

目錄

叢書總序 / 沈志華	i
緒 論	001
第一章	045
美國對蘇文化冷戰的緣起（1945—1952）	
第二章	071
美國新聞署對蘇文化冷戰的肇始（1953—1954）	
第三章	116
美國新聞署對蘇文化冷戰的擴大（1955—1956）	
第四章	168
美國新聞署對蘇文化冷戰的調整（1957—1958）	
第五章	201
美國新聞署對蘇文化冷戰的升級（1959—1961）	
結 語	233
附 錄	240
參考文獻	255

緒 論

冷戰時期，為了贏得「人心之爭」，世界各國都對意識形態因素高度關注，美國更是專門制定了意識形態遏制戰略，明確提出要「運用除戰爭之外的所有手段傳播西方資本主義的意識形態，詆譭社會主義的意識形態，以增強西方的凝聚力和對美國的向心力，改變社會主義國家民眾的思想觀念，促使它們發生根本性變化，贏得冷戰的勝利」。¹長期以來，儘管學術界在探討冷戰的起源及其發展演變時，都注意到了東西方意識形態對立在其中所發揮的重要作用，但令人驚訝的是，大多數研究者仍選擇將研究重點和目標集中在政治、軍事和經濟領域，以至於 1997 年阿克倫大學（University of Akron）歷史學教授沃爾特·希克森（Walter L. Hixson）在寫作《撕裂鐵幕：1945 — 1961 年的宣傳、文化和冷戰》時，還在序言中感歎：「沒有系統研究冷戰期間如何運用宣傳和文化作為武器的作品」。²不過，此種狀況在新世紀開始之後出現重大轉變。誠如美國奧本大學（Auburn University）歷史系翟強教授所總結的，在開展新冷戰史研究時，除去以往從傳統政治史和外交史角度進行闡述之外，「不少學者還選擇將目光轉向社會和文化領域，出現了一個可以叫作『文化冷戰史

1 白建才：《「第三種選擇」：冷戰期間美國對外隱蔽行動戰略研究》，北京：人民出版社 2012 年版，第 57 頁。
2 Walter L. Hixson, *Parting the Curtain, Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, Basingstoke: Macmillan Press Ltd, 1997, p.x.

研究』(Study of Cultural Cold War)的熱點。」¹ 隨之而來的是，「越來越多的研究者開始通過其研究，進一步強調意識形態、宣傳和文化在冷戰中扮演的重要角色。」²

受前述研究趨勢推動，學者們對美蘇文化冷戰歷史的解讀不斷深入。就美國而言，在開展對蘇文化冷戰過程中，特別倚重的一個機構便是美國新聞署。該機構通過開展公開的信息項目（Information Program）和文化項目（Cultural Program），助力美國很好地實現了針對鐵幕國家的滲透，並最終促使東歐劇變蘇聯解體。有鑒於此，本書試圖利用已經解密的美國及蘇聯檔案資料，參考國內外學者就此話題所做研究，探究艾森豪威爾任期內美國新聞署究竟如何針對蘇聯開展文化冷戰活動，梳理此一階段該機構對蘇文化冷戰的脈絡演變，評估其活動效能，藉此探明美國對蘇文化冷戰的實質及其影響，並分析該機構活動的得失成敗和具體特點。

一、文化冷戰的提出背景及主要內容

由於文化冷戰概念提出時間不長，加之學者們在引用該概念時，「越來越傾向於對之進行多維度研究（multi-dimensional study），因此，與

對冷戰中的文化研究截然不同，它並未被普遍視為一個正統的研究領域（legitimate enterprise）」。¹ 匯總整理已有就該話題所作研究，筆者認為文化冷戰同經濟冷戰²的提出緣由頗為相似，主要是為了滿足冷戰史研究不斷細化的新需求，尤其是為了更加形象確切地描述冷戰期間美蘇在不同陣線（fronts）鬥爭的情形。僅從字面意思理解，「文化冷戰」指的是美蘇兩大陣營在信息和文化交流領域的對抗。為了使本書後續論述更加精確，筆者在此將嘗試簡要介紹文化冷戰的提出背景及主要研究內容。

二戰之後，隨着國際形勢的變化，加之考慮到心理戰的提出更多是出於戰爭考量，學者們開始忙於尋求一個新的替代概念，諸如政治戰、宣傳戰、意識形態戰、思想戰、神經戰、國際傳播、國際新聞、間接侵略和詞語戰等隨之湧現。³ 到目前為止，西方學術界仍然沒有對這些概念的內涵和外延做出明確界定，甚至一些學者認為它們「儘管名稱各異，但所指內容基本相同」，⁴ 於是選擇在論述過程中「交替使用多種措辭」。⁵

1 Giles Scott-Smith, Hans Krabbendam, *The Cultural Cold War in Western Europe, 1945-1960*, London: Frank Cass, 2003, p.3.

2 國外研究學者研究冷戰期間美國針對社會主義陣營的貿易管制和經濟遏制時，開創性地使用了「經濟冷戰」這一概念。相關著作如：Ian Jackson, *The Economic Cold War, American, Britain and East-west trade, 1948-1963*, New York: Palgrave, 2001; Shu Guang Zhang, *Economic Cold War: America's Embargo against China and the Sino-Soviet Alliance, 1949-1963*, Washington D.C.: Woodrow Wilson Center Press, 2001. 其中，馬里蘭大學張曙光教授的著作在國內還曾引起過較大反響，《歷史研究》和《冷戰國際史研究》曾分別刊載美國康奈爾大學陳兼教授以及新加坡南洋理工大學助理教授吳翠玲（Evelyn Goh）和北京大學博士生何妍對該書所作評介文章。參見：陳兼：《張曙光著〈經濟冷戰：美國對華經濟禁運和中蘇同盟〉》，《歷史研究》，2003年第4期；吳翠玲、何妍：《評〈經濟冷戰：美國對華禁運與中蘇聯盟，1949—1963〉》，《冷戰國際史研究》，第4輯（2007年）。最近幾年，國內也有一些學者開始使用經濟冷戰這一概念。相關作品如：王勇：《從經濟冷戰到相互依存和全球主義》，《國際政治研究》，2002年第1期；崔海智：《戰後蘇美經濟合作嘗試的失敗：兼論經濟冷戰的起源》，《世界歷史》，2011年第1期；沈志華：《經濟漩渦：觀察冷戰發生的新視角》，香港：開明書店2023年版。

3 佩呂斯（R.I. Perusse）：《心理戰的重估》，轉引自[法]阿芒·馬特拉：《世界傳播與文化霸權：思想與戰略的歷史》，陳衛星譯，北京：中央編譯出版社2001年版，第90頁。

4 翟強：《國際學術界對冷戰時期美國宣傳戰的研究》，《歷史研究》，2014年第3期。

5 Kenneth Osgood, *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, Lawrence: University Press of Kansas, 2006, p.8.

