

1. Сдвиги в жизни и деятельности страны не обошли стороной и сферу внешнеполитической пропаганды. Здесь налицо перемены - и в содержании, и в действенности, и в потенциальных результатах.

2. Не будет преувеличением, если сказать, что инициатива не у противника. Нельзя сказать, что мы полностью завладели ее, но то, что противник многое утратил, это факт. Явно сморщился тезис о "советской военной угрозе". Начались сбои по "правам человека". Размываются стереотипы по "образу СССР".

3. Конечно, это идет от первоисточника - от новой политики Политбюро - внутренней и внешней.

Как результат, интерес стал другим. Никогда еще на зарубежный экран, в прессу не проходило столько материалов принципиального характера, как сейчас. Игра в одни ворота кончилась, наступил период глобального идеологического противоборства.

После Рейкьявика, например, несмотря на американскую завесу молчания и искажений, возрос интерес за рубежом к первоисточнику нашей политики.

Американская компания "Федерал ньюс сервис" распространила среди своих подписчиков полный текст выступления М.С.Горбачева по советскому телевидению. В их числе ведущие американские газеты и журналы, радио- и телекомпании, 65 зарубежных представительств в США.

Материалы пресс-конференции М.С.Горбачева в Рейкьявике были опубликованы в газетах США с общим тиражом свыше 2 млн.экз. (в том числе в "Ньюсдей", "Филадельфия инкуайер", "Сан-Франциско кроникл", "Ю-Эс-Эй тудей").

Прямой репортаж с пресс-конференции М.С.Горбачева в Рейкьявике полностью передавался американской компанией Си-Эн-Эн. Пря-

мой репортаж с пресс-конференции вела американская телевизионная компания Си-Би-Эс. Выдержки с пресс-конференции передали две другие ведущие американские радиотелевизионные компании Эй-Би-Си и Эн-Би-Си.

О большом резонансе советских предложений свидетельствует тот факт, что газета "Нью-Йорк таймс" опубликовала, например, часть текста выступления М.С.Горбачева на пресс-конференции в Рейкьявике объемом более половины газетной полосы, выдержки из выступления поместили газеты "Бостон глоб", "Филадельфия инкуайер", "Крисчен сайенс монитор", "Чикаго трибюн", "Ньюсдей", "Нью-Йорк дейли ньюс", "Нью-Йорк пост". Подобных примеров немало по другим западным странам.

За последнее время в ряде стран Запада осуществлялись по частным каналам издания газеты "Правда" на иностранных языках. Они мотивируются интересом зарубежной общественности к тому, что происходит в Советском Союзе, к его новому мышлению и новым действиям. В США "Правда" издается, например, ежедневно с весны 1986 года, в Англии - с мая по август, с сентября - еженедельник; издается также в Австралии и Новой Зеландии.

Заметен рост интереса к другим советским периодическим изданиям. Число иностранных подписчиков возросло более, чем на 30 процентов.

Противник забеспокоился. Перед спецслужбами и институтами Запада ставится задача выявлять элементы новизны в нашей пропагандистской работе и давать рекомендации - как ее нейтрализовать. Во внеочередном докладе комиссии США по вопросам публичной дипломатии "Советская пропаганда и органы массовой информации США" выдвигалось предложение об "обеспечении американцам равных возможностей" с советской пропагандой.

Во имя достижения цели создаются специальные отделы по дезинформации в Госдепе, в рамках НАТО – специальная координационная группа, с целью парализации советского пропагандистского наступления и создания "благоприятного образа США".

Бюджет ЮСИА на 1987 финансовый год увеличен до 952,5 млн. долларов (годовой рост – 104,5 млн. долларов). Для сравнения: на цели внешнеполитической пропаганды 28 нашим центральным организациям, включая содержание зарубежного аппарата, в 1986 году выделено 84,6 млн. инвалютных рублей.

Основные средства (26 процентов) направляются на усиление мощностей радиостанций. Созданы новые станции в Шри Ланка, Марокко, Таиланде, Ботсване, Белизе, планируются в Израиле, Пуэрто-Рико и Коста-Рико. Общий объем объявленного зарубежного вещания на СССР вырос к началу 1987 года по сравнению с 1981 годом на 20 процентов. В полтора раза выросло число зарубежных радиостанций, вещающих на СССР (с 35 до 50).

Действует новая компьютерная система новостей.

Наряду с телевизионной всемирной службой ("Уорлднет") создана специальная новостная программа с записью на видеокассеты, которая используется 140 иностранными телекомпаниями в 100 странах. Создаются "videобibliotheki". США экспортируют ежегодно свыше 20 млн. видеокассет.

На ЮСИА возложена координация (политическое и финансовое обеспечение) различных программ, включая обработку 340 тыс. иностранных студентов и 381 тыс. иностранцев, ежегодно занимающихся на курсах английского языка, и т.д. Что интересно, к этой деятельности помимо ЮСИА привлекаются представители американских компаний за рубежом (около 230 тыс.), которые за свои деньги (один-

два процента от каждой сделки) активно ведут пропаганду американского образа жизни и соответствующего портрета США.

В докладе консультативной комиссии конгресса США по публичной дипломатии это сформулировано так: "Американские идеи - самые революционные из всех, какие знал мир. В них входят индивидуальные права, демократический образ жизни, эффективность системы свободного рынка и сила правды в свободном и открытом обществе".

