем в области борьбы с нищетой и безработицей, улучшения социального обеспечения, обновления системы образования и т. д. Когда американцу 22 часа в сутки, хочет он того или нет, показывают душераздирающие сцены со стрельбой, ужасами, пытками перемежку с сексом, то думать о больных вопросах телезрителю попросту не остается времени.

Так развлекательство смыкается с оглушением людей, дезинформацией.

Да, развлекать американское «тиви» умеет! Телевизионные компании и те, кто стоят за ними, считают лучшим средством этого так называемую «криминальную драму», начиненную сценами убийств, насилий и секса. «Криминальная драма» и «вестернз» — ковбойские фильмы — господствуют в телевизионной программе, им отводится 60% времени всех телепередач. За неделю в среднем показывается по 280 «криминальных драм» и более 80 ковбойских фильмов. Особенно страдают от этих передач дети.

Один из номеров «Джорнел оф Америкен медикал ассошиэйшн» посвятил специальную статью вопросу о влиянии телевидения на молодежь. Автор статьи пишет, что «молодое поколение, начиная с самого раннего возраста, находится под непрерывным влиянием «тиви». Это подтверждается хотя бы тем фактом, что среди постоянных телезрителей мы сплошь и рядом видим детей пяти-шести лет. Эти малыши смотрят телепередачи по четыре с лишним часа в день. Есть среди ребят и такие, которые смотрят телевизор по 27 часов в неделю, то есть почти столько же, сколько они проводят времени в школе... Систематическое воздействие на детей телепередач, нашпигованных убийствами и прочими ужасами, вызывает вполне обоснованную тревогу у родителей, педагогов, врачей».

Редактор ежемесячника «Телевижн-гайд» Франк Орм провел детальный анализ детских передач телестанций Лос-Анжелеса. За одну неделю семь станций показали юным зрителям около тысячи различных преступлений во всех подробностях. Франк Орм свидетельствует, что 70% всех детских передач Лос-Анжелеса — это пропаганда зла, насилия, вульгарных вкусов, пошлых взглядов на жизнь.

Сходную картину дает и отчет Национальной ассоциации по улучшению радио и телевизионных программ. За одну неделю в том же Лос-Анжелесе было показано 161 убийство, причем 60 из них были так называемые «оправданные» (с точки зрения авторов передачи), 2 самоубийства, 192 покушения, 24 попытки на убийство. Помимо убийств и пыток зрители увидели 83 ограбления (крупных и мелких), 15 похищений де-

тей, 7 попыток линчевания, 21 побег, 6 взрывов, 11 вымогательств и 2 отравления. А сколько драк и избиваний! Подсчитать их оказалось непосильным трудом.

Такие передачи не могут не влиять на психику не только ребенка, но и взрослого человека. Джек Гульд, один из редакторов «Нью-Йорк таймс» по вопросам радио и телевидения, не без основания пришел к выводу, что телепрограммы оказывают вредное влияние на американца, на его досуг, отношение к политике, умственные способности.

Американец находится в объятиях «голубого спрута». Щупальца прочно держат свою жертву. Первые песенки маленьких американцев взяты не из колыбельного репертуара мам, а из рекламы телепередач. «Тиви» становится первой необходимостью ребенка.

Один школьник сказал, что США целиком зависят от коров. И когда его попросили уточнить, что он имеет в виду, говоря «зависят», тот ответил: «Если бы не было коров, не было бы и ковбоев, а не было бы ковбоев, то актерам не на что было бы жить, а нам незачем было бы жить».

Развращающее влияние телевидения США многообразно. Все чаще оно попросту подталкивает подростка на путь преступления.

По свидетельству Э. Гувера, в одном из отделений ФБР хранится личное дело 18-летнего американского юноши. Он попал в списки ФБР, когда ему минуло 8 лет, за участие в... грабеже. Затем последовало 30 арестов за изнасилование, крупные и мелкие кражи, торговлю героином. Это случай, видимо, из ряда вон выходящий, но детская преступность в США катастрофически растет. Количество арестов юношей до 18 лет увеличилось в 1961 году на 4% по сравнению с 1960 годом, а в 1962 году — на 9%.

Гувер признает, что многие преступления совершаются не без влияния телевидения. Трудно отрицать очевидное! Доктор Даллас Смит, сотрудник системы педагогического вещания, писал: «Если формула «молодой человек и девушка» является типичной для голливудских фильмов, то формула «молодой человек и труп» наиболее типична для американских телевизионных передач».

Если с первой частью высказывания доктора Смита можно согласиться лишь условно, так как трупов как молодых людей, так и девушек хватает и в голливудской продукции, то Смит абсолютно прав, говоря о «тиви».

Казалось бы, не надо иметь особой эрудиции, чтобы понять обоснованное беспокойство трезво мыслящих американцев, будь то мисс Ф. Л. Булл, член Национального конгресса родителей, Гильберт Селдес, декан факультета Пенсильванского университета, Джек Мабли, корреспондент газеты «Чикаго дейли ньюс», Артур Шлезингер, профессор истории Гарвардского университета. Однако справедливые требования обуздать телевидение, поставить его на службу гуманистическим целям остаются гласом вопиющего в пустыне.

Причины этого не составляют секрета. Впрочем, предоставим слово одному из тех, кто делает лицо американского «тиви»:

«Почти всю жизнь мы проводим в вечном страхе. Мы пережили экономический кризис, пережили две мировые войны, а теперь нас пугают атомным уничтожением. Мы хотим хотя бы на время отгородиться от реального мира и предаться покою в тишине наших жилищ. Мы хотим попросту отдохнуть, хотим, чтобы нас развлекали... Если мир действительно идет к гибели, пусть себе идет. Но мы хотим в это время смотреть такие телевизионные фильмы, как «Пороховой дым», «Стрелок», «Жертвы выстрела»».

Нет, это не вопль шизофреника, взятого на поруки телевизионной компанией. Это мысли небезызвестного Франка Грубера, нашедшие свое материальное воплощение на страницах журнала «Телевизион-гайд». Мистер Грубер не зарегистрирован как психически ненормальный. Он здоров. Здоров настолько, чтобы являться автором многих телепередач. Это, собственно, и объясняет его воззрения.

Известно, что телевизионные компании продают, по свидетельству журнала «Верайэти», на 500 миллионов долларов ежегодно «продукции убийства и насилия». Выскажи Грубер иную точку зрения на то, что должно преподноситься телезрителям, и он ходил бы без работы. Уж лучше работать под шизофреника. Не так ли, сэр?

Что же касается рядовых телезрителей за океаном, то у меня сложилось убеждение, что они не склонны радоваться при мысли, что их будут развлекать в то время, как вся планета, кроме Америки, будет гореть атомным огнем. А вдруг пламя войны возьмет да и лизнет США? Здесь уже не предашься «покою в тишине жилищ», когда над головой раскроется зонт атомного взрыва! Здесь уж будет не до развлечений!

Конечно, и Грубер, и его хозяева все это отлично понимают, но бизнес наживы, бизнес дезинформации общественного мнения заставляет и тех, кто стоит у телевизионных камер, и тех, кто им приказывает, делать свое черное дело.

Пагубное воздействие «тиви» на умы и души американцев было метко охарактеризовано известным американским журналистом Уолтером Липпманом. «Телевизионная промышленность, — говорит Липпман, — вовлечена в чудовищную конспирацию для того, чтобы обмануть зрителя с целью продажи. Телевидение является креатурой, слугой и проституткой бизнеса».

И прав критик Шельби Гордон, говоря, что «пока маразм (американского. — Ю. В.) общества будет коррумпировать «тиви», оно будет коррумпировать наших детей».

■

Может возникнуть вопрос: неужели все так плохо в американском телевидении? Неужели нет ни одного светлого пятна?

Нет, это не так. Показывают по «тиви» — не так уж часто, но все же показывают — неплохие исторические фильмы, музыкальные комедии, забавные мультипликационные фильмы для малышей, которые с большим удовольствием смотрят и взрослые. Нельзя не сказать и о даровитых композиторах, режиссерах, сценаристах, талант которых проявляется даже в коммерческих передачах.

Нам очень понравились популярные передачи «Континентал класрум корс», предназначенные для расширения научно-технического кругозора у студентов. Они развивают любознательность школьников, помогают в какой-то мере и преподавателям. В связи с широким внедрением телевидения в методику преподавания

почти всех дисциплин в американских колледжах телевизор стал хорошим подспорьем преподавателя вуза.

Студенты университета штата Иллинойс рассказывали, что иногда они приходят на занятия ранее обычного для просмотра учебного телевизионного фильма, который затем обсуждается в классе.

К сожалению, список удачных телепередач очень ограничен. Хорошие шоу, по-настоящему смешные комедии, полезные беседы — редкое явление на «голубом экране» «тиви».

Американское телевидение нередко называют «голубым спрутом». Это, как мы стремились показать, имеет определенные основания. Вернее, однако, то, что само «тиви» находится в тисках другого, всемогущего спрута — монополий, с их человеконенавистническими идеалами, культом доллара, подчинением все и вся голому чистогану.

«ЧТО ЗНАЕТ ВАНЯ И ЧЕГО НЕ ЗНАЕТ ДЖОННИ»

«Сейчас у нас в Америке модно ругать школу, систему образования, особенно подготовку научных кадров,— сказал мне один знакомый американец.— Школа — козел отпущения. За отставание США от России в науке винят только нас, педагогов. Каково, а? Полистайте газеты, журналы, и вы без труда найдете почти в каждой статье или заметку о кризисе школы, об упадке народного образования и т. д. Это так, все это верно. Но разве дело только в том, что система образования оставляет желать много лучшего? Никто не заикнется о самом главном. О том, что школу хотят сделать орудием оглупления. Чудовищно, невероятно, парадоксально, если хотите, но факт...»

Американская школа в упадке. Это видят и те, кто привел школу к кризису, и те, кто наблюдает деградацию системы образования. Все больше американцев требуют остановить процесс разложения школы, сделать так, чтобы школа отвечала задачам, которые ставит перед ней нация. Однако большинство педагогов, ученых, общественных деятелей подходят к решению этой задачи с чисто утилитарной точки зрения.

«Мы катастрофически отстаем не только от Советского Союза, но и от старушки Европы»,— говорят одни.

«Пора прекратить только рекламировать американский образ жизни, пора взяться за дело»,— поддерживают их другие.

«Школа в ответе за наши неудачи в науке, надо ее подстегнуть»,— утверждают третьи.

В предложениях, как поправить дело, недостатка нет. Предлагают ввести курс высшей математики в

программу средней школы, резко увеличить продолжительность учебного дня школьников, сократить каникулы с трех до одного месяца и т. д.

Реформаторы школы, требуя «догнать Россию в ближайшие пять лет», «ударить по Луне раньше русских», не хотят видеть коренных причин упадка американской школы, не хотят признать то, что она зависит от большого бизнеса и выполняет его социальный заказ, готовя прежде всего послушных исполнителей воли монополий. А ведь именно здесь, как говорится, зарыта собака.

За последнее время в США появилось немало монографий и пространных статей, авторы которых, браня руководителей школьных советов, преподавателей и составителей учебников, фактически дезинформируют общественное мнение об истинном положении дел в американской школе.

Наиболее характерна из подобных работ книга Асера С. Трейса-младшего «Что знает Ваня и чего не знает Джонни», опубликованная в 1961 году.

Аннотация на суперобложке гласит: «Книга представляет собой сравнение программ советской и американской школ».

Мистер Трейс проделал большую работу, проведя детальный анализ не только школьных программ, но и учебников, используемых в американской и советской школах. Подводя итоги, автор обращает внимание читателей на то, что, в то время как американские школьники лишь поднимаются на холм, советские школьники будут, по его мнению, на вершине холма.

Сравнивая свою программу и свои учебники с советскими, американцы могут сделать практические выводы, и в этом определенная польза книги. Однако автор книги, признав, что «советские школьники имеют более глубокие знания по литературе, иностранным языкам, истории, географии, чем американские», и что американские учебники «рассчитаны на низкий уровень подготовки школьника и часто составлены людьми, не имеющими нужных знаний и опыта», пытается оправдаться перед кем-то за объективную оценку школьных программ американской и советской школ.

У русских хорошо поставлено преподавание иностранных языков, констатирует автор, приводя убедитель-

тельные факты и цифры. Но потом следует, по меньшей мере, странный вывод. По мнению Трейса, усиленный интерес русских к изучению языков объясняется тем, что иностранные языки представляют большую ценность с точки зрения коммунистической пропаганды и «Советское правительство знает, что народы других стран не будут убеждены в преимуществах коммунизма, если с ними станут говорить на неизвестном языке». «10 миллионов русских изучают английский язык не потому, что любят Америку...» — глубокомысленно добавляет Трейс-младший.

Трейс не ограничился комментарием к изучению иностранных языков. География, пишет он, нужна «гражданину коммунистической страны, чтобы иметь детальное представление о том, какие страны уже завоеваны коммунизмом и какие должны быть захвачены».

Далее Трейс-младший заявляет: «Систему советского образования следует порицать за трактовку истории США» — и возмущается советскими учебниками по истории, поскольку он не нашел там хвалебных строк в адрес американских монополий, но зато обнаружил объективный рассказ о становлении и развитии капитализма в США. Ну как тут не прийти в негодование!

«Разделавшись» таким образом с советской школьной системой, Трейс переходит к восхвалению американской. Противореча самому себе, автор пытается убедить читателей в том, что американская система обеспечивает развитие Человека с большой буквы и «гражданина великой нации».

Хочется спросить А. Трейса-младшего: а вы сами верите в то, что пишете?

Ведь то, как на деле готовит американская школа «граждан великой нации», давно уже перестало быть в Америке секретом. Обратимся к фактам.

Более всего поражает того, кто знакомится с американской школой, не пехватка помещений и низкая заработная плата учителя и даже не сегрегация, которая в большей или меньшей степени проявляется и в школах далеко не южных штатов, а низкий уровень знаний многих учеников.