1 翟強：「西方冷戰史研究近況」，樊百玉整理，available at: <http://history.ecnu.edu.cn/kyxx/xshd/000360.html>，2012-03-11。該文是翟強教授2008年4月29日在華東師範大學歷史系所做「西方冷戰史研究近況」報告的整理稿。近年來，國內學界關於文化冷戰研究得到了進一步的發展，相關研究成果包括：于群：《新冷戰史研究：美國的心理宣傳戰和情報戰》，上海：三聯書店2009年版；翟強：《國際學術界對冷戰時期美國宣傳戰的研究》，《歷史研究》，2014年第3期；榮正通：《中外文化冷戰研究述評》，《近現代國際關係史研究》，2015年第1輯；趙繼瑤：《新視角、新材料與文化冷戰史再研究》，《冷戰國際史研究》，第24輯（2017年）；翟韶：《「文化轉向」與美國冷戰宣傳史研究的興起和嬗變》，《世界歷史》，2018年第3期；張楊：《文化冷戰：美國的青年領袖項目（1947-1989）》，北京：中國社會科學出版社2020年版。

2 Lowell H. Schwartz, *Political Warfare Against the Kremlin, US and British Propaganda Policy at the Beginning of the Cold War*, New York: Palgrave Macmillan, 2009, p.1.

由於這些概念並沒有得到人們的普遍認可，過去很長一段時間心理戰仍然是學者們使用最多的一個概念。冷戰開始後，心理戰更加受到吹捧，其熱衷者很快就根據形勢變化，將其內涵擴大為可以包容用來影響公眾觀點或通過非軍事手段促進實現對外政策的所有活動。¹ 在肯尼思·奧斯古德（Kenneth A.Osgood）教授看來，「心理戰變成了一種『統稱』（catchall formula），它超出了單純的宣傳而包括大量的祕密活動。祕密行動、貿易和經濟援助以及教育交流項目都可以納入其範疇。」² 換言之，心理戰實際變成了冷戰的象徵，成了冷戰的代名詞。

毋庸置疑，這些心理戰熱衷者努力擴大心理戰的外延和內涵，初衷是以此來為心理戰正名，但從另一個角度來講，恰恰是這些努力反而使心理戰變得更加虛幻，用它來描述冷戰期間美蘇在信息文化領域的鬥爭變得越來越不合適。與此同時，儘管心理戰的外延和內涵不斷擴大，不容忽視的一個問題卻是，它更多的是一種官方說法，其落腳點主要限定於美國官方活動，冷戰期間的民間外交難以被囊括在內。正因為此，如何開發一個新概念，用於全面準確描述冷戰期間美蘇在意識形態領域的鬥爭就變得尤為迫切。在此背景下，文化冷戰概念脫穎而出。

從筆者蒐集到的資料來看，「文化冷戰」這一名詞最早由美國布蘭迪斯大學（Brandeis University）史蒂芬·惠特菲爾德（Stephen J.

Whitfield）¹ 教授提出。1993 年，惠特菲爾德發表《文化冷戰是一段歷史》²，粗線條地描述了美蘇在文化領域開展的系列鬥爭活動，認為應該將這些內容全部納入文化冷戰研究範疇，並提出美蘇開展文化冷戰對美國社會和文化造成了最強大的衝擊。

緊隨其後，1994 年奧地利學者萊因霍爾德·瓦格雷特納（Reinhold Wagnleitner）出版專著《可口可樂化和冷戰：二戰之後美國在奧地利的文化使命》，在簡單梳理美國文化外交政策的發展演變歷程之後，重點論述了美國對奧地利的報紙政策、廣播政策、信息中心和出版政策以及教育交流政策等內容。以此為基礎，在文章結尾部分，作者對冷戰期間美國文化對奧地利的影響進行了分析。根據瓦格雷特納在該書美版序言中就何謂文化冷戰所作簡單論斷³，毫無疑問，美國在奧地利開展的這些活動自然是美國開展的文化冷戰的一部分。

儘管早在 20 世紀 90 年代初西方學界就開始使用文化冷戰這一術語，但當時卻鮮有國內學者知悉該概念。此種狀況直到 1999 年英國媒體從業人員弗朗西斯·桑德斯（Frances Stonor Saunders）撰寫的《誰充當

1 美國官方也曾嘗試對何謂心理戰進行界定。在其看來，所謂心理戰，就是一國有計劃地運用宣傳和除戰爭之外的其他旨在影響他國團體觀點、態度、情感和行為的方式，以此幫助實現本國目標的信息和思想交流活動。按照其活動方式的差別，可將之分為黑色（隱秘）、灰色和白色（公開）三種。同樣是在這份文件中，它還界定了宣傳的定義，強調宣傳就是通過新聞、特別聲明或訴求等方式傳播信息或特定教義（particular doctrine）的有組織的努力或運動，目的是為了對某些給定團體（given group）的思想和行動產生影響。顯而易見，美國官方認為宣傳理應被視作心理戰的一個組成部分。參見：Digital National Security Archives（解密後數字化美國國家安全檔案，以下簡稱 DNSA），NSC 74, A Plan for National Psychological Warfare, July 10, 1950, Collection: Presidential Directives, Item Number: PD00200.

2 Kenneth Osgood, *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, Lawrence: University Press of Kansas, 2006, pp.33-35.

1 惠特菲爾德教授是美國知名的文化史研究專家，撰寫過多部有關美國文化史的著作。例如：Stephen J. Whitfield, *The Culture of the Cold War*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1991; Stephen J. Whitfield, *In Search of American Jewish Culture*, Hanover: University Press of New England, 1999.

2 Stephen J. Whitfield, "The Cultural Cold War as History," *The Virginia Quarterly Review*, Summer 1993, pp.377-392, available at <http://www.vqronline.org/articles/1993/summer/whitfield-cultural-cold/>, 2012-07-15.

