

РАЗДЕЛ 3. КЛАССИКА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Лассвелл Г. Д.
Нью-Хейвен, США
Перевод С. С. Чистовой
**СТРАТЕГИЯ
СОВЕТСКОЙ ПРОПАГАНДЫ**

УДК 81'371

Аннотация. В данной статье представлен анализ советской пропаганды, ее стратегий, целей и этапов реализации. Многочисленные несогласия, которые наблюдаются в истории советской пропаганды, объясняются с точки зрения стратегических целей, поставленных советскими лидерами.

Ключевые слова: советская пропаганда, стратегия.

Сведения об авторе: Лассвелл Гарольд Д., доктор философии, профессор.

Сведения о переводе: Чистова Софья Сергеевна, преподаватель кафедры английской филологии.

Место работы: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия.

Контактная информация: 622004, Свердловская обл., г. Нижний Тагил, ул. Киевская, д. 179, кв. 162.
E-mail: loir@mail.ru

Общеизвестно, что система советской пропаганды весьма непоследовательна как в синхронии, так и в диахронии. Сначала советские лидеры делали акцент на идеи мировой революции и неизбежной победе коммунизма над капитализмом. Внезапно на Генуэзской конференции Чicherin объявил о «мирном сотрудничестве между двумя социальными системами в данном историческом периоде», и таким образом метания между взаимодействием и яростным противостоянием продолжаются до сих пор. В течение длительного времени советские лидеры называли мировые социалистические и либеральные партии «социал-фашистскими» до тех пор, пока не появилась угроза в лице фашистской Германии. А затем на первый план вышла идея об «объединенном фронте против войны и фашизма», но это продолжалось недолго: когда был подписан пакт Молотова-Риббентропа, Сталин произносил тосты за здоровье Фюрера. Когда начались немецкие наступательные операции, антизападные лозунги утихли, а Сталин шокировал общественность, благосклонно упоминая Бога. Когда военные действия закончились, началась новая эпоха сепаратизма и ненависти. Сейчас Соединенные Штаты получили почетный титул мирового зла, заняв место, ранее принадлежавшее фашистам и «англо-французским plutokratиям».

Однако в советской пропаганде существуют примеры последовательных действий. Многие

Lasswell H. D.
New Haven, the USA
Translated by S. S. Chistova
**THE STRATEGY
OF SOVIET PROPAGANDA**

Код ВАК 10.02.19

Abstract. This article deals with the subject of Soviet propaganda, its strategies, aims and stages of realization. The inconsistencies which are abundant in the history of Soviet propaganda are explained from the point of view of the strategic aims set by the Soviet leaders.

Key words: soviet propaganda, strategy.

About the author: Lasswell Harold D., PhD, professor.

About the translator: Chistova Sophia Sergeevna, lecturer of the chair of English philology.

Place of employment: Nizhny Tagil State Social and Pedagogical Academy.

из ключевых символов и лозунгов наследия марксизма сохранились по сей день.

Существует ли какое-либо объяснение таких зигзагов советской пропаганды? По моему мнению, они объединены одной стратегической целью: максимизировать советскую власть в лице отдельных личностей и групп внутри страны и за ее пределами. Пропаганда является общеполитическим инструментом наряду с дипломатией, экономикой и армией. Политическая пропаганда – это средство управления массовой коммуникацией с целью получения власти. В конечном итоге ее целью является экономия материальных затрат власти, а более конкретно – экономия материальных затрат мирового господства.

Что же произойдет, если эта стратегическая цель будет достигнута в полной мере? Мировой войны не будет. Даже весьма сомнительно, что будут происходить локальные противостояния корейского типа. Нация за нацией будут попадать в советскую орбиту путем запугивания, раскола и усыпления внимания. США поведут политику, которая ослабит их политические, экономические и социальные структуры, и мирно опустятся на второе место на мировой арене. Полный успех советских пропагандистов снизит материальные затраты, которые бы повлекли за собой мировая война или серия локальных противостояний, а также массовая подготовка к военным действиям.

Даже частичное достижение такого успеха существенно снизит материальные затраты на

установление советского господства. То, что укорачивает войну, не препятствуя успеху, экономит ресурсы русских.