Мне приходилось встречаться с выпускниками средней школы, которые задавали такие вопросы и давали

такие ответы на несложные вопросы, над которыми посмеялся бы любой наш ученик, скажем, седьмого класса.

Однажды на встрече с учащимися довольно неплохой школы в Бруклине я оказался свидетелем любопытного разговора двух девушек старших классов:

«Послушай, Джудди, я никак не пойму: Россия на востоке или западе?»

«Глупая, на севере. Ведь там страшно холодно».

«А почему же у них на стенде изображен космический корабль с названием «Восток» (по-английски — «Ист»)?»

«А кто им запретит назвать его «Саус» («Юг») или «Уэст» («Запад»)?»

Так и не смогла уяснить подруга Джудди, где же расположен Советский Союз. Можно быть уверенным и в том, что наш ученик шестого класса расскажет про Соединенные Штаты больше, чем его американский сверстник.

«Курьер джорнел», издаваемая в городе Луизиане (штат Кентукки) писала, что 11 тысячам учащихся младших классов средних школ Лос-Анжелеса была устроена проверка знаний по ряду предметов. Результаты показали, что у школьников не было элементарных знаний по ведущим дисциплинам, преподаваемым в младших классах. Около 400 детей семи-восьми лет не знали отсчет времени на часах, а 10 тысяч не могли ответить на вопрос: сколько месяцев в году? Что касается арифметики и английского, то, по мнению автора статьи, невежество было «потрясающим». 500 школьников не знали алфавита, а тысяча мальчиков и девочек не сумели решить арифметическую задачу: «Сколько 3-центовых марок можно купить на 75 центов?»

Сделала ли газета «Курьер джорнел» какое-то открытие? Вряд ли.

Еще в 1951 году журнал «Лайф» сообщал своим читателям, что многие студенты — обратите внимание, не учащиеся младших классов, а студенты! — не могут достаточно грамотно писать. Журнал рассказал и о таком случае. Газета «Нью-Йорк таймс» провела географическую викторину среди студентов. На некоторые вопросы, например «В какой стране протекает Обь?», никто из 5 тысяч участников не прислал ответа. Только

18 человек назвали пять крупнейших городов Америки; 4% смогли назвать штаты, прилегающие к Великим озерам; 26% знали названия четырех океанов. Никто не мог объяснить понятий «перешеек», «широта», «длгота». Впрочем, один из участников викторины так ответил на вопрос «Что такое перешеек?» «Перешеек,— писал юный знаток географии,— это земля, омываемая с обеих сторон теплыми водами».

«Возникает вопрос,— писал автор статьи,— не способствует ли тенденция нынешней системы образования ускорению того процесса, который доктор Луис Букер Райт назвал «стремлением к умышленно насаждаемой безграмотности?»»

Приводимая «Лайфом» цитата из высказывания доктора Райта как нельзя лучше характеризует причины упадка американской школы.

Один из прогрессивных американских педагогов в книге «Успешное обучение» сообщает ряд примеров, иллюстрирующих низкое качество подготовки в американских школах. Из 1200 учащихся девятого класса немногим более 300 были в состоянии решить задачу, найдя x в уравнении $\frac{5}{2-x} = \frac{3}{4+x}$, и только 5% из 9 тысяч учащихся средних школ штата Айова решили задачу: «Некто продал костюм за 42 доллара, получив при этом 20% прибыли. Сколько это будет в долларах?»

Мы далеки от мысли делать какие-то скороспелые выводы из тех фактов, с которыми нам доводилось сталкиваться.

Широко известно, что США — развитая капиталистическая держава, обладающая мощной промышленностью, высокопродуктивным сельским хозяйством, и большие научно-технические достижения ее неоспоримы. Но не очевиден ли и тот факт, что американская система образования, зависимая от специфических интересов большого бизнеса, страдает многими пороками и к тому же довольно устарела? Об этом наглядно свидетельствуют не только критические суждения прогрессивных педагогов, профессоров, ученых, но и даже беглое знакомство с этой системой, учебными планами, учебниками и учебными пособиями. Вкратце остановимся на этом.

Все 50 штатов США имеют собственные органы управления государственными элементарными и средними школами и издают свои законы об образовании. Ведомство по делам просвещения является составной частью министерства здравоохранения, просвещения и социального обеспечения и имеет гораздо меньшие права, чем соответствующие министерства просвещения во многих других странах. Оно занимается в основном сбором и обработкой статистических данных и выполняет методические функции.

Каждый штат в США самостоятельно осуществляет организацию образования и контроль за ним. В штате имеется школьный комитет, назначаемый, как правило, губернатором. Комитет решает вопросы школьного бюджета, дает рекомендации в отношении программ, учебных планов, методов обучения и воспитания. В состав комитета входят главным образом не педагоги, а промышленники, финансисты, представители буржуазной интеллигенции.

Школьный бюджет складывается из средств, выделяемых администрацией штата (примерно 40%), средств, собранных в виде налога с населения школьного округа (56%), и средств федерального правительства (4%). Как видим, федеральное правительство в расходах на содержание элементарных и средних школ почти не участвует. Результатом этого является крайняя неравномерность затрат на содержание государственных школ в разных штатах и разных учебных округах в пределах одного штата. Школы в экономически развитых районах имеют гораздо лучшие финансовые возможности, чем школы в экономически слабых. Децентрализация финансирования препятствует школьному строительству, которое требует немалых капитальных затрат.

Из чего складывается школьная система в США? Она состоит из сети государственных (их посещают 85% всех учеников), церковных и частных школ.

За последнее время число церковных школ в стране заметно выросло. Одна лишь католическая церковь организовала 2235 средних школ (350 тысяч учащихся). Имеют свои школы и другие религиозные организа-

ции. Разумеется, вся учебно-воспитательная работа в этих школах насквозь пронизана антинаучным, религиозным духом.

Основными звеньями системы народного образования в США являются элементарная и средняя школы. В крупных городах элементарные школы имеют 1500 и более учащихся. Однако типичной для США элементарной школой является восьмилетняя маленькая школа в сельской местности с количеством учащихся до 50 человек.

В городских районах, где живут состоятельные семьи, школы имеют достаточное количество классов и кабинетов, гимнастические залы, библиотеки, классы для занятий с отстающими, для занятий музыкой и т. д. В рабочих районах городов элементарные школы представляют совсем другую картину. Часто дети учатся в ветхих, полуразрушенных, холодных помещениях.

Во многих элементарных школах США нет строгого распределения по классам. Учащиеся нередко зачисляются в группы в зависимости от интересов и способностей.

Такое комплектование групп приводит на деле к классовой дифференциации учащихся: в так называемых «сильных» группах нередко оказываются, по существу, дети более состоятельных родителей, а в «слабых» — дети из наименее обеспеченных слоев населения.

Кроме общеобразовательных средних школ имеются школы, где в девярых — двенадцатых классах готовят квалифицированных работников некоторых профессий.

По окончании средней школы учащиеся могут поступить в четырехлетние или двухлетние колледжи, (первые часто входят в состав университетов) *. В Амс-

* Американские университеты обычно не только объединяют факультеты (гуманитарные, естественные, технические и др.), но и включают в свой состав несколько колледжей и высших профессиональных школ. Например, в Калифорнийском университете помимо факультетов насчитывается восемь гуманитарных, естественных, технических институтов и колледжей. Крупнейшими университетами являются Калифорнийский, Нью-Йоркский, Колумбийский, университет штата Иллинойс и ряд других.

рике, по официальным данным, насчитывается 1855 высших учебных заведений.

Кто же определяет характер всего учебного процесса? Если говорить не о формальной, а о фактической стороне дела, то представители большого бизнеса, которые заседают в школьных комитетах штатов и играют там, по существу, первостепенную роль. Они формируют программы, навязывают школам те или иные учебные дисциплины, контролируют используемую учащимися учебную и иную литературу.

Попечитель Гарвардского университета — Дж. Морган. С его финансовой империей связаны также Принстонский университет и Массачусетский технологический институт. Самый видный член совета Колумбийского и Пенсильванского университетов — Томас Паркинсон — доверенное лицо Рокфеллера. В состав опекунского совета Калифорнийского университета входят такие магнаты капитала, как нефтепромышленник Паули, банкир Джаннини.

Те, от кого зависит школа материально, решают ее судьбу, подбирают преподавателей, направляют всю учебно-воспитательную работу в школах, колледжах и университетах.

В деле составления учебных планов школ большую роль играют местные союзы промышленников, торговые общества, реакционные организации типа «Американского легиона», или «Дочерей американской революции».

Американские авторы Дж. Рассел и И. Джадд в книге «Американская система образования» отмечают, что школьная администрация совершенно бессильна предпринять что-либо вопреки интересам подобных влиятельных лиц и группировок; она вынуждена выполнять все их требования.

Глава педагогического факультета Чикагского университета, с которым нам приходилось встречаться, открыто сетовал на то, что бизнес активно вторгается в школьное дело, определяя, какие курсы и как следует изучать. В свете этого удивительно ли, что в учебных планах школ ряда штатов на передний план выдвигаются такие, например, дисциплины, как «курс бережливости», «воспитание потребителя» и т. д.

Съезд директоров средних школ США в 1958 году

признал, что в американской школе царит атмосфера антиинтеллектуализма, пренебрежения к знаниям.

Для средней школы в Америке характерна многопрофильность. Некоторые педагоги в США склонны утверждать, что эта особенность школы способствует выявлению способностей учащихся, дает им возможность найти себя в жизни, наиболее эффективно подготовиться к практической деятельности.

Так ли это? Судите сами.

В Америке существуют средние школы следующих направлений: академические, общего типа, профессиональные, художественного образования, домоводческие. Школы академического профиля готовят учащихся для поступления в высшие учебные заведения. Школы общего типа готовят часть учащихся к поступлению в вуз, а часть — к той или иной профессии или отрасли практической деятельности. В крупных школах общего типа применяется в свою очередь профилирование. Это значит, что одна и та же школа имеет академический профиль, имеющий целью готовить учеников для поступления в вуз, коммерческий, который готовит в основном счетоводов, делопроизводителей, машинисток, стенографисток, и общий, готовящий учеников к практической деятельности вообще. В некоторых школах такого типа существует производственно-ремесленный и сельскохозяйственный профили.

Окончив элементарную школу, ученик поступает в среднюю школу того профиля, который ему больше нравится. Если он поступает в среднюю школу общего типа, то может выбрать любой ее профиль. Выбор профиля — добровольный. Однако большую роль играют школьные консультанты, которые, основываясь на так называемых «интеллигент тест» — «проверке умственной одаренности» ученика, сами определяют профиль, который для него «подходит».

Дети рабочих, фермеров, мелких служащих и торговцев, как правило, вынуждены выбирать общий или ремесленно-производственный профиль. Причина ясна: у них нет материальных возможностей для продолжения образования в высшей школе. Кроме того, дети рабочих и мелких чиновников получают в элементарной школе более слабую подготовку. Ведь и в элементарной школе есть группы для «одаренных» и «неодаренных»,

и большинство детей, родители которых не могут дать им домашнего образования до школы, опять-таки на основании «интеллидгент тест», попадают в группы для «неодаренных».

Разве это не классовая дифференциация учащихся, несмотря на формально добровольный выбор профиля?! «Тесты» намеренно строятся так, чтобы отдать предпочтение детям зажиточных родителей. Школа отбирает для высших учебных заведений, государственной службы, более или менее ответственной работы детей из среды имущих классов, предоставляя детям рабочих, фермеров идти на завод, в торговлю, сельское хозяйство. Так американская школа в меру своих возможностей служит большому бизнесу.

Во многих школах введена так называемая элективная система: школьник выбирает те предметы, которые он считает наиболее интересными и нужными для себя. Это побуждает даже самых способных мальчиков и девочек изучать наиболее «легкие» предметы, что, в конечном счете, отрицательно сказывается на широте и разносторонности их знаний. Правда, есть и обязательные дисциплины.

Так, в девятом классе обязательными предметами являются: гигиена и физическое воспитание, английский, общее естествознание, алгебра, обществоведение; учащийся должен также выбрать один из следующих предметов: латинский язык, французский, испанский, изобразительное искусство, музыка.

В одиннадцатом классе количество обязательных предметов сокращается и увеличиваются (до трех) предметы для выбора. Обязательные предметы: гигиена и физическое воспитание, английский, история США. Предметы для выбора: стереометрия, латинский, французский, стенография, машинопись, счетоводство, физика, домоводство, труд, изобразительное искусство, музыка. Выбранный предмет изучается 3—5 раз в неделю в течение года и засчитывается за «пойнт» (пункт). Чтобы получить аттестат об окончании средней школы, учащийся должен набрать 16 пунктов.

Элективный принцип вызывает, по признанию профессора педагогики Вашингтонского университета, зияющие провалы в знаниях учащихся. Из общего количества школьников 35% никогда не изучали физики,

11% — древней истории, 32% — химии и т. д.; математика изучается сугубо практически. Так, например, в шестых — девярых классах школ Западной Вирджинии учащимся предлагается решать следующие вопросы по арифметике:

- 1) «Как достать деньги для путешествия?»
- 2) «Как поправить свои дела?»
- 3) «Для чего США заключают финансовые соглашения с другими странами?»

Невольно напрашивается и четвертый вопрос: «Какое отношение имеют эти вопросы к арифметике?»

Кое-кто хотел бы, видимо, предельно сузить кругозор школьника, оторвать от политики и всего, что может пробудить интерес к общественной жизни у себя в стране и за рубежом.

В целом американская средняя школа не дает системы научных знаний ни по одному предмету. Хотя учащиеся академического профиля и получают некоторую теоретическую подготовку, однако уровень их знаний, как правило, неизмеримо ниже уровня знаний ученика, окончившего среднюю европейскую школу.

Двое юношей кончают американскую среднюю школу. Один из них прошел полный курс физики, химии, иностранного языка; другой никогда не был в лаборатории, не имеет почти никакого представления о физике, химии, но считается, что оба закончили курс средней школы.