США и их партнеры концентрируют свое пропагандистское проникновение на нескольких приоритетных направлениях - телевидении, видеокассетах и кинофильмах. (Например, в Испании передачи спутникового ТВ покрывают всю территорию и обеспечивают до 90 процентов информационных поступлений. До 40 процентов показываемых по итальянскому государственному телевидению материалов закупается в США). В пропаганде "американского образа жизни" США возлагают большие надежды на начало в 1988 году трансляции телевизионных программ на Европу.

4. Анализ состояния и эффективности нашей внешнеполитической пропаганды показывает, что недостатки на этом направлении накапливались годами. Для их устранения требуются новые подходы. Гласность и демократия в равной мере затрагивают и внешнюю пропаганду, требуют ее коренной перестройки.

Несмотря на известные сдвиги, не изжиты слабая оперативность, недостаточная насыщенность фактическим материалом, определенная боязнь самостоятельной реакции на ложь противника и грубые искажения советской действительности, малопривлекательность наших изданий для зарубежа, отсутствие наглядности в изложении советской позиции.

Преобладающая доля нашей информации распространяется за рубежом в печатном виде, в то время как около 70 процентов населения получает основные сведения с экранов телевидения.

5. О технической базе нашей пропаганды. Вопрос приобретает сегодня значимость политического фактора. В этой сфере мы существенно отстаем, и если не примем меры, то будем отставать все больше. (Американцы, например, продали в прошлом году 20 млн. видеокассет, а мы распространили - 7,5 тыс. штук). Оснащение пропагандистских служб современной техникой - это и реальный путь к уплотнению передаваемых информационных и пропагандистских материалов, а следовательно, и к повышению их эффективности. Неотложно необходимы радикальные решения. Время и обстановка требуют от нас, чтобы мы бросили противнику вызов и вынудили его перейти к долговременной пропагандистской обороне.

На решение перспективных задач нашей внешнеполитической пропаганды и направлен внесенный на рассмотрение Политбюро проект постановления ЦК КПСС. Он подготовлен с учетом ранее принятых решений ЦК по этому вопросу, предложений центральных ведомств, ответов совпосольств на наши запросы (такие ответы получены из более чем 60 стран). Учтены и состоявшиеся по этому вопросу обмены мнениями с друзьями.

В проекте представленного документа изложена философия внешнеполитической пропаганды и контрпропаганды на нынешнем этапе, намечены некоторые пути решения наиболее неотложных проблем в этой сфере.

Забегаю вперед, подчеркну: документ хотя и широкий по охвату, но не исчерпывающий. В нем сосредоточено лишь самое неотложное. Ряд вопросов более "стратегического" характера еще ждет обсуждения

и решения, к ним придется возвратиться, наверное, неоднократно, по мере накопления опыта работы в новых условиях, вызревания предложений и решений.

Прежде всего, в представленном проекте определено принципиальное содержание внешнеполитической пропаганды, ее взаимосвязь с внутренней жизнью советского общества, приоритетные области и проблемы. Сделано это на основе решений съезда, известных партийных документов, наших внешнеполитических инициатив последнего времени.

Привлечено внимание всех министерств и ведомств, других организаций к необходимости работать со средствами массовой информации, учитывать в своей деятельности внешнеполитические, вообще пропагандистские аспекты. Не буду говорить, насколько это важно в сегодняшнем мире и насколько у нас подчас запущена работа в этом плане.

Сделан особый, как представляется, верный акцент на неразрывность пропаганды и практики, на то, что это неотъемлемые составные части единого внешнеполитического процесса.

Конкретные пункты, вошедшие в проект постановления и касающиеся некоторых организационных, технических, кадровых вопросов, преследуют двоякую цель. Во-первых, заставить лучше, эффективнее работать то, чем мы уже располагаем в области внешнеполитической пропаганды. Во-вторых, подготовить материальную, организационную, кадровую основу для продвижения в этой области в предстоящие годы.

В этой, последней связи хотелось бы особо остановиться на двух группах вопросов. Первое: информационное обеспечение пропаганды. Самая новейшая и отлаженная издательская, радиотелевизионная и любая иная система будет работать вхолостую, если ее не насытить вовремя соответствующей информацией. Это очевидно.

Между тем тут у нас много кустарщины. Противник давно уже перешел в своих средствах массовой информации к созданию и использованию огромных банков информации, обменов между ними и так далее. А у нас каждый журналист по старинке ведет собственный архив - если вообще ведет. В результате мы нередко проигрываем в полноте и качестве информации, ее оперативности.

Пора создать единую информационно-обеспечивающую систему, которая обслуживала бы все центральные издательства и редакции - а может быть, и научные, правительственные учреждения. Возможно, при АПН.

За пропагандой вообще, внешнеполитической в частности, должен идти мощный эшелон - наука с ее системой аргументации. Связи здесь требуют совершенствования. Определенные подходы к выправлению такого положения в проекте постановления намечены. Но, конечно, работу в этом направлении предстоит еще продолжать и углублять.

На перспективу стоит и такая задача. Известно, что пропаганда наиболее действенна тогда, когда она падает на подготовленную почву. А готовится почва такими факторами, как постоянное, "фоновое" экономическое, научно-техническое, культурное присутствие страны за границей. Взятый нами курс на развитие сотрудничества, совместные предприятия, предоставление "космических услуг" и так далее, несомненно, принесет со временем и пропагандистскую отдачу.

Неотложно необходимы радикальные решения и в этой области. Представленный проект постановления предусматривает здесь определенные шаги - причем только самые необходимые.