Излишне упоминать, что использование пропаганды как силового инструмента не является отличительной особенностью советского правящего класса. Все правящие классы крупномасштабных сообществ обращаются к пропаганде. Тем не менее, в случае с СССР существуют отдельные черты, которые выделяют его среди остальных. Контраст становится особенно разительным при сравнении с США. Советские лидеры управляют сплоченным, гиперцентрализованным, военно-полицейским государством, в то время как американские лидеры рассеяны по правительственный, деловым, образовательным и другим, относительно независимым, структурам. Советская элита ориентирована на власть и всегда просчитывает возможности для усиления власти в стране и за ее пределами. В США властные элементы в меньшей степени склонны рассматривать власть как доминирующую ценность, т.к. их более интересуют вопросы капитала, статуса и другие ценности.

Высшее руководство СССР управляет на основе теории и традиций, которыми обуславливается заметная роль пропаганды в проведении политики. Безусловно, все понимают, что захват власти в 1917 году был подготовлен годами деятельности, в которой каждый член революционной партии должен был все свои усилия направить на пропаганду.

Тем не менее, было бы ошибочным предполагать, что советская элита придавала огромное значение пропаганде из уважения к человеческому разуму или роли идей в истории (Анализ перспектив развития советской элиты проведен Натаном Лейтесом (в печати)). Правильнее было бы сказать, что это в традициях советского правящего класса – не принимать в расчет как идеи, так и человеческий разум, т.к. стратегия советской пропаганды весьма пессимистически смотрит на способность человечества к просвещению путем мирного убеждения.

Задумайтесь на мгновение над теоретическими рамками, в которых берет начало пропагандистская деятельность. Недоверие ко всему «идеологическому» можно легко объяснить акцентом на приоритете «материальных» факторов в истории. Этот момент из наследия марксизма был особым образом искажен главными лидерами русского социализма. Ленин прекрасно осознавал, что он в меньшинстве. Его понимание революционной деятельности отражало беспомощность, которую он чувствовал перед лицом задачи путем мирного убеждения склонить на свою сторону народные массы. В идеологии русских рабочих и крестьян он видел отпечаток материальной власти старого правящего класса. Медлительность, упрямство и тупость российских масс, на которые Ленин иногда сетовал, были идеологическими факто-

рами в истории. Но этим гигантским айсбергам придали форму «материальные» силы, находящиеся в распоряжении более старой элиты.

И каким же образом нужно было «разрушить и растопить» эти идеологические остатки? Не путем убеждения, пришел к заключению Ленин, а только путем стремительных и кардинальных материальных трансформаций. Однако какую роль в этом играет пропаганда? (О теории пропаганды, используемой советскими лидерами, см. Alex Inkeles, *Public Opinion in Soviet Russia* [Cambridge 1950]).

Нет необходимости предполагать, что Ленин решил проблему взаимодействия материальных и идеологических факторов без противоречий и согласно научным положениям. Революционные лидеры разработали стратегию и тактику, которые продолжают оказывать влияние на российских лидеров. Создание пропагандистской структуры является деятельность по большей части материальной в том смысле, что она зависит от контроля над орудиями производства, такими как печатные прессы, способные печатать журналы, брошюры и книги; также она зависит от работы по обработке и распространению продукта. Она материальна также в том смысле, что дает возможность сконцентрироваться на массах, находящихся в неблагоприятном материальном положении и в силу этого весьма восприимчивых к программам, направленным на улучшение их положения. Количество таких «восприимчивых» людей зависит от напряженности противоречий, преобладающих в данном времени и месте. При правильном использовании материальных средств коммуникации очень небольшая совокупность материальных факторов может изменить идеи все увеличивающегося множества. В конце концов, индивидуумы, контролирующие растущие материальные ресурсы, могут захватить власть и начать контролировать существенно расширившийся набор средств для трансформации массовой идеологии в широких масштабах.

Однажды увидев новые идеологические перспективы, рабочий класс может обеспечить сохранение их нетронутыми, используя доступные материальные средства коммуникации. Таково происхождение постановлений, появившихся в статье 125 Конституции 1936 года о свободе слова. В данной статье говорится, что право человека на свободу слова гарантировано передачей рабочим и рабочим организациям печатного оборудования, запасов бумаги, издательств, улиц, средств коммуникации и других материальных условий, необходимых для реализации этого права.

Неизменным обвинением в адрес капиталистического мира является тот факт, что массы вводятся в заблуждение посредством прессы, которая, как говорят, находится под контролем plutokратии. Очевидно, предположение, что тот, кто контролирует материальные средства коммуникации, может вселить в умы пассивных

масс образы, защищающие материальные отношения, существующие или перспективные. Таким образом, пропаганда понимается как дешевая деятельность, с помощью которой восприимчивость, созданная материальными противоречиями, может стать политически эффективной.