Преподаватель университета в Буффало писатель Уилсон в одной из своих статей пишет:

«Поступая в среднюю школу, американский юноша оказывается перед огромным выбором предметов, которые в различных комбинациях могут привести его к получению нужного свидетельства и многие из них гораздо легче, чем физика, математика или иностранный язык. Он может изучить курсы «любовь и брак», «хорошее пение» или «рекламное дело»... Его время истощается курсами машинописи и танцев».

Уилсон делает вывод: «На протяжении нескольких десятилетий Америка могла гордиться множеством гениальных личностей, которые не имели образования, но смогли изобрести электрическую лампу, аэроплан и многочисленные другие механизмы, являющиеся частью современной цивилизации. Времена, однако, пере-

менялись. Космические корабли и межконтинентальные ракеты изобретаются не самоучками в домашних мастерских. Над ними работают коллективы высокообразованных ученых, большинство из которых начинают свое образование в общеобразовательных школах, дающих основательные и обширные знания».

Автор заканчивает статью следующими словами: «Пора закрыть балаган и приняться за работу».

■

Многие факты свидетельствуют о том, что, как это ни странно, понятия «школа» и «дезинформация» в Америке весьма тесно связаны. Пожалуй, наиболее ярко это видно на примере преподавания в США общественных дисциплин.

Общественные науки являются обязательными дисциплинами в большинстве школ США, однако их программа настолько куцая, а учебники настолько примитивны, что учащийся не обретает сколько-нибудь систематических знаний. Более того, сведения, которые он получает, зачастую сомнительны или попросту лживы.

Особенно основательно потрудились фальсификаторы и дезинформаторы над курсом истории Соединенных Штатов. Программа этой дисциплины насыщена материалом по описанию войн, которые (всегда победоносно!) вела Америка. Войны американского империализма рассматриваются как историческая необходимость и оправдываются с экономической, моральной, религиозной и всех прочих точек зрения. Учащихся настойчиво пытаются убедить, что Америка «волею господней» призвана руководить миром.

Курс истории США, изучаемый в средней школе, включает раздел «Война и мир», который состоит из следующих глав:

«Войны, которые выиграла Америка, их причины и следствия», «Условия мира, заключенного после каждой войны», «Влияние, оказываемое войной, в том числе экономические затруднения», «Будущие войны: проблемы обороны страны, воинская повинность, атомная бомба».

В то же время вы не найдете в американских учебниках по истории сведений об истреблении коренных жителей континента, об угнетении негров и т. д.

Вместо этого в американском учебнике «История нашей страны» подробно рассказывается о «счастливой» жизни «в прошлом диких и кровожадных» североамериканских индейцев, взятых «под опеку» государством. И ни слова об истреблении многочисленных племен, ни строчки о действительной обстановке в резервациях, где тысячи людей обречены на медленное вымирание.

Захват Кубы Соединенными Штатами в 1898 году учебник объясняет чисто альтруистическими побуждениями правительства США, которое проявило симпатии к кубинцам в их борьбе с «жестокими испанцами».

Умиленно описывают авторы учебника «национальных героев Америки» — мультимиллионеров, которые «на своих гигантских предприятиях дают работу миллионам рабочих», открывают школы, строят больницы и библиотеки, щедро помогают беднякам.

Да что там говорить, американцы обязаны им самим своим существованием!

Раздел «Культура» программы обществоведения включает внешнеполитическую главку, которая называется: «Что мы должны понять». Излагая вопрос о необходимости сотрудничества народов в области культуры, автор главки без обиняков говорит о том, что суть проблемы сводится «к переучиванию побежденных (!) стран» — переучиванию американским капиталом и на американский лад!

Что же могут дать учащимся уроки по таким программам? Какое представление они будут иметь о реальном мире и действительных проблемах, выдвигаемых перед человечеством современной эпохой?

Правящие круги США ставят перед школой вполне определенные идеологические задачи. Небезынтересно в этом отношении заявление бывшего заместителя государственного секретаря А. Маклиша о том, что «основной целью американского образования, признаваемой политикой и прессой, является незнание коммунизма».

В том же духе высказался в свое время и бывший президент США Гарри Трумэн. Выступая в Роллинском колледже, президент заявил: «В конфликте политических идей, которые в настоящее время разделяют мир, надежда Америки — это наше народное просвещение. Просвещение — наша первая линия обороны...»

Как ведется эта оборона, ясно из статьи Рекса Дэйвида «Кризис школы». Автор убедительно доказывает, что в США не найти школы, в которой бы учащиеся не подвергались интенсивной идеологической обработке. Ни один учитель не рискнет открыть детям правду об «американском образе жизни». Все, что касается США, подается в слащавом, приукрашенном до неузнаваемости виде.

И еще одна характерная черта. В американской школе усиленно насаждается дух милитаризма. Особенно усердствует журнал «Нейшнл парент-тичер». Достаточно полистать любой номер указанного «педагогического» издания, чтобы убедиться в этом. Один пример: совсем недавно «Нейшнл парент-тичер» убеждал родителей маленьких американцев, что «все, в чем нуждается страна, это в людях, которые будут убивать других людей, чтобы выжить самим».

А вот какую «педагогическую установку» разработал ректор университета города Тампа (штат Флорида) доктор Нэнси. Считая необходимым дать американским школьникам «психологическую ориентировку», мистер Нэнси заявил: «Я полагаю, что мы должны провести тотальную подготовку, основанную на законе джунглей. Каждый должен научиться убивать. Я одобрил бы бактериологическую войну, применение отравляющих веществ, атомных и водородных бомб и межконтинентальных ракет. Я не стал бы просить о милосердном отношении к больницам, церквям, учебным заведениям или каким-либо группам населения».

Разумеется, если ставить перед школой такую задачу, то где уж тут думать о правдивой информации, об объективности и т. п.

«Объективность в школьном преподавании — опасный абсурд», — утверждает один из столпов американского просвещения, ректор Блумфильдского колледжа доктор Швейцер. И добавляет: «В школах нужно учить американизму, а не объективности».

Особенно ожесточенным нападкам в американской школе подвергается Советский Союз. Здесь дегтя и сажу не жалеют! Дезинформаторы от просвещения

больше всего боятся проникновения в умы правды о коммунизме, о Советском Союзе, о странах социалистического содружества. В одной из нью-йоркских школ дирекция запретила... всякие разговоры о СССР, объявив, что они содействуют «враждебной США пропаганде».

Педагоги многих школ США не раз выражали тревогу по поводу нагнетания антикоммунистической истерии. Они выступали с требованием давать правдивую информацию о СССР, так как только такая информация поможет объяснить выдающиеся достижения страны Советов, реально представить себе положение дел в мире. Однако разумное и понятное всем здравомыслящим людям требование осталось гласом вопиющего в пустыне. Более того, тем, кто продолжает придерживаться «крамольных» взглядов, грозят серьезные неприятности. «Красным, розовым, розоватым дорога к преподаванию закрыта. Таково мое определение академической свободы», — недвусмысленно заявил ректор Блумфильдского колледжа.

И дорога действительно закрывается перед теми, кто пытается открыть глаза школьникам на то, что делается в родном городе, штате, стране, что происходит на международной арене. В ряде колледжей и университетов подвергаются травле преподаватели и профессора, хоть в малейшей степени симпатизирующие Советской стране, прогрессивным идеям века.

Американский журналист И. Стоун отмечал: «Сейчас всякий здравомыслящий человек понимает, что образование в США все более и более подчиняется целям прославления мифической свободы инициативы, преподаватели находятся в загоне, авторам учебников промывают мозги, а все самостоятельно мыслящие студенты внесены в черные списки пресловутыми «охотниками за ведьмами» и вся система образования находится под контролем ФБР».

Но дезинформировать молодежь становится все труднее. Достижения Советского Союза и других социалистических государств в строительстве нового общества, успехи освободившихся стран в борьбе против колониализма и империализма, с одной стороны, и провалы внешней политики США в Латинской Америке, на Ближнем Востоке и в Юго-Восточной Азии, с дру-

гой, заставляют задумываться не только взрослых, но и юных американцев: до каких же пор их будут держать в шорах устарелых представлений?

В 1962 году в столице США — Вашингтоне проводилась конференция по вопросам идеологического воспитания молодежи. Выступавшие с высокой трибуны конференции педагоги и государственные мужи, кто с удивлением, а кто и с горечью, отмечали, что в среде молодежи происходят серьезные изменения. Юные американцы хотят вырваться из плена навязанных им предрассудков, они все менее обольщаются «преимуществами» «американского образа жизни». Нет-нет да и требуют они от школьного совета, чтобы им рассказали правду о социализме, о коммунизме, об СССР. Да что там! Дело дошло до того, что студенты многих университетов и колледжей требуют разрешить им послушать... выступления руководителей Коммунистической партии США.

Что же делать? Вдохновители идеологической обработки американской молодежи нашли выход. Панацеей от всех бед они сочли так называемый курс «коммунизма», который сравнительно недавно введен в учебные планы ряда средних школ США.

Одним из основных учебников по этой «дисциплине» является книга «Вызов демократии». Авторы этого труда в яркой обложке, с многочисленными иллюстрациями — Теодор Влейч и Джозеф Баумгартнер немало поработали, чтобы путем подтасовки фактов и прямой фальсификации их создать у школьника совершенно искаженное представление о государственном и политическом устройстве СССР, о марксизме.

В первом разделе учебника, который называется: «Твое место в мире», восхваляются до небес американские «свободы», «безграничные горизонты», якобы открытые для всех тех, кто рожден под звездно-полосатым флагом. Надо быть энергичным, жизнеспособным, предприимчивым, как американские пионеры, с энтузиазмом пишут авторы книги, и ты добьешься успеха. Разумеется, Влейч и Баумгартнер начисто «забывают» рассказать о тех 38 миллионах рядовых американцев, которые еле-еле сводят концы с концами, о 20 миллионах негров, лишенных элементарных гражданских и человеческих прав.

Параллельно с восхвалением «американского образа жизни» авторы курса пытаются сделать школьникам идеологическую прививку антикоммунизма. Не утруждая себя доказательствами, они безапелляционно заявляют, что «коммунисты поставили своей целью уничтожить все политические и экономические системы и представляют угрозу каждой нации, которой дорога свобода».

Особенно «удался» авторам исторический экскурс. Прочитав «Вызов демократии», юный американец узнает, в частности, что лидером коммунистической революции в России был «Николай Ленин, который, взяв под командование 25 тысяч человек, смог подчинить себе Россию, страну со 150-миллионным населением, чтобы удушить русский народ».

Признав, что уровень жизни советских людей повышается, Влейч и Баумгартнер и тут не могут обойтись без инсинуаций. «За безупречную службу, — пишут они, — член партии получает вознаграждение: более хорошую одежду, квартиру и пользуется другими привилегиями».

Может быть, «Вызов демократии» — единственный урод в семье американских школьных учебников? Нет, эта книга отнюдь не исключение.

Обильно сеет ложь и книга профессора истории — он же директор Русского института Колумбийского университета — Генри Робертса, научного сотрудника Русского исследовательского центра при Гарвардском университете Маршалла Шульмана и других «специалистов» по русскому вопросу. Посвященный раскрытию того, «что означает коммунизм», сей наукообразный «труд» должен по рекомендации многих школьных советов занять место в библиотеках школ, колледжей, институтов.

Теме, которую разрабатывают авторы, нельзя отказать в актуальности. Трудно найти сейчас американца, который не задавал бы себе законного вопроса: что же такое коммунизм? В чем его притягательная сила? Посмотрим, как отвечают на эти вопросы маститые американские социологи.

С самого начала тех, кто раскрывает указанную книгу, ожидают сюрпризы. Вы хотите знать, что такое СССР с точки зрения географии? Пожалуйста!

«...СССР представляет собой плоское пустое блюдо, окаймленное ободком скал».

Любому автору популярного учебника не возбраняется доходчиво излагать какой-либо сложный вопрос. Но ведь это не популяризация, а профанация!

А какой климат в СССР? — может поинтересоваться любознательный американец. И тут же узнает, что «зима в большей степени, чем что-либо другое, доминирует в жизни русских».

Но это все цветочки, далее следуют и кислые фальсификаторские ягодки. Итак, что же такое коммунизм? И авторы начинают рассказывать жалостные анекдоты о рабском труде советских людей (в том числе и школьников), на котором держится чуть ли не вся экономика СССР. Для большей убедительности приводится история «московского школьника Толи», который «поехал провести лето со своими бабушкой и дедушкой в сельскую местность к западу от Москвы». И здесь фантазия авторов разыгрывается до предела (да и что им опасаться: ведь американцы не в состоянии проверить приводимые в книге «факты»).

...В Н-ской деревне, что к западу от Москвы, ничего не подозревающего Толю уже ждали «агенты комсомола». С ними шутки плохи. Оказывается, маршрут Толиной поездки был заранее известен тем, кто планировал использовать его «на каторжных работах». И авторы подробно расписывают злоключения бедного Толи...

Когда читаешь подобное в желтой газетке типа «Дейли ньюс», пожалуй, не очень удивляешься. С поденщика-репортера, давно забывшего о том, что такое совесть и уважение к собственной персоне, многого и спросить нельзя, но профессор университета — как он-то дошел до жизни такой?

Книга Робертса и других полна удивительных открытий. Вот одно из них. «Кремль отступает», — провозглашают авторы. «Отступление» коммунизма, по их мнению, можно проследить в тех изменениях, которые заметили американские туристы в Москве. Сводятся они в основном к тому, что в Советском Союзе «выпускаются даже техасские брюки», «в московских бассейнах старомодные купальники уступили место открытым купальным костюмам из двух предметов», а «студентки

подводят брови, делают маникюр и щеголяют модными прическами».

Что и говорить, поистине фундаментальное исследование о Советском Союзе! И как, должно быть, было обидно маститым авторам, когда они узнали об оценке их труда американскими школьниками, заявившими, что, прочитав учебник, они равным счетом ничего не поняли, что же представляет собой коммунизм, как страна, где все держится на рабском труде, обогнала США в завоевании космического пространства и т. д.