3 Reinhold Wagnleitner: *Coca-Colonization and the Cold War: The Cultural Mission of the United States in Austria after the Second World War*, Chapel Hill & London: University of North Carolina Press, 1994, pp. ix-xiv.

贊助人？中央情報局與文化冷戰》¹出版之後才有所改觀。²該書憑藉獨特的研究視角和扎實的研究內容，獲得了2000年皇家歷史學會格萊斯頓紀念歷史獎（Royal Historical Society's Gladstone Memorial History Prize in 2000），同時多位學者對之做出了積極評價和推介³。2002年，該書中文版在國內發行。⁴同前述幾位學者一樣，桑德斯同樣沒有對何謂文化冷戰給出明確定義。對全書觀點進行總結，筆者認為，桑德斯所言文化冷戰實質就是冷戰期間美國通過祕密資助一些文化藝術活動，以此幫助實現美國對蘇聯的冷戰戰略目的。

不過，有別於桑德斯偏重研究中央情報局祕密開展文化冷戰的是，美國哥倫比亞大學（Columbia University）學者查爾斯·阿姆斯特朗（Charles K. Armstrong）則認為，「對美蘇雙方來說，冷戰還是一場通過最大範圍地利用文化資源來開展宣傳和心理戰的運動，從宣傳海報、廣播到更加複雜的文學雜誌、爵士樂隊、芭蕾舞表演和交響樂隊演奏，都

可以將之視作是『文化冷戰』的重要武器。」¹顯而易見，阿姆斯特朗傾向於進一步擴大文化冷戰的研究範疇。

仔細考察美蘇文化冷戰的歷史，不難發現，僅就美國而言，中央情報局不過是美國負責開展對蘇文化冷戰的眾多政府機構之一，其他諸如獨立的對外信息文化交流機構——美國新聞署²以及國務院等多家政府部門也都承擔了重要責任。此外，私人機構、企業團體和美國民眾發揮的作用同樣不可小視。除直接開展一些對蘇文化交流活動外，即便是美國新聞署負責實施的一些官方性質的對外宣傳和文化活動，出於追求效果最大化的考慮，它亦選擇充分動員美國各方力量捲入其中。從該層面來講，美國實際把對蘇文化冷戰變成了一場全民參與的持久戰。

最近幾年，西方學界對文化冷戰的研究更加深入，並且有多部較有分量的作品問世。通過對與此話題相關的已有研究成果進行歸納梳理，翟強教授認為文化冷戰史「偏重研究冷戰期間美國如何宣傳和使用自己的『軟實力』，着重探討知識與權力兩者之間的關係，研究知識在國內外的走向和傳播」；³華東師範大學冷戰國際史研究中心主任沈志華教授認為已有對文化冷戰的研究，主要探討「美國文化的對外傳播、美蘇文化交流及其影響，以及冷戰中的文化政治等內容」。⁴雖然兩位學者在歸納文化冷戰史研究內容時所用措辭略有區別，但實質來講兩者卻有異曲同工之妙。

-
- 1 Frances Stonor Saunders, *Who Paid the Piper? The CIA and the Cultural Cold War*, London: Granta, 1999.
 - 2 最近幾年，在研究冷戰期間美蘇在信息文化交流領域的鬥爭時，國內一些研究人員開始使用文化冷戰這一術語。相關作品如：胡惠林：《論文化冷戰與大國文化戰略博弈》，《毛澤東鄧小平理論研究》，2007年第3期；申小翠：《好的宣傳就是做得不像宣傳——西方國家的文化冷戰策略研究》，《鄭州大學學報》（哲學社會科學版），2007年第5期；趙麗傑：《文化冷戰、〈蘇維埃生活〉和〈美國畫報〉》，《讀書》，2008年第6期；張敢：《神話的製造者——美國抽象表現主義與文化冷戰》，《文藝研究》，2009年第6期；王譽曄：《艾森豪威爾時期美國在歐洲的文化冷戰研究》，華中師範大學碩士學位論文，2012年；趙玉明：《文化冷戰與冷戰初期的蘇聯反美宣傳——以中央宣傳鼓動部解密檔案為切入點》，《俄羅斯研究》，2013年第1期；楊茂：《文化冷戰——艾森豪威爾政府對第三世界國家的體育外交》，《體育科學》，2013年第6期。
 - 3 相關評介文章如：Russell H. Bartley: "The Piper Played to Us All: Orchestrating the Cultural Cold War in the USA, Europe, and Latin America," *International Journal of Politics, Culture, and Society*, vol. 14, no. 3 (Spring, 2001), pp. 571-619; Jeffrey C. Isaac, "Rethinking the Cultural Cold War," *Dissent*, vol.49, no.3 (Summer 2002), pp.29-38; Dean Bakopoulos, "Book Review: *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*," *The Progressive*, vol.64, no.7 (July 2000), p.44; James Petras, "The CIA and the Cultural Cold War Revisited," *Monthly Review*, vol.51, no.6 (November 1999), pp.47-56; 王紹光：《中央情報局與文化冷戰》，《讀書》（北京），2002年第5期，第96—103頁。
 - 4 在譯成中文時，譯者將書名簡化為《文化冷戰與中央情報局》。參見：[英]弗朗西斯·桑德斯：《文化冷戰與中央情報局》，曹大鵬譯，北京：國際文化出版公司2002年版。

-
- 1 Charles K. Armstrong, "The Cultural Cold War in Korea, 1945-1950," *The Journal of Asian Studies*, vol. 62, no.1 (February 2003), p.71.
 - 2 美國國家檔案館檔案員在整理館藏美國新聞署檔案資料時，曾選擇把其中部分檔案資料歸為文化冷戰序列，專門單設了一個名為「文化冷戰」的檔案子集來予以保管。參見：The Cultural Cold War, Entry Number(s): P 191, available at <http://research.archives.gov/description/6015945>, 2014-04-01.
 - 3 翟強：「西方冷戰史研究近況」，樊百玉整理，available at <http://history.ecnu.edu.cn/kyxx/xshd/000360.html>，2012-03-11。
 - 4 沈志華：《一個新的學術增長點：「冷戰國際史」海外研究狀況簡介》，《中國社會科學輯刊》春季卷，2010年3月，總第30期。