А интерес к этим вопросам повышается с каждым днем.

...Дирекция средней школы «Хай Лейк» пригласила двух работников советской выставки «Техническая книга» выступить перед преподавателями и учащимися школы с беседой на тему «Коммунизм и свобода личности». Гимнастический зал не мог вместить всех желающих, так как беседа планировалась только для классов, где в это время шел урок обществоведения или русского языка, а пришли, вернее сбежали с уроков, «представители» и других классов. Вопросов, которые интересовали школьников, было очень много, и самых разнообразных.

«Можете вы сказать, почему в СССР уделяется большое внимание изучению иностранных языков?»

Мы обстоятельно изложили наше понимание роли изучения иностранных языков, особенно английского, в современную эпоху, когда достижения науки и техники одной страны становятся достоянием всего человечества.

«А нам объясняли интенсивное изучение иностранных языков в ваших школах,— прокричал один паренек,— агрессивными замыслами Кремля».

«В учебнике «Что такое коммунизм» написано, что вы построили стену в Западном Берлине, а вооруженные отряды восточных немцев штурмуют ее, прорываясь в свободный мир; как это увязать со свободой личности?» — спросил кто-то из задних рядов.

И впервые школьники «Хай Лейк» услышали правду о двух германских государствах, о подрывных центрах в Западном Берлине, о бесчисленных провокациях фашиствующих молодчиков и их покровителях, о спра-

ведливом решении правительства ГДР укрепить свою границу. «Вы запираете дом или машину на ключ, и это никого не удивляет. Граница США охраняется, и это тоже считается в порядке вещей. Так почему же так обеспокоили некоторых американцев законные действия ГДР?»

«А как живут московские студенты?»

Мы рассказали и об этом. И в заключение процитировали абзац о «джинсах», которые продаются в московских магазинах, «бикини» купальщиц и модных прическах девушек.

Гимнастический зал неистовствовал. Русские знают их учебник! Чудеса в решете! А говорят еще — «железный занавес»!

И это было точкой, поставленной в конце беседы, так понравившейся нашим юным американским друзьям. Думаю, что она принесла мало удовольствия коскому из педагогов школы.

Те, кто ведают организацией народного просвещения в США, боятся правды. Из школьных библиотек изымаются многие книги прогрессивных авторов, объективно подходящих к истории США, к внешнеполитическому курсу Вашингтона. Школьные советы куда больше устраивает макулатура типа «Вызова демократии».

Отметим, что школьный совет может запретить и уничтожить тот или иной учебник по самым разным причинам.

В 1956 году отделом народного образования штата Джорджия был запрещен сборник песен «Вместе мы поем», в котором ревнителю американизма усмотрели призыв к равноправию негров. Изъятие учебника «Америка, земля свободных» было мотивировано тем, что в нем якобы авторы переоценили (?) значение Севера в американской революции.

Иные «педагоги» в США задаются драматическим вопросом: а нужны ли учебники вообще? Например, член городского школьного совета города Нью-Йорка Допси официально предложил ввести в учебные программы элементарных школ карточные игры, которые «больше способствуют развитию сообразительности, делового духа и практической инициативы, чем все учебники арифметики».

Широкое распространение в американской школе находят специально разработанные на манер комиксов, донельзя примитивные иллюстрированные курсы наук начиная со всеобщей истории и кончая обществоведением.

Весьма многочисленны «исследования» «специалистов» по русскому вопросу. Причем даже если в них полным-полно чепухи, они усиленно навязываются не только учащимся, но и педагогам.

Однажды после лекции о подготовке научно-технических кадров в СССР мне «в знак благодарности» преподнесли брошюрку о техническом образовании в СССР. К сожалению, я смог ознакомиться с ее содержанием лишь значительно позже.

Рассказ о системе технического образования в СССР начинается с «секрета», якобы раскрытого авторами брошюры. Ларчик советских успехов в науке открывается, по их мнению, весьма просто: автоматизация. Да, автоматизация учебного процесса! Как же изображают ее в сем «труде»? На этом, пожалуй, стоит остановиться. Тем более, что авторы, выдавая себя за знатоков системы технического образования в СССР, ссылаются на то, что якобы видели своими глазами.

...Абитуриент входит по лестнице громадного ультрасовременного здания в приемную комиссию института. Двери открываются сами собой, едва он приближается к ним, в зале нет никого из обслуживающего состава, но стоит счетно-решающая машина, поблескивающая кнопками, рычажками, разноцветными лампочками.

Указатель на машине говорит о том, какую кнопку надо нажать, чтобы получить бланк для заполнения. В бланк включены не только вопросы социально-демографического характера. Ряд вопросов, оказывается, позволяет определить уровень сообразительности и знаний абитуриента.

После заполнения анкеты абитуриент подходит к другой машине, издающей жужжащий звук. Абитуриент опускает в специальное отверстие анкету. Машина совершает фантастическое количество операций, проверяя правильность анкеты, определяя возможность за-

числения студента с учетом конкурса, вакантных мест и т. д. Оказывается, русские полностью автоматизировали высшую школу: работа деканов, заведующих кафедр и даже хорошенекких секретарш сейчас выполняется счетно-решающими устройствами.

Но уж удивлять так удивлять, считают авторы. Фантастические машины приемной комиссии в институте, пишут они, не только проделывают в мгновение ока все вышеперечисленные операции, но и берут отпечатки пальцев абитуриента, делают мгновенный фотоснимок, пока будущий инженер нажимает на кнопки и дергает рычажки.

А вот как выглядит в брошюре зачисление студента в вуз. «Абитуриенту предлагается положить руку в отверстие диаметром шесть дюймов». Обратите внимание, какая точность! Можно подумать, что сами авторы измеряли отверстие штангенциркулем! Зачем же понадобилось испытывать нервную систему абитуриента? Очень просто. В то время как абитуриент в ужасе думает о судьбе своей кисти, «ему автоматически надевается на руку металлический браслет с жетоном, который является личным знаком студента и ключом к двери класса, общежития, обучающим машинам».

На следующий день вновь зачисленного студента подымают в 7.30. Наскоро умывшись, одевшись и позавтракав, студент спешит в класс. Дверь классной комнаты открывается автоматически, если в специальное отверстие вставить жетон-ключ. Им же регистрируется присутствие студента на занятиях.

Ну, а экзамены? Экзаменационная сессия в СССР также проводится автоматически. Экзамен проходит в специальной кабине. Как только дверь кабины открывается (все тем же жетоном), из экзаменационной машины выскакивает экзаменационный билет и часы начинают отстукивать регламентированное время. За успехи в науках русский студент «стимулируется соответствующим вознаграждением: лучший студент получает более вкусную пищу».

На кого рассчитывают авторы брошюры, придумывая такое? Трудно сказать. Но читать их противно.

А ведь книжка не является сборником анекдотов, она представляет собой «научное» исследование мистеров Перри, Лебсу и Лисспера.

Кому же все это на руку? — может спросить читатель. Ответ на это дают сами трезвомыслящие американцы. В книге «Холодная война в учебных заведениях» С. Силен пишет:

«Американские финансовые магнаты стремятся покорить весь мир, и поэтому не удивительно, что они начинают с удушения учебных заведений у себя на родине... Они настойчиво пытаются заставить плясать под свою дудку американский народ».

«Промывание мозгов у нас, — удачно заметил какой-то корреспондент «Детройт ньюс», — начинается с колыбели». Верно сказано!

Мощным рычагом дезинформации общественного мнения Америки наряду с телевидением и радио является большая пресса, всецело подчиненная интересам монополистических кругов.

Безусловно, «тиви» обладает большей силой эмоционального воздействия (живой образ, звук, цвет) по сравнению с печатью, однако кратковременность изображения в кадре, сравнительно ограниченная сфера использования телевизора позволяют считать печать более эффективным средством «массового общения». При этом насыщенность газет и журналов огромным количеством фотоинформации, специфическое построение газеты, подборка и подача материала, упрощенные лексико-стилистические средства — все это способствует ее воздействию на умы и сердца американцев.

Прессе в американской системе «промывания мозгов» издавна отводится исключительно важное место. Послушная своим хозяевам, она дезинформирует читателя, сбивает его с толку, уводя от вопросов, которые он хотел бы задать не только самому себе, но и владельцам фирмы, на которых он работает, конгрессмену, за которого он голосовал на выборах, наконец, Белому дому, государственному департаменту, Пентагону...

Знакомясь с буржуазной печатью США, прежде всего поражаешься огромному количеству газет и журналов, их крикливому разнообразию, миллионным тиражам, многополосности большинства ведущих газет. Только на английском языке в Америке в 1960 году издавалось 1755 газет общим тиражом около 58 миллионов экземпляров, не считая 544 воскресных газет, тираж

которых составлял 48 миллионов, и 9000 еженедельных с тиражом 22 миллиона экземпляров.

В одном Нью-Йорке издаются крупнейшие газеты: «Нью-Йорк геральд трибюн», «Нью-Йорк джорнел Америкэн», «Лонг-Айленд стар джорнел», «Лонг-Айленд пресс», «Нью-Йорк миррор», «Нью-Йорк дейли ньюс», «Нью-Йорк пост», «Нью-Йорк таймс», «Нью-Йорк уорлд телеграм энд Сан» тиражом 6 068 375 экземпляров. Многие газеты выходят 3—4, а то и более раз в день.

Помимо газет громадными тиражами издаются сотни журналов, рассчитанных на различные слои читателей. Здесь и иллюстрированные журналы «Лайф», «Лук», «Ньюсуик», предназначенные для широкого круга читателей, информационный иллюстрированный журнал «Тайм», «Форчун» — прекрасно издаваемый, дорогой журнал, рассчитанный на промышленников и деловых людей. Издаются многотысячными тиражами журналы для женщин: «Ледиз хоум джорнел», «Уи-менз хоум компенион». Не забыта и молодежь: для них печатают «Брайт ту би», «Холидей», «Джек энд Джил». Перечень журналов, которые освещают проблемы политики и быта, школы и искусства, можно было бы продолжить, но вряд ли это необходимо. У большинства массовых периодических изданий в США, — несмотря на различные обложки, — цели, задачи весьма схожие.

Правда, есть в Америке и умеренно-либеральные газеты и журналы (я не говорю уже об изданиях прогрессивных организаций), не вся пресса дует в дудку большого бизнеса. Было бы совершенно неправомерным проводить параллель, скажем, между «Дейли ньюс» и «А. Ф. Стоунс уикли», между журналами «Тайм» и «Нейшн», но, к сожалению, такие газеты и журналы малочисленны, тираж их невелик, да и купить их можно далеко не везде.

А ведь именно прогрессивные газеты и журналы срывали маску с американской военщины во время спровоцированного ею «кубинского кризиса», рассказывали американскому народу правду о расистском разгуле в Гарлеме, Литл-Роке, Бирмингеме, объективно освещают жизнь в СССР и других странах. Можно, конечно, не соглашаться с методами подачи некоторых материалов, спорить в отношении интерпретации тех или иных фактов, но, безусловно, именно эти газеты и

журналы помогают американцам разобраться в сложном калейдоскопе политической жизни страны.

Что касается большой прессы, то ведущие монополии США полностью контролируют ее, не только подчиняя себе наиболее влиятельные газеты и журналы, но и имея своих представителей в «мозговых трестах» печати.

«Нью-Йорк таймс» связана с концернами Моргана и Рокфеллера, нью-йоркской банковской монополией Лименов. «Нью-Йорк геральд трибюн» известна своими финансовыми узами с Морганами. Не отстает от этих газет и «крупнейшая в мире», как она сама себя называет, «Чикаго трибюн». Газетный концерн Маккормика-Паттерсона владеет рядом ведущих газет и журналов США, куда входит и «Чикаго трибюн». Концерн находится ныне в руках миллионеров Медиллов, которые интересуются не только газетным делом, но и производством сельскохозяйственных машин и стали, являясь владельцами «Интернейшнл харвестер компани» и обладая большими пакетами акций «Юнайтед Стейтс стил корпорейшн».

Зависит от монополий и местная буржуазная пресса.

Не секрет, например, что в штате Монтана, штате медных рудников, пресса негласно контролируется меднорудной компанией «Анаконда коппер майнинг», которая находится в руках Рокфеллера. Как бы ни пытались казаться «независимыми» «Монтана стандарт», «Бьютт дейли пост», «Мизула сентинэл» или «Индепендент рекорд», это не меняет сути дела.

Профессор Б. Спириу в книге «Отравители» приводит интересный пример зависимости американской прессы от большого бизнеса.

В 20-е годы некоторые американские газеты повели кампанию против передачи государственных нефтеносных земель рокфеллеровской «Стандард ойл» («Стандард ойл» получила земли благодаря подкупу ряда влиятельных государственных служащих). Рокфеллеры молчали до тех пор, пока газеты перебивали кости подкупленных, но, как только на страницах газет появился материал о влиянии нефтяных магнатов на правительство США, некоронованные короли Америки показали зубы. Нет, они не съели редакторов газет и авторов

газетных информации. Просто банки прекратили выдачу газетам кредитов, бумажные концерны поставляли им бумагу по завышенным ценам, железные дороги развозили газеты не торопясь. «Борцы против коррупции» были быстро укрощены и замолчали.



Остановимся теперь на характере и особенностях американской буржуазной прессы.

Американская газета, какого бы направления она ни была, ежедневно обрушивает на читателя поток «общечеловеческого» материала: сенсационных статей, репортажей и заметок сексуально-криминального характера и, наконец, фотоиллюстраций, причем все это не только для того, чтобы сделать газету более читабельной, заставить купить ее.

Так называемый «общечеловеческий» материал служит делу дезинформации читателей, особенно тех, кто «может читать, но не в состоянии мыслить». Обильно публикуя материал об убийствах и грабежах, смакуя семейные дразги миллионеров и кинозвезд, газета затушевывает, отодвигает на задний план важный, существенный материал как местного, так и международного характера.

Каноны такого рода журналистики, изложенные еще в 1927 году газетным магнатом Рандольфом Херстом, живы и по сей день, хотя на него сейчас и не модно ссылаться в Америке. Херст утверждал, что читателя привлекает материал, отражающий: 1) самосохранение, 2) любовь и 3) тщеславие. Стоит полистать почти любую американскую газету, чтобы убедиться: подача материала по-херстовски и сейчас не утратила привлекательности для американских журналистов. Даже такие солидные газеты, как «Нью-Йорк таймс», «Крисчен сайенс монитор», не прочь вывесить на своих полосах нижее бельишко модной голливудской стар или «обыграть» очередной скандал в высшем свете.

Делу дезинформации служит, как это ни странно, и большой объем американских периодических изданий. Все американские газеты выходят на десятках полос обычного или уменьшенного масштаба. Известны случаи, когда объем «Нью-Йорк таймс» составлял 250—280 полос. «Дейли ньюс» выходит на 150 полосах и бо-

лее. Все газеты насыщены разнообразным материалом, начиная от корреспонденций и обзоров в 3000—3500 слов и кончая заметками в 15—20 слов. Большое место занимают иллюстрации и реклама. Некоторые газеты отводят 55—75% полосы рекламе и до 15% места — фотоиллюстрациям.

Текст более или менее крупных информации, корреспонденций, заметок нередко разбивается на куски и бессистемно разбрасывается по всем полосам газеты. Начало корреспонденции или только ее «ударный» заголовок дается на первой полосе, а продолжение можно найти, если вы захотите и у вас есть время, на 16, 23, 34, 48, 73, 108-й или других полосах. Трудно ориентироваться в джунглях газетного чтения!

Многополосность газет, обилие фотоиллюстративного материала, кричащий заголовок, «ведущий абзац», насыщенность газеты рекламой — все это заставляет не читать, а бегло просматривать ее, фиксируя внимание лишь на том, что бросается в глаза.

Один из американцев рассказал мне, как читают даже такую respectable газету, как «Нью-Йорк таймс». Люди деловых кругов, пробежав галопом по заголовкам, изучают курс акций на бирже; средний американец, просмотрев надписи под фото, перейдет к спорту; женщины изучают рекламу и моды. А дети? Дети предпочитают всем газетам комиксы.

Заголовок нередко занимает в американской газете до 20% всего места. Он должен привлечь внимание читателя, сформировать его мнение до того, как тот начнет читать текст заметки или информации. Заголовок в американской газете, пишет М. Огл в книге «Общественное мнение и политическая динамика», «выкрикивает суждение и требует действия. Он может убить репутацию или породить панику, способен спровоцировать линчевание или породить войну... У читателя воспитывается тенденция выносить суждение прежде, чем он по существу получит достаточно информации для того, чтобы выносить это суждение. Заголовок... парализует способность читателя к связному мышлению».

Главное — удивить, встревожить, взбудоражить. Не случайно заголовок подчас набирается шрифтом в 12—15 сантиметров! Чем сенсационнее материал, тем крупнее заголовок.

Составление заголовка для любого материала требует особого мастерства... дезинформации. Да, да, я не оговорился: в практику американского журнализма прочно вошел заголовок, не соответствующий содержанию материала, если он носит не развлекательный, а политический характер. После одного из опросов Института Гэллага выяснилось, что около 30% читателей отдают себе отчет в том, что заголовки искажают содержание сообщения.

Немалую роль такие газеты, как «Нью-Йорк таймс», отводят так называемому «ведущему абзацу», с которого начинается сообщение. «Ведущий абзац» содержит не только краткое изложение материала, но и определенное резюме, как правило весьма тенденциозное. Он рассчитан на то, что, восприняв определенную пропагандистскую оценку, читатель не будет интересоваться самим существом излагаемого далее материала. И расчет дезинформаторов нередко оправдывается.

Солидное место в любой американской газете занято рекламой. Рекламирывать в США умеют. Ярко, броско, завлекательно и, как правило, с сексуальным душком. Мыло и зубную пасту, сигареты «Кент» и коньяк «Мартель» газеты рекламируют с помощью одетых, полураздетых и просто раздетых герлс на пляже, в будуаре, в вертолете, на лошади.

Только один нью-йоркский универмаг «Мэйси» выплачивает газете «Дейли ньюс» 3 миллиона долларов ежегодно за рекламу. А ведь «Дейли ньюс» рекламирует не только дамское белье, но и автомобили, медикаменты, приборы.

«Да, моя газета существует за счет доходов от рекламы. Лишись я возможности публиковать рекламные объявления, и газета перестанет существовать,— признал в беседе с нами редактор одной маленькой газетки в Нью-Джерси.— Но я не вижу в этом ничего плохого. Я не рекламирую ни наркотики, ни средства массового уничтожения».

Спасибо ему и за это, но и торгово-промышленные объявления в его газете рекламируют не только патентованные лекарства, шотландское виски или авто «Гэлэкси». Цель рекламы — не только привлечь покупателя в универсальный магазин Вульворта, но и заигнотизировать его «прелестями» «американского образа

жизни», так, чтобы он мыслил не больше кролика перед питоном.

Рекламируются не только средства от пота и бюстгальтеры на паралоне, но и атомные бомбоубежища (как индивидуальные, так и коллективные), и развселемая жизнь в вооруженных силах. Рекламируются не только подтяжки, на которых можно повиснуть, упав с пятого этажа, или новая паста, почистив которой зубы мужчина может смело рассчитывать на то, что его захочет поцеловать сама Лиз Тейлор, но и более дорогостоящие «предметы первой необходимости», например миниатюрный дозиметр, долгоиграющая стереофоническая пластинка с песенкой «Если упадет атомная бомба» или консервированная вода на случай радиоактивного заражения источников влаги. Что это — бизнес? Да. Но прежде всего запугивание! Запугивание с целью раздувания военного психоза.

Расходы на рекламу в США, по официальным данным, втрое превышают государственные расходы на образование, здравоохранение и социальное обеспечение, вместе взятые.

Поистине национальным бедствием называют прогрессивные американцы так называемые комиксы. (Только в 1952 году в США ежемесячно продавалось 100 миллионов экземпляров комиксов, издаваемых отдельными выпусками.) Комиксы занимают от нескольких колонок до целой полосы газеты. Отдельные рисунки, связанные друг с другом одной сюжетной линией, имеют подписи, либо поясняющие действия персонажей комикса, либо передающие (в ультракоротком виде) их речь. Героями комиксов выступают детективы и гангстеры, сотрудники ФБР и супермены, «видения загробного мира» и проститутки. Изображаются и те, с кем успешно борются детективы и супермены. Это — коммунисты, «цветные» или пришельцы с других планет.

В комиксах открыто проповедуются культ войны и насилия, садизм, мистика, низменные инстинкты, секс.

Сцены непристойностей, пыток, насилий, снабженные пошлым и примитивным текстом, развращают и отупляют читателей, особенно молодых.

Вот названия некоторых комиксов: «Охотник за ведьмами», «Преступление в спальне», «Загадочная паутина», «Знаменитые гангстеры», «Смерть в петле», «Труп в авто», «Охота за людьми», «Нож в спину», «Кто был убийца», «Убийца не найден», «Я убийца», «Он стал убийцей». В одном из комиксов было показано... 16 способов убийства. Гангстер шилом протыкал своим жертвам горло, вливал в рот расплавленный свинец, проламывал голову раскаленным утюгом.

Все чаще и чаще появляются в комиксах те же гангстеры, но одетые в форму морской пехоты США или десантно-диверсионных отрядов. У них в руках уже не шило или утюг, а базуки, пулеметы, тактическое атомное оружие. Кочует из картинки в картинку изображение зловещего гриба атомного взрыва. («Ничего страшного», — уверяют авторы комиксов).

Комиксы возмущают многих в Америке. Психиатр Фредерик Уартхем писал, что «комиксы отвратительны, безграмотны, шаблонны, порочны и грубы. Их сюжеты... внушают идеи расового превосходства и расовой неполноценности, пропагандируют развращенность».

Но у комиксов есть влиятельные защитники, и это не только те, кто получает миллионные прибыли от продажи тлетворных картинок, но и те, кто наживается на кровавом бизнесе гонки вооружений и подготовки новой войны. Комиксы, утверждают иные журналисты, «дают великолепный выход врожденному чувству агрессии» и т. д. и т. п.

Влияние комиксов растет из года в год. Миллионы людей привыкли к комиксам, они ждут продолжения знакомых серий, ждут очередной порции жестокостей и секса.

Американский исследовательский институт рекламы с 1939 по 1950 год систематически проводил анкеты с целью выяснить, какой материал в газете привлекает внимание читателя больше всего. Что же выяснилось? От 85 до 91% читателей привлекали сенсационные фото; 76% просматривали спортивный репортаж и хронику; 83% интересовались иллюстрированными новостями; 40% — биржевыми и торгово-деловыми сведениями; около 80% взрослых и 95% детей зачитывались комиксами.

Привыкая к тому, чем изо дня в день угощает его большая пресса, иной читатель мало-помалу начинает воспринимать окружающий его мир через призму комиксов, полупорнографических заметок, трескучих детективно-криминальных репортажей. И — не только тупеет, но утрачивает интерес к пониманию действительно больших и сложных проблем эпохи.

■

В беседах с американскими журналистами мы спрашивали: зачем многие газеты и журналы США проповедуют садизм, уголовщину, разврат? Разве это служит повышению морали? Что получает общество от сплошного потока сексуально-криминальной информации?

Многие наши собеседники, отвечая, приводили два аргумента. Одним была пресловутая свобода печати, вторым — самоконтроль читателя.

Да, газета, журнал публикуют то, что, по мнению редактора, представляет «общечеловеческий» интерес, говорили нам. Да, в газетах много пишут о грабежах и убийствах. Но ведь, как правило, правосудие торжествует, и в конечном счете вы видите на фото преступника в наручниках или за решеткой. К тому же пресса имеет право на публикацию любого материала — какое-либо ограничение этого приведет к нарушению традиционных американских свобод.

Да, подчас в прессу проникают непроверенные, неподтвержденные и даже искаженные факты. Что ж из того! Печать — это искусство. Дело читателя — разобраться в том, что он читает.

Американские газетчики, с которыми мы беседовали, хотя и с оговорками, признавали те или иные пороки прессы США: чрезмерное увлечение пустопорожними сенсациями, засилье рекламы и даже зависимость прессы от большого бизнеса. Однако они чрезвычайно болезненно реагировали на констатацию того, что в США существует (и процветает) желтая журналистика со всеми ее неприглядными приемами и методами.

«Зачем вы нападаете на нашу прессу? — спросил нас как-то один из американских журналистов на очередной пресс-конференции. И, не пояснив, что и кого он имел в виду, бросился в атаку: — Вы же отлично

знаете, что желтой прессы, о которой вы любите говорить, у нас давно нет. Херстовская пресса канула в Лету, современная печать служит общим идеалам и безусловно свободна. Ведь публикует же она и заявления вашего правительства! «Рыцарям замочной скважины», «револьверным журналистам» нет места в американских газетах...»

Я был убежден, что мой оппонент, несмотря на всю его горячность, сам не очень верил в то, что говорит. Во всяком случае, многие серьезные исследователи американской прессы придерживаются иной точки зрения, куда более соответствующей действительности.

В самом деле, если говорить откровенно, многим ли отличается от желтого херстовского «Экзаминера» нынешний «Инкуайрер» миллионера Маклина, который открыл настежь двери репортерам, орудующим авторучкой и фотокамерой не хуже, чем вор-рецидивист отмычкой? Случайно ли, что газета имеет постоянную рубрику «Голливуд через замочную скважину»?

«Инкуайрер» отнюдь не одинокий островок в море «добропорядочной» американской прессы. Его заткнули за пояс такие, с позволения сказать, органы печати, как «Конфиденшл» («Секретно»), «Уиспер» («Шепот»), «Икспоузд» («Разоблачения») и другие им подобные бульварные листки. Названия газет говорят сами за себя!

Чем заполнены страницы этих сексуально-шантажистских изданий? Упомянем прежде всего об одном, наиболее крупном — «Конфиденшл». Газета была основана сравнительно недавно — в 1952 году. Тираж составляет около 10 миллионов экземпляров. Девиз газеты: «Подавай факты и называй имена». Бывший главный редактор газеты Говард Рапмон был следователем в комиссии по расследованию антиамериканской деятельности, его правой рукой — специалист по шантажу Роберт Гаррисон.

Факты, компрометирующие влиятельных лиц и их жен, звезд Голливуда, чиновников и полицейских, добываются репортерами газеты любыми средствами. На их вооружении портативные магнитофоны, телекамеры, миниатюрные фотоаппараты. Нередко на помощь приходит фантазия. Внесла свою лепту газета и

в борьбу маккартистов с прогрессивно настроенными американцами. Так, в одном из номеров газеты был опубликован очерк о «рассаднике коммунизма» — Гарвардском университете.

Многолетняя деятельность газеты привела к вполне логичным результатам. В 1957 году был возбужден процесс против «Конфиденшл». Гаррисона обвиняли в преступной клевете. И что же? Процесс в Лос-Анжелесе превратился в рекламу для «Конфиденшл». За газету вступилась большая пресса, закричавшая о «свободе слова», о «свободных традициях американского журнализма», о «свободе информации». И это не удивительно. Ведь приемы «Конфиденшл» отнюдь не чужды и ряду других американских газет.

Прогрессивный американский журналист Альберт Кан рассказывает, что репортер одной весьма популярной в США газеты посетил женщину, которую десять лет назад в связи с каким-то нашумевшим судебным процессом ложно обвинили в шпионаже.

За это время она вышла замуж. Представившись ей, репортер сказал:

— Мы собираемся поместить в нашей газете очерк о том, что вы делали последние десять лет и как живете сейчас. Если вы согласитесь дать нужную нам информацию, мы обойдемся с вами по-хорошему. В противном случае газета укажет вашу теперешнюю фамилию и адрес. Тогда вы и вся ваша семья узнаете, почему фунт лиха...