文化冷戰研究興起後，學者們對為什麼爆發文化冷戰展開了激烈討論。起初，多數美國歷史學者和政治學者傾向於視蘇聯為「侵略者」，強調它是心理戰術的最早使用者，認為美國是被動捲入同蘇聯的文化冷戰。¹然而，近十餘年學界對該觀點的批評聲音明顯增多。美國學者艾倫·鮑爾（Alan Ball）通過梳理美國生活方式（American Way of Life）的對外宣傳脈絡，提出恰恰是因為美國在國際冷戰宣傳中試圖向其他國家民眾兜售美國生活方式，最終刺激蘇聯人做出了通過讚美共產主義以替代美國生活方式的回擊²；詹姆斯·沃恩（James Vaughn）則從動機論出發，認為「蘇聯主要是想通過文化交流獲得美國的技術專長；美國則希望讓蘇聯向西方開放，並以此破壞蘇聯的文化權威」。³換言之，沃恩認為蘇聯的動機相對單純，反而是美國更傾向於將文化冷戰用作構建文化霸權的工具。此外，戈登·約翰斯頓（Gordon Johnston）還注意到冷戰時期美蘇採取了許多相似的文化監督舉措，如蘇聯主管意識形態工作的安德烈·日丹諾夫（Andrei Alexandrovich Zhdanov）在 20 世紀 40 年代末針對文化知識分子採取的行動與美國參議員約瑟夫·麥卡錫（Joseph Raymond McCarthy）和眾議院非美活動委員會（the House Committee on Un-American Activities，簡稱 HCUA）主導的「大恐懼」（Great Fear）有很多共同之處：它們旨在排斥和邊緣化受到「資產階級」和「共產黨」思想影響的文化從業者，這一現象無論是在國內還是在歐洲的戰場上都有所體現。⁴

與以前較少討論蘇聯如何開展文化冷戰形成鮮明對比的是，近年來多位學者深入考察了蘇聯文化冷戰的運作機理及其傳媒業發展問題。2019 年，冰島大學（University of Iceland）的羅莎·馬格努斯多蒂爾（Rósa Magnúsdóttir）教授重點考察戰後蘇聯對美國的主導意識形態敘事。在其看來，「專注於將美國作為敵人是由意識形態驅動，並深深植根於俄羅斯和蘇聯對美國的各種矛盾敘事之中」。¹2022 年出版的《來自莫斯科的新聞：蘇聯新聞業及其戰後改革的侷限》，則以《共青團真理報》（Komsomol'skaia Pravda）作為考察對象，講述了蘇聯媒體如何根據國內政局變動調整宣傳策略的內容。該書作者提出，在解凍時期的蘇聯，記者們處於一種模糊的文化政治地位：一方面，他們承擔了黨的宣傳者的角色，並從中獲得了豐厚利益；另一方面，他們也夢想成為社會變革的主要推動者。²

此外，隨着對文化冷戰研究的深入，有些學者開始關注美國與歐洲主要資本主義國家間的合作，進而探究西方在意識形態領域相互認同關係的發展構建情況³；同時，有關美國如何加強對中間地帶（特別是第三世界國家）的影響和控制，從思想和意識形態上來遏制蘇聯在這些地區的擴張同樣受到了學者的關注。⁴

1 Rósa Magnúsdóttir, *Enemy Number One: The United States of America in Soviet Ideology and Propaganda, 1945-1959*, Oxford: Oxford University Press, 2019, p.11.

2 Simon Huxtable, *News from Moscow: Soviet Journalism and the Limits of Postwar Reform*, Oxford: Oxford University Press, 2022, p.2.

3 例如，賈爾斯·斯科特-史密斯（Giles Scott-Smith）等編著的《西歐的文化冷戰，1945—1961》重點梳理了西歐文化冷戰的開展情況；美國杜肯大學（Duquesne University）的格雷格·巴恩海西爾（Greg Barnhisel）研究了美國在西歐進行的文化冷戰，並重點闡釋了現代主義如何服務於美國冷戰需求。Giles Scott-Smith, Hans Krabbendam, *The Cultural Cold War in Western Europe, 1945-1960*, London: Frank Cass, 2003; Greg Barnhisel, "Perspectives USA and the Cultural Cold War: Modernism in Service of the State," *Modernism/Modernity*, vol.14, Number 4 (2007), pp.729-754。

4 例如，學者阿姆斯特朗就特別對冷戰初期美蘇在朝鮮進行文化冷戰的相關情況進行了介紹。參見：Charles K. Armstrong, "The Cultural Cold War in Korea, 1945-1950," *The Journal of Asian Studies*, vol. 62, no.1 (February 2003).

1 Frederick C. Barghoorn, *The Soviet Cultural Offensive: The Role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy*, Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1960; Kenneth Osgood, *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, Lawrence: University Press of Kansas, 2006, pp.52-53.

2 Alan Ball, *Liberty's Tears: Soviet Portraits of the "American Way of Life" during the Cold War*, New York: Oxford University Press, 2016, xix.

3 James Vaughn, "All That Jazz: Federal Cultural Exchanges and Jazz Diplomacy, 1956-1964," Missoula: University of Montana Graduate Student Theses, 2016, p.2.

4 Gordon Johnston, "Revisiting the Cultural Cold War," *Social History*, vol. 35, no. 3 (August 2010).

與對文化冷戰的概念內涵還有一些爭議不同的是，對文化冷戰的地位學者們並沒有提出太多疑義。考慮到無論從關注角度還是研究內容，文化冷戰都與傳統冷戰有所區別，部分西方學者選擇將之歸屬為是「反傳統冷戰」（*unconventional Cold War*），並強調它雖然反傳統，但「沒有處於冷戰邊緣，反而處於中心地位」。¹畢竟，在冷戰期間，「同佔有領土和獲得經濟霸權一樣，宣傳不再僅僅是政策的附屬，贏得『人心和思想』（*hearts and minds*）也成為整體戰略的一個必需部分。」²

在對美國冷戰戰略進行分析時，陝西師範大學白建才教授認為可將之分為幾個不同層級，最上一層是美國的總遏制戰略，它下轄經濟遏制戰略、政治遏制戰略、軍事遏制戰略和意識形態遏制戰略（文化遏制戰略或稱作心理戰略）四個分類戰略層級。³顯而易見，美國對蘇文化冷戰自然是服務於美國的意識形態遏制戰略，進而服務於美國的總遏制戰略。