Женщина знала, что фотокорреспондент этой газеты снимал ее мужа и детей, прятаясь в доме на противоположной стороне улицы. После состоявшегося интервью газета на первой полосе поместила «сенсационный» материал со снимками, тайно сделанными фотокорреспондентом...

Подстатья «Конфиденшл» газета «Инкуайрер». Познакомимся с содержанием одного из ее номеров.

26 мая 1963 года газета, как обычно, вышла на 32 полосах. Это, пожалуй, немного для газеты, которая называет себя «самой живой газетой в мире». О чем же она поведала в тот день читателю?

В газете было опубликовано 43 информации, заметки, интервью, письма, 54 фотоиллюстрации. Заголовки, данные в газете «ударным» шрифтом, можно

разбить на несколько групп: 11 — о смерти, 14 — о преступлениях, 17 — на интимные темы, 19 — сенсационных, 16 — о сексе.

Через всю первую полосу идет заголовок информации (текст которой помещается на второй полосе). «Не надо, мамочка» набрано шрифтом в 6—7 сантиметров, а чуть ниже, мельче — «говорил ребенок, которого она избивала до смерти». На второй полосе рассказывалось о том, как мать убила своего сына и сколько синяков и кровоподтеков было обнаружено на теле мальчика. Разумеется, дано фото отца и матери.

«Обвинила зубного врача в том, что не может целоваться после удаления зуба», «Он медленно умирал в цистерне с нефтью», «Я скучаю по женщине», — гласят другие заголовки. Не правда ли, «важнейшая информация» дня?!

Публикует газета и сообщения из-за рубежа, конечно в том же ракурсе. Так, корреспондент из Женевы сообщил, что Эльза Мартинелли на балу потеряла платье. Ее любовник вынужден был отдать ей свой пиджак.

В рубрике «Голливуд через замочную скважину» читатель узнал о том, что король рок-н-ролла Элвис Пресли, переодетый женщиной, сломал два ребра другу, решившему подшутить над Элвисом.

Рекламирует газета и «предметы человеческого интереса»: «Справочник по разводу и алиментам», комплект «616 фото зверств и насилия» (всего за 2 доллара), а также фото (размером 4 × 5) останков Муссолини и его любовницы. Так что выбор большой, богатый.

Мужчинам старше 40 лет газета рекомендует (бесплатно) восстановить увядающую силу по методу Стейна и т. д. и т. п.

Подстать информационным сообщениям газеты и письма читателей, публикуемые на ее страницах. Читательница Д. Г. из Детройта пишет: «Одной 11-летней девочке отец сказал, что если она будет пить пиво, то опьянеет. Ненормальный! Моему ребенку только 10 лет, но я даю ему пиво, когда пью сама».

Мне могут возразить: а зачем автору понадобилось разбирать такие издания, которые сами американцы считают бульварными?

Ответить на это нетрудно.

Если бы таких газет в США было всего 4—5, если бы они продавались, что называется, из-под полы, а остальные издания периодики были на них не похожи, то, разумеется, о нескольких бульварных листках и говорить бы не стоило. Но, к глубочайшему сожалению, дело обстоит совершенно по-иному.

Газет, подобных «Инкуайрер» или «Уиспер» в США десятки; их можно купить в любом киоске, и их покупают, причем довольно охотно. Более того, попробуйте купить в Мобиле (штат Алабама), Джэконсвилле (штат Флорида) или Ньюпорте (штат Орегон), да и в ряде других городов, даже «Нью-Йорк таймс», вам ответят, что такой газеты здесь не найти, зато вам тут же предложат «Флеш», «Татлер», «Инсайд ньюс», «Найт стори» и им подобное чтение. Но дело не только в этом. Факты говорят о том, что и некоторые крупные газеты, например «Дейли ньюс», приносят обильную дань желтому журнализму.

Перед нами обычный номер «Дейли ньюс» (от 3 марта 1964 года). С какими новостями и событиями знакомит газета своих читателей?

На первой полосе под аршинным заголовком «Стычка в Мариколе» и подзаголовком «Ворюги влипли в ловушку, расставленную полицией» дано громадное фото очередной детективной операции. Сама информация об этом, помещенная на 2-й и 4-й страницах, заняла 270 строк. Чтобы читатель мог лучше ознакомиться с тактикой гангстеров, совершивших налет на банк, дана подробная схема операции.

Из этого же номера «Дейли ньюс» читатель узнал, как другая группа бандитов «стянула в два приема драгоценности на 70 тысяч долларов», а мистер Франк Сакко, один из боссов «Коса Ностра» (подпольной гангстерской империи), отпущен под залог 250 тысяч долларов, хотя американской Немезиде хорошо известны все похождения этого главаря преступников (тут же помещен портрет гангстера).

Узнали любознательные читатели «Дейли ньюс» и о том, как 15-летний школьник ударил стулом учителя. Газета сообщила, что подросток уже имел несколько приводов. (Такой информацией вряд ли можно удивить американского читателя. Эка невидаль — ударить

стулом педагога! Вот отравить мать и отца только потому, что они «мешают жить, как хочешь, когда тебе 9 лет», как об этом писала «Чикаго сан», это еще куда ни шло!)

Впрочем, газета касается и действительно значимых событий в жизни американского общества. Но как? «Дейли ньюс» уделяет значительное место процессу над Руби, и в этом материале вы обнаружите миллион деталей, описываемых из номера в номер, но... не найдете ни малейшей информации, с кем же был связан предполагаемый убийца президента Кеннеди — Освальд, кто подослал к нему в полицейский участок Далласа гангстера Руби. И вообще, собирается ли правосудие вывести виновников убийства президента на чистую воду?

Зарубежная информация? Есть и она! Газета сообщает, в частности, о том, что лидер английских лейбористов Гарольд Вильсон обещает пересмотреть соглашение с США о подводных лодках, вооруженных ракетами «Поларис». Довольно важное сообщение. Однако оно дано в углу полосы под скромным заголовком, не привлекающим внимания, объемом всего в 20 строк. В то же время гангстерам было отпущено 270 строк!

На страницах «Дейли ньюс» то и дело выступают бэрчисты, сторонники сенатора Голдуотера, с требованиями начать превентивную войну против Советского Союза, сбросить бомбу на «красный» Вьетнам, усилить подрывную деятельность против стран социалистического лагеря.

«К чему переговоры с Кремлем? Мы никак не можем понять, с какой стати наша страна должна искать основу для переговоров», — писала газета в 1961 году. Щелкоперы из «Дейли ньюс» делают вид, что не могут понять, зачем искать пути в мирном решении сложных международных проблем, зачем вообще иметь дипломатические отношения с Советским Союзом и т. д. И что самое прискорбное, они хотят и своего читателя заставить ломать голову над проблемами, которые для любого здравомыслящего человека яснее ясного.

А вот как информировала американцев газета о первом космическом полете в истории человечества: «Космический идол развенчан, это потомок царей. Космонавт Юрий Гагарин, который, по сведениям коммуни-

стов, является сыном простого русского столяра и стал героем якобы в результате существования превосходных советских государственных школ, на самом деле внук русского князя, расстрелянного большевиками... Для полета в космос выбрали именно Гагарина, этого ненавистного аристократа, так как если бы полет не удался, то о нем не стали бы жалеть».

Засилье уголовщины и рекламы, крикливые сенсации вокруг банальных происшествий, сплетни вместо новостей и, наконец, комиксы — все это служит дезинформации читателя, отвлекая, оглушая, уводя в сторону от большой дороги жизни и правды.

Чем мельче, «желтее» газета, тем примитивнее приемы дезинформации, тем грубее работа репортера, редактора, комментатора.

...Однажды на нашу выставку «Техническая книга» пришел корреспондент газеты «Детройт ньюс». Он внимательно рассматривал стенды с книгами, диаграммы, фото, что-то записывал в объемистый блокнот. Узнав у гида о демонстрации фильма «Снова к звездам» и беседе «за круглым столом» о советской системе образования, корреспондент сказал, что для редакции он сегодня конченный человек, и остался на выставке.

Мы были рады встрече с представителем прессы и предложили журналисту ответить на все интересующие вопросы. Вопросов было много. Интересных, толковых. Было ясно, что человек интересуется и хочет уяснить прежде всего для себя, как говорят американцы, «что есть что». Количество учащихся и вузов в Советском Союзе, тиражи и стоимость учебников — все это вызвало неподдельное удивление моего коллеги. Наш рассказ он прерывал восклицаниями: «Это удивительно!», «Не может быть!», «Почему мы ничего не знаем об этом!», «Черт возьми, так это же здорово!»

Часы работы выставки давно закончились, а вопросам не было конца. За окнами Кобо-холл вспыхнул неонном ресторанах и бурлесков ночной Детройт. С выставки мы уходили друзьями.

«Знаете ли, Джордж, — обратился ко мне мой собеседник, — я не преувеличу, если скажу, что сегодня я восполнил крупный, нет, громадный пробел в своем

образовании. Почти ничего не знать, вернее, знать не то о вашей стране — это не только непростительно, но и чудовищно. Я хочу сделать большой, интересный материал о вашей удивительной стране, о вашем героическом народе. Босс заинтересуется им».

Я был уверен, что босс цыкнет на журналиста, если тот положит ему на стол действительно интересный и объективный материал о СССР. Однако разубеждать своего коллегу не стал. Мы договорились встретиться через день на выставке.

Прошел день, за ним неделя, но журналист не показывался. Тем временем выставка советской книги в Детройте подходила к концу. Как-то вечером я зашел в бар гостиницы «Пик-форт» и увидел за стойкой знакомого корреспондента «Детройт ньюс». Встретив мой взгляд, он ступешевался. Кивком головы журналист поздоровался со мной и продолжал беседу с высоким парнем в роговых очках. Насколько я понял, речь шла или обо мне, или о нашей выставке, так как роговые очки несколько раз обратились в мою сторону.

Вскоре американцы рассчитались и покинули бар. Вслед за ними ушел и я. Портье гостиницы вместе с ключами от номера передал мне конверт. В письме меня просили не думать плохо ни об американских журналистах, ни о «Детройт ньюс». Для «восстановления дипломатических отношений» меня приглашали в импровизированный пресс-центр Детройта. Далее следовали время, адрес и фамилии корреспондентов газеты.

Вечером я был в клубе журналистов. Народ собрался разношерстный: и по возрасту, и по опыту, и по доходам. Соответствовал этому и кругозор моих собеседников.

Беседа началась в общем в мирной обстановке. Шло деловое обсуждение вопросов, которые волнуют всех. Но вот один из журналистов заговорил об «отсутствии свободы информации в СССР», и мне пришлось ответить, хоть я и не хотел первым развязывать острую дискуссию.

Очень по-разному мы понимали «свободу слова», «свободу информации». Да, американская буржуазная пресса «свободна» в деле публикации лживой рекламы, уголовщины, прикрытой и вполне откровенной порнографии. Нет ни одного номера «желтой» американской

газеты, в котором не сообщалось бы со всеми подробностями об отравлениях, изнасилованиях, убийствах, кражах и т. д. А внешнеполитическая информация? Тут уж искусство лжи доведено до совершенства! Ведь сообщила же пресса Детройта о первой советской выставке в городе, мягко говоря, исказив цель ее организации. А вспомнить приезд ансамбля Советской Армии в канадский город Виндзор, что на противоположном берегу реки. Многие газеты так обрушились на ансамбль, словно в Виндзоре была высажена воздушно-десантная дивизия!

Да, американцы могут иметь свое мнение по тому или иному вопросу. Но напечатано будет только то, что не противоречит взглядам хозяина газеты.

Заявлял же основатель газетной империи Скриппс-Говарда: «Я требовал от своих подчиненных — авторов отдельных статей, чтобы они выражали мое мнение, которое во многих случаях противоречило их собственному».

Новости в газету попадают не от собственных корреспондентов, а из информационных агентств Юнайтед Пресс Интернейшнл и Ассошиэйтед Пресс. В США существует монополия большого бизнеса не только на нефть, уголь, но и на информацию. Агентства продают новости и оптом и в розницу, но в таком виде и под таким соусом, какой они считают нужным.

Если вы живете в Нью-Йорке, у вас еще есть какая-то возможность разобраться в потоке противоречивой информации, прочитав ряд газет, в том числе зарубежных. А каково детройтцу? Ему приходится полагаться на вкус и политические симпатии редактора «Детройт ньюс» или «Фри пресс». А они заняты прежде всего тем, чем бы удивить читателя утром или вечером. В зарубежной хронике царит сумбур. Сообщения о той или иной стране появляются только тогда, когда там происходят события, задевающие «интересы США», да и то подчас многое высосано из пальца. Вот и ломает американец себе голову, скажем, над тем, что такое Алжир, в какой части света он находится, почему Алжир «попал под влияние Москвы» и попал ли вообще и т. д.?

Кое-кто со мной соглашался. Другие продолжали твердить о «свободе личности», «свободе творчества».

Пришлось напомнить им высказывание редактора «Нью-Йорк геральд трибюн» Джона Суинтона. Это было на одном из журналистских банкетов в городе Нью-Йорке. В ответ на здравицы подвыпивших магнатов прессы в честь «самой прогрессивной», «самой свободной» печати — печати США Суинтон, подняв бокал, сказал:

«У нас в Америке вовсе не существует что-либо подобное независимой прессе, если не считать некоторых провинциальных городов. Вы знаете это так же хорошо, как и я. Среди вас нет ни одного, кто осмелился бы честно написать то, что он думает, ибо все вы прекрасно знаете заранее, что подобная вещь никогда не будет напечатана и опубликована.

Мне платят 150 долларов в неделю за то, чтобы я не высказывал открыто и честно мою точку зрения в газете. Вы получаете подобное вознаграждение за то же самое, и если кто-нибудь из здесь присутствующих отважился бы искренне написать то, что он думает, его бы выставили из редакции.

Нью-йоркский журналист должен исказить правду, без стеснения лгать, фальсифицировать факты, клеветать, смиряясь перед мамоной, продавая за кусок хлеба и народ и страну.

Наш талант, наши способности, наша жизнь — все это собственность других людей. Мы стали интеллектуальными проститутками».

Конечно, далеко не многие журналисты в США падают в себе мужество сделать такое признание. Но все же Суинтон не одинок. Так, например, главный редактор газеты «Лос-Анжелес рекорд» признался: «Самое горькое в нашем положении — это то, что мы являемся наемными отравителями... За десять лет моей работы в различных газетах в качестве репортера, редактора и агента бюро печати я хорошо изучил среду, в которой мне приходилось работать... Для меня, как и для большинства моих товарищей, основная трагедия состояла в том, что наш опыт служит не освобождению, не росту, а порабощению и отравлению психики населения... Пресса продажна и развращена не больше, чем вся остальная система».

Метко сказано!

Далеко не всегда дезинформация ведется «открытым способом», грубо и откровенно... В верхней части первой полосы «Нью-Йорк таймс» напечатан девиз газеты: «Новости — все то, что подходит для печати». Однако газета печатает далеко не все новости. Очевидно, есть новости, которые, с точки зрения ее хозяев, не подходят для печати. Что же это за новости? Приведем случай, описанный на страницах прогрессивной американской печати.

Герберт Мэтьюс — один из редакторов «Нью-Йорк таймс», видный журналист, хорошо известный в стране. Мэтьюс был одним из немногих американских журналистов, побывавших на Кубе. Он попытался рассказать читателю о том, как живет героический народ Острова свободы. Почему же газета не опубликовала материал своего редактора? Это выяснилось после того, как статья Мэтьюса была напечатана в научном бюллетене Испано-американского института Станфордского университета.

Мэтьюс честно пишет о том, что он слышал и видел на Кубе, он разоблачает антикубинский курс Вашингтона, подчеркивая, что «правительство США замкнулось в своей жестокой, бесчеловечной и бесплодной позиции в отношении Кубы».

Опубликовать такое «Нью-Йорк таймс» не желала. Дезинформация? Может быть, в прямом смысле дезинформации здесь не было. Но разве не граничит с ней отсутствие принципиально важной информации?

Новости тщательно процеживаются через редакторское сито, так, чтобы они соответствовали линии газеты, то есть интересам тех, кто стоит за спиной издателя. То, что им не соответствует, попросту не доходит до читателя.

Значит ли это, что на страницах газеты вообще не найти материала, который никак не льет воду на мельницу большого бизнеса? Нет, это не так. «Нью-Йорк таймс» очень заботится о том, чтобы поддержать марку «правдивой», «объективной», «свободной» газеты. Попробуйте скрыть возмущение мировой общественности действиями США в Южном Вьетнаме или зверствами

португальских «умиротворителей» в Анголе, когда об этом вещают все радиостанции мира!

Попробуйте скрыть от американцев новые миролюбивые предложения Советского правительства, внесенные в ООН! Попробуйте, наконец, скрыть коррупцию в правительственных кругах Соединенных Штатов, махинации монополий, размах стачечного движения и т. д.! Об этом газетам нужно время от времени говорить, иначе растеряешь читателей, а потеря читателей влечет потерю фирмы-рекламодателя, то есть крах.

Разумеется, опубликовывая «опасный» материал, «респектабельные» газеты делают все возможное (и подчас очень тонко и умело), чтобы смягчить реакцию читателя на сообщение, информацию или статью. Умный комментарий, параллельно публикуемый материал противоположного характера, раздробление острого материала по многим полосам или упрятывание его туда, где его трудно обнаружить, и десятки других приемов нередко сводят на нет объективную ценность важной информации, хотя сам факт ее опубликования имеет бесспорно положительное значение.

Особенно изворачивается большая пресса, когда она имеет дело с освещением событий, которые так или иначе становятся известными американской общественности. Тут уж делается все возможное, чтобы представить события в выгодном свете, затушевать главное, выпятить маловажные детали и т. д.

Именно так, например, преподносилось американской общественности нарушение американским самолетом-шпионом «У-2» воздушного пространства СССР и провал этой разведывательной акции ЦРУ.

Как известно, 1 мая 1960 года советские ракетчики сбили «У-2» над Свердловском, а летчик Пауэрс выбросился с парашютом.

6 мая «Дейли миррор» под заголовком «Красные сбили американский самолет. Столица молчит» поведала читателю о событии, взволновавшем весь мир. Так как официальный Вашингтон находился еще в состоянии шока, то и пресса не была особенно словоохотливой.

Но вот госдепартамент выдвинул лживую версию о том, что «У-2» залетел в советские пределы «случайно», и «Дейли миррор» прорвало. Под аршинным заголовком

«Убийство — вот этому название» она завопила о том, что «самолет занесло (?) на советскую территорию в результате повреждения кислородного прибора пилота», а «бездушные красные» его сбили.

Более солидная газета — «Уолл-стрит джорнел» не могла напечатать такую откровенную «утку». Скромно упомянув, что она располагает особыми сведениями, газета писала: самолет нарушил границу, «очевидно, в поисках метеорологических сведений и был ошибочно принят за самолет-шпион».

«Метеорологические сведения», «ошибочно принят», «очевидно» — характерные словечки, при помощи которых газета пыталась ввести читателя в заблуждение.

Только 9 мая, то есть на пятый день после заявления ТАСС, где были изложены все обстоятельства инцидента, американская печать вынуждена была признать факт умышленного нарушения советской границы американским разведывательным самолетом. Но при этом газеты попытались сделать вид, что в общем-то ничего особенного не произошло. «Геральд трибюн», признав факт шпионажа, «успокоила» своих читателей тем, что, мол, Англия тоже занимается подобными делишками и что шпионаж — вполне обычная вещь. «Геральд трибюн» деланно удивлялась возмущению Советского Союза по поводу полета «У-2» и пыталась убедить американцев, что престиж США нисколько не пострадал от провала с самолетом-шпионом.

А обозреватель одной из газет взял да и ошарашил читателя тем, что «инцидент с «У-2» не является свидетельством мощи зенитно-ракетной обороны Советского Союза, скорее наоборот». Не ясно? Зато многозначительно. Хоть в чем-то напустить туману!

■

Мы говорили о фальсификации американской большой прессой внешнеполитических событий. Так же она пытается действовать и в отношении внутренних проблем США.

Взять хотя бы забастовку железнодорожников Лонг-Айленда. Когда компания, отказавшись удовлетворить требования служащих дороги, увидела, что забастовку твердо поддерживает профсоюз и бастующие не собираются сложить оружие, в ход была пущена

пресса. Крупнейшие газеты на первых полосах печатали материал, в котором резко осуждались действия железнодорожников. «Геральд трибюн» писала: «Если была когда-либо забастовка, которая в такой степени терроризировала население, то это забастовка железнодорожников».

«Мы напоминаем бастующим, что забастовка наносит вред обществу, частью которого являются они сами», — угрожала «Нью-Йорк таймс». Газета не поленилась подсчитать, что из-за 1350 бастующих 85 000 человек ежедневно не могут попасть вовремя на работу. Газета призывала союз подумать, к чему может привести забастовка. (Почему-то ей не пришло в голову призвать *компанию* подумать, к чему приводит ее нежелание пойти навстречу справедливым требованиям железнодорожников!)

Забастовка продолжалась, и газеты сменили тактику. Забастовка, писали те же «Нью-Йорк таймс» и «Геральд трибюн», не оказывает «решительно никакого отрицательного воздействия» на повседневную жизнь города. Бывшие железнодорожные пассажиры добиваются до работы на метро, автомашинах, катерах и даже вертолетах. Так что все о'кей: бастуйте сколько влезет!

В 1964 году пресса явилась полем ожесточенной предвыборной битвы. Драматизм обстановки состоял в том, что в Белый дом рвался ставленник самой махровой реакции Голдуотер. Однако буржуазная пресса и не думала открывать своим читателям глаза на сущность происходящего, сплачивать все здоровые силы нации на защиту демократии. Пресса оставалась верной себе, швыряясь комьями грязи, дезинформируя, уводя в сторону от жгучих вопросов рядового американца, рядового избирателя. Прореспубликанские газеты из кожи вон лезли, стараясь убедить читателей в том, что именно Голдуотер и Миллер — это те люди, без которых Америка лишится и «процветания», и мира. Использовался весь арсенал средств: крупный шрифт, первые полосы, мягкие выражения, слащавая реклама — для «своего» кандидата; шрифт помельче, место на последних полосах, площадная брань — для противника.

Ведущие газеты наперебой публиковали материалы

о предвыборных вояжах кандидатов в президенты и выдержки из их речей, играя в объективность и не отдавая предпочтения ни Джонсону, ни Голдуотеру. Как будто то, что происходило в Штатах осенью 1964 года, было вполне обычной предвыборной дуэлью!

Местные газеты были далеки от политического кокетства. Они выполняли приказы своих хозяев прямо и грубо. «Дохан игл», издающаяся в Алабаме, видела свою задачу в том, чтобы как можно подробнее осветить выступления сенатора Голдуотера. «Барри обвиняет администрацию в слабости», «Голдуотер заявляет, что демократы втянули США в войну», «Успех окрыляет Барри» — такие заголовки кочевали из номера в номер.

«Успех Барри очевиден», — кричала газета «Цинциннати ньюс», выходящая за тысячу миль от Алабамы, в городе Цинциннати (штат Огайо). «Огайо и Америке нужен Барри», — убеждала она избирателей. «Барри впереди!» — кричали аршинные заголовки газеты.

Продемократические газеты в свою очередь создавали шумную рекламу Джонсону, восхваляя достижения демократической партии, расписывая молочные реки и кисельные берега так называемого «великого общества» и т. д.

«Пресса ведет избирательную борьбу с гирей в перчатке, — как-то сказал нам корреспондент «Пост энд Таймс стар». — Мнение газеты — это мнение тех, кто ее субсидирует». Корреспондент не открыл газетной Америки, и я не стал бы его цитировать, но факт, который он сообщил, заслуживает внимания.

«Аллен Брэдли компани» помещала рекламу в «Сатердей ивнинг пост». Помещала рекламу, исправно переводя на текущий счет журнала довольно приличную сумму — 200 тысяч долларов. Но вот 30 сентября 1964 года поверенный в делах фирмы официально уведомил журнал, что «Аллен Брэдли» прекращает публикацию рекламы за «нелояльное отношение» редакции к сенатору Барри Голдуотеру. «Нападки» на Голдуотера заключались в том, что на страницах журнала была подвергнута критике (надо сказать, довольно умеренной) человеконенавистническая платформа голдуотеровцев. Вот тебе и свобода «самой свободной прессы»!

Не было недостатка и в чисто дезинформационных материалах. Газета «Вестерн стар» публиковала так называемую «страницу мнений». Читая эту «страницу», неискушенный в политике американец приходил к выводу, что Голдуотер открывает перед Америкой путь процветания и благоденствия. В те дни снова вытащили на свет божий и дело Боби Бейкера, бывшего секретаря сенатского большинства демократической партии, погрязшего в вымогательствах и коррупции. Его имя склонялось с некой мисс Ронеч («по сравнению с которой Кристин Килер выглядит школьницей»). При этом газеты вовсе не преследовали цель раскрыть суть дела. Они требовали, чтобы правительство Джонсона сообщило американскому народу, являлась ли Элли Ронеч «красной шпионкой».

Большинство газет США даже не заикнулось о том, какие силы стоят за Голдуотером, почему сенатор из Аризоны оказался победителем на республиканском съезде в Коровьем дворце. Не объяснили газеты толком в ходе кампании, что означает для американского народа голдуотеризм, что перед Америкой действительно было два пути, одним из которых был путь к войне и фашизму. Не объяснила пресса и того, почему же все-таки около 26 миллионов американцев отдали свои голоса лидеру «бешеных».

В тон газетам Институт Гэллапа публиковал пространные анкеты, цель которых состояла не столько в том, чтобы выяснить, кого поддерживает большинство американцев, а сделать так, чтобы американцы потерялись в догадках: кто же им милее — Джонсон или Голдуотер?

25 сентября на страницах газеты «Нью Орлеан айтем» выступил не кто иной, как Джордж Гэллап, директор Института общественного мнения, и вместо того, чтобы рассказать читателю о действительном соотношении сил на предвыборной арене, пустился в анализ «преобладающих определений» в характеристике кандидатов в президенты.

Как показала одна из анкет, американцы дали такие характеристики Джонсону: «хорошо подготовленный» — 63 %, «интеллигент» — 56 %, «честный» — 42 %, «динамичный» — 36 %, «привлекательная личность» — 23 %.

Характеристики Голдуотера по Гэллапу таковы: «интеллигент» — 33%, «динамичный» — 31%, «только политик» — 24%, «привлекательная личность» — 19%, «государственная личность» — 17%.

А ведь Голдуотер не так уж плох, подумает обыватель. Он — «привлекательная личность», и к тому же «государственная».

Дезинформируют американца не только газеты. Не отстают от них и журналы. Вот, например, «Тайм». Девиз журнала — думать за занятого читателя. Существо его деятельности — безудержная пропаганда «американской демократии» и «американского века».

Как рисует «Тайм» «американский образ жизни»? Это нетрудно уяснить, полистав 2—3 номера журнала.

В майском номере журнала за 1964 год была опубликована статья о жизни негров в США. Как живут негры под сенью статуи свободы, сейчас известно далеко за пределами США. Кровавые события в Гарлеме и Бирмингеме, Селме и Литл-Роке стали синонимами расовой дискриминации в США и точным определением меры гражданских свобод, которыми пользуются цветные в этой стране. Известно это, конечно, и редактору «Тайм». Но бизнес редактора — дезинформация, и он делает свой бизнес, помещая заведомо ложный материал.

Автор статьи рассказывает о «счастливой жизни» негров в Америке, о той заботе, какой их окружают лучшие друзья... куклуксклановцы. Да, да, именно куклуксклановцы, бывшие враги «цветных», сейчас, по мнению «Тайм», только и думают о том, как бы проявить побольше теплоты и заботы к своим темнокожим братьям.