除去選擇從戰略層面對文化冷戰的地位進行界定外，中國社會科學院世界歷史研究所于沛教授還認為文化冷戰是蘇聯解體的重要原因。在2011年蘇共亡黨、蘇聯解體20周年之際，中國社會科學院世界社會主義研究中心曾聯合國內11家權威研究單位對蘇聯解體的原因及其後果等進行分析，于沛教授提交了題為《「文化冷戰」和蘇聯解體》的論文來對兩者的關係進行探究。⁴上海交通大學胡惠林教授在對文化冷戰進行研究時，則更注重文化冷戰的創新性，認為文化冷戰是冷戰的最顯著特徵，「它不僅開創了國際文化戰略競爭這一當代世界文化發展的新範式，而且還將

長久地影響世界文化安全戰略關係的發展走向。」¹

通過上述對文化冷戰的提出背景、活動內容以及作用地位等所作介紹，讀者應該可以對文化冷戰有了一個初步了解。結合已有就該話題所作研究，同時考慮到本文的研究主題所在，如果用一句話概括美國新聞署對蘇文化冷戰，似乎可以將其理解為：冷戰期間，在美國冷戰意識形態遏制戰略指導下，作為美國開展文化冷戰的一個重要工具，美國新聞署使用其下轄各種資源，通過對蘇聯開展信息宣傳和文化交流等一系列活動，以謀求在意識形態領域獲取潛移默化的滲透效果，進而幫助美國贏得冷戰。²

二、關於美國新聞署文化冷戰行為的研究綜述

通過前文對文化冷戰所作介紹不難發現，已有研究多偏重從宏觀視角探究美蘇文化冷戰的開展情況，鮮見專門論述美國新聞署如何代表美國開展文化冷戰的研究。此外，圍繞美國新聞署針對蘇聯開展文化冷戰的個案研究更是少見。就此而言，這一研究現狀為本書寫作留下了大量研究空間。不過，它也使本文研究呈現出明顯的試驗性質，筆者所提一些觀點仍有待進行更加細緻的商榷探討。

（一）美國學者的相關研究

儘管美國新聞署選擇將「向世界講述美國的故事」作為其廣告語，

1 Kenneth A. Osgood, "Hearts and Minds: The Unconventional Cold War," *Journal of Cold War Studies*, vol.4, no.2 (Spring 2002), pp.85-107.

2 Gary D. Rawnsley, *Cold-War Propaganda in the 1950s*, New York: St. Martin's Press, Inc., 1999, p.17.

3 白建才：《「第三種選擇」：冷戰期間美國對外隱蔽行動戰略研究》，北京：人民出版社2012年版，第57頁。

4 李慎明主編：《歷史在這裏沉思：蘇聯解體20周年祭》，北京：社會科學文獻出版社2011年版。

1 胡惠林：《論文化冷戰與大國文化戰略博弈》，《毛澤東鄧小平理論研究》，2007年第3期，第25頁。

2 需要明確的是，儘管筆者偏好採用「文化冷戰」這一術語來描述冷戰時期美蘇兩國在信息與文化交流領域的對抗，但在後續論述過程中，尤其是在直接引用其他學者的研究時，諸如「宣傳戰」「心理戰」以及「信息與交流項目」等概念仍會頻繁出現在本文中。

但它在美國國內的宣傳活動卻受到嚴重制約。因為《1948 年美國信息與教育交流法案》（United States Information and Educational Exchange Act of 1948）[亦稱《史密斯—蒙特法案》或《402 公法》（Public Law 402）] 明確規定，禁止任何政府機構向國內傳播在海外發佈的信息，以避免國內民眾受到灌輸性宣傳，美國新聞署基本被剝奪了在國內活動的機會，致使它在美國本土的影響被嚴重弱化。恰如美國學者南希·斯諾（Nancy Snow）所言，大多數美國民眾都沒有聽說過它，「它成了華盛頓保有的最好的祕密之一」。¹ 此外，由於與該機構相關的檔案資料很多都沒有解密，這無疑進一步增加了學者們對之進行研究的難度。

正是受上述雙重因素影響，圍繞美國新聞署的研究主體呈現出明顯的劃分：其一，主要是美國新聞署職員或智囊機構所作研究，其內容主要包括就該機構如何更好地發展提出政策建議，以及向美國民眾推介該機構以使其獲得更多的民眾支持，從美國新聞署成立到 20 世紀 60 年代中期這段時間，他們是美國新聞署的研究主體；其二，歷史學家、國際關係史專家以及公共外交研究學者圍繞該機構進行的嚴肅學術研究，到 20 世紀 60 年代中後期，隨着美國新聞署檔案資料開始解密，加之越來越多的美國學者開始認識到該機構在幫助美國贏得冷戰方面所發揮的重大作用，對它的研究明顯增多。即便如此，誠如威斯康星大學普拉特維爾分校（University of Wisconsin-Platteville）歷史學教授戴維·克魯格（David Krugler）所言，「儘管冷戰期間並沒有完全忽視對宣傳等問題的研究，但宣傳卻難以獲得像對政治、聯盟和核武器等研究一樣的重視」。² 此種狀況

直到冷戰結束之後才出現重大轉變，越來越多的歷史學家、退休的公共外交家開始嘗試重新評估信息文化交流活動對蘇聯解體的貢獻。就此而言，有關美國新聞署研究高潮的真正出現，正是在冷戰結束之後。

上述分類主要依據時間線索來整理美國新聞署的研究現狀。然而，鑒於該機構是美國文化冷戰的主要執行機構之一，筆者認為，對現有的關於美國新聞署的研究成果進行解讀，並選擇按不同主題進行梳理，將更有利於讀者深入理解這一話題。

（1）對美國新聞署成立原因的研究

熟知美國宣傳歷史的讀者應該會知道，自一戰結束以來，西方民眾便對宣傳產生了不好的印象，甚至對之有「恐懼心理」，擔心它可能會與專制聯繫起來。¹ 正因為此，二戰之後，美國民眾強烈要求政府解散重要的戰時信息宣傳機構——戰時信息署（United States Office of War Information，簡稱 OWI）。對戰後初期美國對外信息文化交流機構的演變過程，在後文中將有詳細論述，在此不做過多闡述。此處筆者之所以提到該問題，主要是作為對比引起讀者的注意：既然美國民眾對宣傳如此反感，美國政府卻為何甘願冒天下之大不韙，又重新設立一個獨立的對外信息文化交流機構——美國新聞署？

自 20 世紀 50 年代以來，美國政府和私人學者都傾向於把美國新聞署的設立歸因為是美國應對蘇聯宣傳攻勢的被動之舉。因為當時不少人都認為，「與心理武器相比，反映國家實力的外交武器其重要性已大大減弱，這種新的心理手段已迅速擴大至新的領域，全球沒有哪個國家比蘇俄更多地注意到它的潛力」；同時，許多人還相信，與一些最強大的競爭對手相比，「美國已經喪失了充分利用這一新型武器的可能性」。² 在此背

1 Nancy Snow, *Propaganda Inc.: Selling America's Culture to the World*, 2nd Edition, New York: Seven Stories Press, 2002, p.31.

2 H-Diplo Roundtable Review, Laura Belmonte, *Selling the American Way: U.S. Propaganda and the Cold War*, June 12, 2012, p.13, available at <http://www.h-net.org/~diplo/roundtables/PDF/Roundtable-XIII-3.pdf>, 2013-03-19.

1 [美]拉斯韋爾：《世界大戰中的宣傳技巧》，張潔、田青譯，北京：中國人民大學出版社 2003 年版，第 XII 頁。

2 John Boardman Whitton, *Propaganda and the Cold War*, Washington DC: Public Affairs Press, 1963, p.iii.

景下，艾森豪威爾總統公開疾呼：「我們的對外信息服務從來沒有承擔過如同現在這樣的重擔，對美國而言，僅有明智的政策遠遠不夠，……必須讓全世界所有民眾知悉和理解這些政策」，¹這直接促成了美國新聞署的成立。

由於艾森豪威爾對美國新聞署成立至關重要，這使得在探討該機構成立原因時，探究艾森豪威爾在其中發揮的作用就成了一個繞不過去的話題。早在 20 世紀 90 年代，就有一些研究者對之進行了簡單研究。例如，為紀念艾森豪威爾 100 周年誕辰，在美國新聞署員工聯合會（U.S. Information Agency Alumni Association，簡稱 USIAAA）和公共外交基金會（Public Diplomacy Foundation）共同資助下，1990 年 10 月在華盛頓舉辦了一場研討會，邀請多位美國新聞署前官員，對艾森豪威爾緣何決定成立美國新聞署等問題展開討論，最終這些討論內容以《艾克和美國新聞署：一場紀念性的研討會》²為題出版。該書為讀者了解艾森豪威爾與設立美國新聞署的關係有一定的幫助作用。

此外，關於為何成立美國新聞署這一議題，奧斯古德在《全面冷戰》一書中也進行了明確的闡述。在深入探究艾森豪威爾政府如何藉助「真相」宣傳策略推進美國實施遏制戰略的基礎上，作者明確表示美國不應為美蘇之間的文化宣傳戰承擔責任，因為它在這場博弈中處於被動地位，艾森豪威爾政府是被動迎接蘇聯的挑戰，它開展的宣傳活動不過是一種反擊手段。³與奧斯古德所持觀點相似，南加利福尼亞大學（University of Southern California）歷史學教授尼古拉斯·卡爾（Nicholas J. Cull）同樣

認為，「東西方之間的衝突是美國新聞署成立的必要因素。戰後美國公共外交的創立者是約瑟夫·斯大林（Joseph Stalin），如果沒有蘇聯在世界範圍內不遺餘力地宣傳，苛刻的國會不會授權通過《1948 年美國信息與教育交流法案》。恰恰是由於需要進一步反對蘇聯的宣傳，最終促使美國新聞署創立並推動其持續發展。」¹

不過，與冷戰史其他領域由於研究越來越深入而不斷得到修正相似，伴隨美國對外宣傳戰研究的深入，有些學者開始對美國新聞署的成立原因進行反思，並重新探討究竟哪方應該為文化冷戰的肇始和升級負責。此方面最具代表性的學者是希克森教授。通過考察杜魯門和艾森豪威爾總統任期美國對社會主義陣營發動的文化冷戰，特別是對美國「私人」機構、廣播（主要是美國之音（Voice of America，簡稱 VOA））以及文化展覽的具體內容進行解讀，希克森明確提出，美國新聞署是美國政府進行文化冷戰的主要工具。在其看來，有別於在對外文化領域人們通常認為美國是冷戰受害者的是，與其敵人相比它更是一個侵略者。有鑒於此，希克森提醒：「如果想對東西方爭鬥的結束做出全面解釋，就需要對西方文化滲透在其中扮演的角色進行認真分析」。²

希克森的上述觀點對美國學界造成了一定的影響和衝擊。此書出版不久，一些學者就對其觀點提出了質疑，甚至有些美國讀者和學者還對其「不愛國」提出了嚴重批評。但是，該著作帶來的積極意義卻是促使讀者重新反思應該如何正確看待文化冷戰的責任問題。其所提觀點是否準確，仍有待學者們結合新的解密檔案資料特別是來自蘇聯和東歐國家的解密檔案對之進行深入研究。

1 Thomas C. Sorensen, *The Word War: The Story of American Propaganda*, New York: Harper & Row, 1968, p.47.

2 Hans N. Tuch, Lewis G. Schmidt, *Ike and USIA, A Commemorative Symposium*, Washington, D.C.: U.S. Information Agency Alumni Association and the Public Diplomacy Foundation, 1991.

3 Kenneth Osgood, *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, Lawrence: University Press of Kansas, 2006.

1 Nicholas J. Cull, *The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945-1989*, New York: Cambridge University Press, 2008, p.494.

2 Walter L. Hixson, *Parting the Curtain, Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*, Basingstoke: Macmillan Press Ltd, 1997, p. xv.