Да, да, Ку-клукс-клан — это теперь что-то вроде организации по защите прав негров. Факты? Пожалуйста! (Из пальца их можно высосать сколько хотите.) И журнал рассказывает, как добрейшие парни в белых балахонах подкладывают под двери домов, где живут негры, уже не бомбы, а подарки детям. Негров уже не вышвыривают из окон автобуса — расисты ведут теперь сладкие беседы о законном праве негров жить так же, как белые.

Ну, а как же быть с фактами о зажженных крестах, зверских избиениях негров, о попустительстве полиции и властей южных штатов расистам, то и дело устраивающим неграм кровавую баню? Ведь они, эти факты, широко известны. И журнал сокрушенно ссылается на «несовершенство человеческого общества». Да, противоречия есть, но — они-де стираются сами по себе. «Тайм» фальсифицирует американскую действительность. Когда же речь заходит о жизни в СССР, он готов на любую ложь.

Известный американский общественный деятель Сайрус Итон в письме, опубликованном в «Известиях» (1964 год), точно определил направленность журнала. Материалы, публикуемые в «Тайм», пишет он, дают неправильную информацию и вводят в заблуждение официальных лиц в правительстве США и американскую общественность.

Американская общественность? А какое дело до нее писакам из редакции «Тайм»? Дезинформация приносит концерну «Тайм инкорпорейтед» около 3 миллионов долларов ежегодно. Да разве позволит Генри Люс — основатель журнала и крупный акционер «Блю — нетуорк» (радио), сахарной компании на Тайване и компании «Вестингауз электрик» — писать правду о Советском Союзе! За дезинформацию платят, а за правду лишают работы.

Дезинформируют читателя не хуже «Тайм» и иные научно-технические журналы.

Американский журнал «Военный инженер» опубликовал как-то статью «Москва глазами американского инженера».

Что же интересного рассказал ее автор, Эллиот Робертс, о Москве своим американским коллегам? И почему путевые впечатления мистера Робертса привлекли внимание редактора военно-технического журнала?

Ответы на эти вопросы явствуют из текста статьи. Нет, автор отнюдь не хочет закрывать глаза на достижения русских — грандиозное жилищное строительство, первоклассные воздушные лайнеры, экономичные автомобили. Приводит Робертс и веские данные об успехах научно-исследовательской работы в СССР, о совершенстве наших приборов.

Но выводы он делает, прямо скажем, неожиданные.

Хороши самолеты Аэрофлота, спору нет, но мистер Робертс видит в этом угрозу «свободному миру». Русские, видите ли, создают отличные самолеты, «посколькy они нужны им для их целей», а цель-то у русских одна — завоевать Америку. Ни больше, ни меньше. «Русский народ очень трудолюбив», но... его «заставляют работать, чтобы разгромить Америку».

Автор отмечает великолепие новых зданий в СССР. Казалось бы, все хорошо. Но... плохо, что «дома столетней давности полиция не разрешает фотографировать». Робертс явно рассчитывает на простаков. Он-то знает, что советская милиция запрещает фотографировать совсем иные объекты.

Не понравились Робертсу и наши девушки. Чем? А тем, что «одежда не облегает их формы».

Кому нужны, спрашивается, писания сего «военного инженера»? Ради чего он взялся за перо? Чтобы сблизить народы Америки и Советского Союза? Совсем напротив. Поэтому-то редактор так охотно и предоставил ему страницы журнала.

■

Теоретик буржуазного журнализма Отто Грот, пытаясь обосновать и узаконить фальсификацию информации в капиталистической прессе, утверждал, что «журналист не может и не должен быть объективным... Поистине журнализм, в противоположность объективной науке, есть искусство субъективности, и это обуславливает его особые методы».

Более откровенно, чем Грот, мысль об этом высказал коллега Грота по журналистике Эмиль Довифат. В книге «Наука о газете» Довифат утверждает, что «газета не может быть объективно-правдивой», а отсюда требования, предъявляемые к журналисту, писать объективно невыполнимы. Прежде чем информация дойдет до читателя, она подвергается сложному процессу обработки. Прежде всего, информация как таковая отбирается из потока сведений, поступающих в редакцию. И в этом уже есть определенный элемент субъективности. Затем для повышения читабельности информация принимает форму газетного «ньюс». Она получает заголовок, сопровождается броским фото, редактируется. Как? Довифат не скрывает секрета редак-

тирования информации. «...Для повышения эффективности информации, — пишет он, — могут быть использованы разные приемы: от преднамеренной политической окраски до подтасовки и прямой лжи».

С точки зрения теоретиков буржуазного журнализма, все это отнюдь не противоречит «свободе слова», «свободе печати». Все, кто отрицают необходимость подобной обработки информации, то есть те, кто отрицают необходимость дезинформации читателя, отрицают саму газету, утверждают апологеты капиталистической прессы.

Конечно, многие журналисты в Америке думают об этом совсем по-иному. Известный обозреватель «Нью-Йорк таймс» Уолтер Липпман в свое время заявил, что «для журналиста не может быть более почетной задачи, чем говорить правду и изгонять ложь». Но многие ли в состоянии следовать этому правилу?

Факты говорят о том, что бизнес дезинформации продолжает процветать в Америке.

...Щелкает счетчик таксомотора, отсчитывая центы, доллары и последние минуты моего пребывания в США.

И, покидая заокеанскую республику, я думал прежде всего о сдвигах, происшедших в сознании американцев за последние годы. Сдвигах, заметных даже для того, кто пробыл в Штатах сравнительно недолго.

Совершенно ясно, например, что сегодня американца волнуют не только проблемы безработицы или социального обеспечения, но и ожесточенное наступление сил реакции, разгул расизма, безнаказанность действий ультраправых организаций.

Убийство президента Кеннеди всколыхнуло всю Америку, показало миллионам американцев всю сложность реальной политической обстановки в стране, неприглядную изнанку «американского образа жизни», на воспевание которого большая пресса монополий извела буквально горы бумаги и море чернил.

У многих появилось стремление по-новому взглянуть и на проблему информации (или, вернее, дезинформации) американцев, на всю систему формирования общественного мнения в США.

Органы массовой информации, по мнению американского публициста Ричарда Старнеса, «превратились в средства массового гипноза», рекламирующие «с одинаковым усердием мыло и насилие». И это приводит к самым плачевным результатам, над которыми задумывается все больше людей за океаном.

Помню, как в последний вечер перед отлетом я с уже упоминавшимся корреспондентом CBS прощался с Нью-Йорком. Мы шли по залитому разноцветными огнями Бродвею. Шумная воскресная толпа, ярко

освещенные витрины магазинов, скачущая, зовущая, подмигивающая кинореклама — все это невольно привлекало взор.

Мы остановились у книжного развала. Я стал разглядывать витрину, а мой собеседник машинально перебирать книги и журналы.

«Взгляните-ка,— окликнул он меня,— это представит интерес для вас». В руках он держал журнал «Лук». Через всю обложку шел заголовок: «Кризис морали в США», а чуть ниже, как обычно, ряд подзаголовков: «Нужен ли нам новый кодекс, чтобы разрешить кризис морали?», «Потерпели ли церкви неудачу?», «Стали ли деньги богом?», «Исчезла ли нравственность?»

Мы вместе полистали журнал, обмениваясь мнениями о разумной статье Роберта Москина.

— Москин пишет любопытные вещи. Но все это не ново,— сказал мой спутник.— Нет, он не открыл первопричину нашей национальной болезни. То, что высказал в начале века Линкольн Стеффенс, звучит сейчас буквально пророчески. Вы помните его слова: «Бизнес — источник жизни — стал в США целью жизни, во имя которой все остальное: честь, религия, политика, мужья, жены, дети, сама нация — приносится в жертву»? Стеффенс прав. Это действительно так. У нас немало людей, которые пожертвовали бы самым дорогим, чтобы заработать доллар...

Москин и многие другие авторы, посвятившие свои статьи исследованию того, что они называют «моральной шизофренией» американского общества, констатируют факты, но выход видят лишь в учреждении каких-то новых «моральных кодексов».

Да разве дело в кодексе? Все больше людей в Америке сознают необходимость оздоровить атмосферу общественной жизни в стране, как-то ограничить тлетворное влияние чистогана в политике и прессе, искусстве и школе, вернуться к демократическим традициям Линкольна, Джефферсона, Рузвельта.

Подавляющее большинство американцев — инженеров, ученых, студентов, да и просто «рядовых», — с которыми мне приходилось встречаться, любят свою страну, беспокоятся о ее судьбах, им далеко не безразличны те дороги, которые она выбирает. Они искренне

возмущаются преступлениями расистов, ростом агрессивных, авантюристических тенденций в политике Вашингтона, требуют реального движения по пути мира, переговоров, взаимопонимания.

Вместе с тем в сегодняшней Америке еще немало таких людей, кто не прочь одеть балахон Ку-клукс-клана или улюлюкать, видя, как глумятся расисты над очередной жертвой, немало таких, кому все еще безразлично, сколько американских парней и во имя чего гибнет в джунглях Южного Вьетнама.

Но в целом за последние годы американский народ стал наконец пробуждаться от социальной апатии. Конечно, этого нельзя преувеличивать. Но все же заметательные перемены налицо. Миллионы людей в Новом свете начинают сомневаться в ценностях и достоинствах «американского образа жизни». И они не только сомневаются, но и громко выражают эти сомнения. Этого не было и не могло быть несколько лет назад, когда мертвящая рука маккартизма душила все маломальски прогрессивное, свободомыслящее.

Любопытный пример. Студенты крупнейшего высшего учебного заведения страны — Калифорнийского университета объявили сидячую забастовку. И не потому, что их не устраивали лекции какого-нибудь профессора. Причина волнений была иной. Университетские власти пытались ограничить право студентов открыто выражать свои политические убеждения в стенах университета. Студенты забастовали. Администрация ответила репрессиями. Была вызвана полиция; участников забастовки, несмотря на ожесточенное сопротивление, вытеснили из аудиторий и лекционных залов; 800 студентов было арестовано. А ведь совсем недавно американская печать называла студенчество «молчаливым поколением». Интересно отметить, что в защиту студентов выступило большинство преподавателей и профессоров. И их не решились изгнать из университета, как было сделано — и мы упоминали об этом — с профессором Шапиро.

А итоги выборов 1964 года. Разве это не новое в политической жизни страны? Ведь дело даже не столько в том, что потерпел поражение сенатор Голдуотер, сколько в том, что потерпел поражение голдуотеризм. Разве это не серьезнейшее предупреждение тем, кто,

поддавшись нажиму «бешеных», продолжает толкать американский народ к пропасти термоядерной катастрофы?

Да, большие изменения происходят в мыслях и взглядах рядового американца, несмотря на отчаянное противодействие этому со стороны мастеров дезинформации, отравителей человеческих душ. Процесс политического прозрения сложен и противоречив, но результаты его, которые, может быть, еще не во всем и не всегда четко вырисовываются сегодня, со всей очевидностью скажутся завтра.

— Душно, не хватает воздуху, чистого, не загрязненного всепоглощающей тягой к наживе, — сказал мой знакомый. — Посмотрите, напротив идет пустынькая комедия «Остановите земной шар — я хочу сойти». А ведь действительно надо бы его остановить, вытряхнуть из Америки всякую грязь и пыль, чтобы не сходить самому, а?

Это было новое в мыслях у моего друга, да и не только у него. Все больше американцев хотят дышать чистым воздухом. И не только хотят, но и борются за это право. Хочется пожелать им всяческих успехов, пожелать всему американскому народу благополучия, мира и подлинного счастья.

СОДЕРЖАНИЕ

«Мы — самая дезинформированная нация»	10
Голубой спрут	31
«Что знает Ваня и чего не знает Джонни»	56
В тисках большой прессы	79
«Остановите земной шар — я хочу сойти!»	107

Воронцов Юрий Викторович

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ — ЭТО ТОЖЕ БИЗНЕС. Заметки о пропагандистской машине монополий США. М., Политиздат, 1965.

111 с. (Запад наших дней)

32И

■
Редактор *О. Вадеев*

Художник *Н. Симагин*

Технический редактор *А. Данилина*

■
Сдано в набор 18 февраля 1965 г. Подписано в печать 4 апреля 1965 г. Формат 84 × 108¹/₃₂. Физ. печ. л. 3½. Услови. печ. л. 5,74. Учетно-изд. л. 5,43. Тираж 50 тыс. экз. А 02865. Заказ № 2892. Цена 13 коп.

Работа объявлена в «БЗ» № 21/13 от 17/III 1965 г.

Политиздат. Москва, А-47, Миусская пл., 7.

Типография «Красный пролетарий» Политиздата. Москва, Краснопролетарская, 16.



Юрий Викторович Воронцов родился в Москве в 1926 году. В 1951 году закончил Институт иностранных языков. В настоящее время — заведующий циклом английского перевода Института иностранных языков. Специализируется по американской прессе. Неоднократно выезжал в составе советских научных и культурных делегаций в США и Англию.

Начиная с 1956 года Ю. В. Воронцов выступает в советской прессе, на радио и телевидении со статьями, очерками, заметками.

13 коп.



Miller Accuses President Of 'Playing With Security'

ERIE, Pa. (AP)—Rep. William E. Miller said yesterday President Johnson was "playing with the nation's security for political purposes" when he disclosed development of new defense systems swept Chicago, where he pledged that members of the John Birch Society would be barred from any national administration headed by Barry Goldwater, the GOP presidential nominee.

... during
 ... Robert McQueeney stars
THE GALLANT MEN
 6:30 PM MONDAY Ch 8

U.S. News & World Report
THE CHANCES OF WAR OVER BERLIN

U.S. News & World Report
**THE BIG BUILD-UP BEGINS:
 WHO'LL GO INTO ARMED FORCES**

U.S. News & World Report
IF IT'S WAR OVER BERLIN . . .

U.S. News & World Report
**THE KIND OF DEFENSE
 NEW BILLIONS WILL BUY**

N-BOMB: "IDEAL WEAPON FOR DEFENSE"

GETTING "READY RESERVES" READY