（2）對美國新聞署行動目標的研究

儘管遲至 1953 年 8 月 1 日美國新聞署才正式成立，但當年 6 月，為確保這個即將成立的部門更好地開展工作，時任國際信息署（International Information Administration，簡稱 IIA）署長羅伯特·詹森（Robert Johnson）就成立了一個研究顧問委員會，重點調研美國新聞署的成立目的、活動目標、人員配置以及行動措施等。該委員會耗時六個月對美國新聞署 142 名員工代表進行訪談，並據此於 1954 年年底提交了題為《美國新聞署行動設想的研究》的報告¹。報告除從整體將美國新聞署的目標劃分為國家目標和信息目標外，更是將之細化為「支持美國的外交政策、展示美國同其他人民之間的共同利益、顯示友好、展示美國、支持海外民主發展以及對抗共產主義」等具體目標²，並分別對之做了論述。但令人遺憾的是，由於美國新聞署內部認為這一研究「揭示了太多與美國新聞署有關的政治敏感內容」³，導致其甫一問世就被貼上了「祕密級」（Confidential）的標籤，普通學者對其內容無從知悉。不過從研究時間來看，它無疑是對該機構行動目標進行系統研究的最早成果。

有別於持保守態度處置上述研究報告的是，為了謀求美國民眾對這個新成立部門的支持，美國新聞署各級官員積極嘗試通過多種渠道向美國民眾推介該機構，並特別就其行動目標及主要活動等信息進行特別說明。例如，成立當年，其署長便多次公開宣講美國新聞署的職能、責任

等話題。¹此外，為進一步贏得美國普通民眾對新成立的美國新聞署的支持，時任副署長艾伯特·沃什博恩（Abbott Washburn）亦在雜誌上發表推介性文章，強調新成立的美國新聞署主要負責實現美國總統為其設定的行動目標，即「通過各種傳播技術向世界其他國家提供證據，以此證明美國目的和政策的友好性，並且使他們認識到，美國的這些活動將會有力地促進他們對自由、進步以及和平的合法訴求」²。

1961 年，正在美國新聞署駐巴基斯坦美國新聞處（U.S. Information Service，簡稱 USIS）工作的小威爾遜·迪扎德（Wilson P. Dizard Jr.），憑藉其特殊身份提供的便利，出版了《實情戰略：美國新聞處的故事》³。該書使用了許多作者通過個人渠道獲得的關於美國新聞署的內部資料。鑒於當時與該機構相關的檔案資料仍極難獲得，此書無疑為當時的讀者了解美國新聞署提供了重要參考。然而，迪扎德並不認為美國新聞處採取的行動是對外進行心理戰或宣傳戰，相反它更傾向於認為它只是在提供「信息」（Information）。就此而言，他明顯是站在美國官方立場上討論問題，這就決定了其研究具有非常強烈的政治傾向性。作者此舉不可避免招致了一些學者的質疑和批判，例如，北卡羅萊納大學（University of North Carolina）的約翰·亞當斯（John B. Adams）就批評該書「不是一部學術著作」。⁴

即便如此，《實情戰略》仍然在美國學界和政界產生了很大反響。最明顯的是，隨着冷戰進一步升級，越來越多的美國民眾開始接受政府對外進行心理宣傳戰的做法，他們對迪扎德在著作中表現出的對心理宣傳

1 2011 年年底，筆者曾在美國國家檔案館特別查找過該研究報告，並最終在《特別報告》檔案集（Special Reports）中找到了原件。見：U.S. National Archives, College Park, MD, Record Group 306: Records of The U.S. Information Agency (以下簡稱 NARA, RG 306), A Study of USIA Operating Assumptions, December 1954, Special Reports (S), 1953-1997, Box 5-6.

2 NARA, RG 306, Special Reports (S), 1953-1997, Box 5, A Study of USIA Operating Assumptions, Vol. I, December 1954.

3 Leo Bogart, *Cool Words, Cold War: A New Look at USIA's Premises for Propaganda* (Revised Edition), Washington, D.C.: The American University Press, 1995, p. viii.

1 美國首任署長就這些話題所做演講的原始記錄，可以在美國國家檔案館中找到。見：NARA, RG 306, Biographic Files Relating to USIA Directors and Other Senior Officials, 1953-2000, Box 29.

2 Abbott Washburn, "U. S. Information Agency," *World Affairs*, vol.119, no.4 (Winter 1956), pp.101-103.

3 Wilson P. Dizard Jr., *The Strategy of Truth: The Story of the U.S. Information Service*, Washington, D.C.: Public Affairs Press, 1961.

4 John B. Adams, "Review," *Social Forces*, vol.40, no.4 (May 1962), p.394.

戰過於保守的態度頗感失望。鑒於就該話題的相關討論在美國社會頗為流行，每年都會選取一些公眾關心的熱點問題進行研討的普林斯頓大學（Princeton University），也對該話題產生了巨大興趣。1962年3月15日至16日，該大學特別邀請了一批學者和官員，研討冷戰背景下如何對美國信息項目進行角色定位、如何更好地利用它維護美國國家利益等問題。參會者徹底拋開了以前討論此問題時的遮遮掩掩，他們充分肯定美國新聞署對外宣傳美國的重要性，並且對如何使之在宣傳美國方面更好地發揮作用提出了各自的建議。¹

毋庸置疑，普林斯頓大學召開的這次研討會對美國新聞署行動目標的研究是一次重大突破，但此次會議卻仍未完全平息圍繞美國新聞署行動目標的爭論。正因為此，學者羅納德·魯賓（Ronald I. Rubin）決定在已有研究基礎上，進一步就美國新聞署的行動目標展開專門研究。在其看來，美國新聞署的行動目標主要應該包括：促進信息和思想自由交流；促進教育、科技和藝術發展；對抗蘇聯集團的宣傳活動以及揭示其極權本質等內容。² 僅就探討美國新聞署的行動目標而言，本書堪稱該領域研究的巔峰之作。即便如此，它並未明確指出美國新聞署的根本目標是開展針對蘇聯的文化冷戰。

及至20世紀70年代，此時美國新聞署的一些早期檔案開始根據美國《信息自由法案》（The Federal Freedom of Information Act）的授權得到解密，《美國新聞署行動設想的研究》就在其中。1976年，曾參與該研究報告起草工作的里奧·博加特（Leo Bogart）據此出版了《宣傳預設：

冷戰時期美國新聞署的行動設想》。¹ 有感於國際形勢的變化，同時系統梳理美國新聞署近20年的活動內容，作者坦承該機構「主要的和唯一的目標是進行強烈、有力的反共項目」，其實質是在「宣傳預設」的前提下從事相關活動。² 毫無疑問，博加特的上述觀點等於是對美國新聞署的行動目標做了一個蓋棺論定的答覆，他已徹底拋棄了以前對此問題遮遮掩掩的處置方式，坦率承認了美國新聞署開展文化冷戰的真實目標。

最近幾年，隨着新檔案資料的解密，美國新聞署行動目標的研究得到進一步深化。美國蘭德公司（RAND Corporation）研究學者洛威爾·舒瓦茨（Lowell H. Schwartz）所作《反對克里姆林的政治戰：冷戰起始階段的美英宣傳政策》便是其代表作之一。³ 作者將冷戰期間的宣傳活動視作是政治戰的一部分，全書重點考察了1945—1960年間美英兩國針對蘇聯所作的宣傳努力，並對美英兩國的系列活動進行了比對研究。其中，在論及艾森豪威爾任期美國在實施政治戰方面的努力時，他詳細探討了美國政治戰重組的歷程（尤其是美國新聞署的創建），並着重指出了美國新聞署在協調美國宣傳政策方面所發揮的重要作用。可以說，在分析美國新聞署成立的過程中，作者對該機構的行動目標提出了若干新穎的觀點。

（3）對美國新聞署開展文化冷戰措施方法的研究

對文化冷戰進行長時段的考察不難發現，美蘇兩國在開展文化冷戰過程中，呈現出了顯著的領域區分特點。對此，已有多位學者注意到了這一現象。例如，舒瓦茨就認為，學者們在研究英美直接針對蘇聯宣傳

1 John Boardman Whitton, *Propaganda and the Cold War*, Washington D.C.: Public Affairs Press, 1963.

2 Ronald I. Rubin, *The Objectives of the United States Information Agency: Controversies and Analysis*, New York: Frederick A. Praeger, 1968.

1 Leo Bogart, *Premises for Propaganda: The United States Information Agency's Operating Assumptions in the Cold War*, New York: Free Press, 1976.

2 Leo Bogart, *Cool Words, Cold War: A New Look at USIA's Premises for Propaganda* (Revised Edition), Washington, D.C.: The American University Press, 1995, p. viii.

3 Lowell H. Schwartz, *Political Warfare Against the Kremlin: US and British Propaganda Policy at the Beginning of the Cold War*, New York: Palgrave Macmillan, 2009.

的工具時多關注於兩個領域：第一個領域主要研究短波廣播電台，包括英國廣播公司（British Broadcasting Corporation，簡稱 BBC）的對蘇廣播部門、美國之音和自由電台，而文化交流、貿易博覽會、國際展覽和圖書交流等則構成了第二個研究領域。¹ 按照中國學者對此領域研究時的措辭慣例，舒瓦茨的上述區分亦可以理解為是進行傳媒外交和文化外交研究。

儘管舒瓦茨的上述論斷是基於宏觀層面對美國開展的活動進行闡述，但若讀者審視美國新聞署對蘇聯的文化冷戰活動，會發現這些論斷同樣適用。之所以如此斷言，主要是由於在美國新聞署成立之時，國際廣播、電影電視、對外出版、無線電報等媒介都劃歸到該機構管轄之下，同時其下轄的美國新聞處還同國務院進行合作，負責在世界各地開展各種文化交流活動。

在分析美國新聞署如何開展傳媒外交時，學者們普遍認為應該把國際廣播特別是美國之音作為首要研究對象。儘管 1942 年開播的美國之音其歷史遠早於美國新聞署，但為了通過整合現有資源以便更好地實現「向世界講述美國的故事」的目的，經過考察，它還是被納入了美國新聞署的管轄之下。美國新聞署亦對美國之音高度重視，從一開始就把它列為本機構對外宣傳所依賴的主要武器。當然，由於蘇聯干擾，在冷戰起始階段，其他對蘇宣傳活動難以發揮效力，導致美國之音的重要性進一步凸顯，這同樣是使美國新聞署重視美國之音的一個原因。後文將會對此做深入論述，在此不做過多闡述。

正因為此，許多美國學者認為，研究美國之音的相關歷史，對於更好地把握它在美國新聞署開展對外宣傳中的地位作用，具有至關重要的

作用。不過，就已有針對美國之音的研究來看，選擇對成立初期的美國之音進行研究的作品並不多見。到目前為止，筆者認為學者霍利·舒爾曼（Holly Cowan Shulman）於 1990 年出版的《美國之音：1941—1945 年的宣傳和民主》仍然是對其早期發展史進行研究的代表作。雖然舒爾曼高度評價美國之音在反抗法西斯戰爭中發揮的作用，但他卻不認為成立之初的美國之音完美無瑕，相反它存在着極大的問題。其中，如何明確其定位成為一個亟待解決的問題。在其看來，「對成立初期的美國之音來說，宣傳家們認為它應該致力於反對壓迫和爭取民主，而國務院的官員們卻將戰時信息署的領導人視為企圖激進推翻美國的政策，軍隊則希望宣傳部門成為為戰爭服務的附屬機構，……美國之音在這三股力量的夾擊下難以生存。」¹

如果讀者想進一步了解美國之音的歷史沿革及其對蘇廣播的詳細情況，美國赫爾辛基觀察委員會（U.S. Helsinki Watch Committee）顧問盧德米拉·阿列克謝耶娃（Ludmilla Alexeyeva）撰寫的《美國針對蘇聯的廣播》² 同樣是一部不錯的參考著作。該書重點分析了 1984 年年中到 1986 年年中美國之音和自由電台對蘇廣播的相關情況。阿列克謝耶娃用大量篇幅論述了兩家電台對蘇廣播的節目設置及特色等，這為嘗試了解美國之音的讀者提供了最好的素材資料。

1997 年，邁克爾·尼爾森（Michael Nelson）出版專著《黑色天空之戰：冷戰時期的西方廣播戰》³，梳理了 1945—1989 年間西方國家如何利用美國之音、英國廣播公司以及自由歐洲電台 / 自由電台（Radio Free

1 Lowell H. Schwartz, *Political Warfare Against the Kremlin: US and British Propaganda Policy at the Beginning of the Cold War*, New York: Palgrave Macmillan, 2009, p.6.

1 Holly Cowan Shulman, *Voice of America: Propaganda and Democracy, 1941-1945*, Madison: University of Wisconsin Press, 1990, p.77.

2 Ludmilla Alexeyeva, *U.S. Broadcasting to the Soviet Union*, Helsinki Watch Committee, 1986.

3 Michael Nelson, *War of the Black Heavens: The Battles of Western Broadcasting in the Cold War*, New York: Syracuse University Press, 1997.