Пренебрежение к методу убеждения со стороны советской элиты становится очевидным в той догматической окончательности, с которой она относилась к конечной цели политики. У элиты есть жесткое, не подлежащее обсуждению понятие о будущем, в котором люди объединены свободой, а не необходимостью (Ф. Энгельс). Советская интерпретация этой теории заключается в том, что те люди, которые стремятся к этой цели, могут препятствовать свободе других людей до тех пор, пока не останется никаких материальных противоречий, способных породить идеи, враждебные такому свободному обществу. Вся угроза, которая может исходить по каналам коммуникации от иностранных элит к советской аудитории, уничтожается. Советская «верхушка» без колебаний использует любые материальные средства, которые у них есть, чтобы оградить советских людей от такого «подрывного» влияния.

Руководители советской пропаганды не игнорируют настроения и надежды их настоящей или будущей аудитории. Но это происходит не ради сотрудничества с целью через свободный спор прийти к согласию о целях, основных направлениях политики и высшем руководстве государства. Наоборот, наблюдение за народом является односторонним процессом, где отклонение от намеченного курса представляет собой только тактическую проблему нахождения экономических средств для предотвращения подобных отклонений. Иногда Ленин был резко откровенен, выражая свое презрение по отношению к мыслям и чувствам масс, когда они отличались от задуманных им. Как и в случае с другими тираниями нашего времени, сегодняшние лидеры русского военно-полицейского государства понимают, что такая откровенность – источник слабости. Поэтому последователи Сталина сейчас поздравляют себя с созданием «самой идеальной демократии» на земле, в которой воля людей выражается полнее, чем где бы то ни было. Таким образом, возрождается мистическая концепция демократии, при которой тирания притворяется, что она «интуитивно чувствует», без помощи представительных органов, глубочайшие народные настроения.

Все вопросы создания государства, основанного на принципах свободы, сводятся к тактической целесообразности. Элементарное внимание к мнениям и чувствам других является излишним или, что еще хуже, представляет собой акт пособничества совокупным ошибкам, запечатленным в человеческом разуме предыдущим правящим классом. Честность не обладает ценностью в качестве выражения нравст-

венности: в том, что способствует достижению конечной цели, есть нравственность более высокого порядка.

Главной задачей пропагандистской стратегии является правильная синхронизация своих действий с возникновением тех или иных опасностей и возможностей в определенных обстоятельствах с целью укрепления властной позиции советской элиты. Представляется возможным проследить преобладающие стратегии нападения и защиты в советской пропаганде, многие из наиболее важных особенностей которых можно увидеть в подготовке Ленина к захвату власти в России. Если мы вернемся к годам глубочайшего кризиса революционного движения (после краха в 1905 году), мы увидим, что первоочередной задачей Ленина было сформировать первичные революционные центры, способные к дальнейшему расширению. Ленин и его последователи выделяли человеко-часы на пропагандистскую работу. Часто им удавалось найти новых членов путем прямой личной пропаганды, которой часто предшествовал выпуск печатной пропагандистской продукции.

Когда количество первичных революционных центров стало достаточным для того, чтобы существенно влиять на властные процессы в профсоюзах, политических партиях и Государственной Думе, перед Лениным всталась вторая задача. Необходимо было найти союзников, не утратив при этой своей независимости. Хотя союзники вне или внутри социалистического движения представляли опасность для растущих амбиций Ленина (или его сторонников), при их отсутствии существовала угроза полного уничтожения вражескими элементами, чья сила была потенциально огромной. Пропагандистская стратегия Ленина заключалась в поддержании недоверия к союзникам, в то же время либо усыпляя внимание последних, либо направляя их внимание на общего врага, либо разжигая внутренние разногласия. У пропаганды есть много средств для усыпления внимания союзника. Например, прямое заявление о взаимной дружбе и сведение к минимуму количества проявлений враждебности и совершения действий, способных обеспокоить союзника. Пропагандистская цель направить внимание на общего врага вполне понятна, но тактика провоцирования внутренних разногласий весьма сложна. Очевидно, что союзника нельзя ослаблять до такой степени, чтобы он стал бесполезен в борьбе против общего врага. Но напряжение внутри рядов союзника может ослабить его внимание и таким образом отвлечь его от внушающих опасение действий группы сторонников Ленина. Стратегия раскола готовит почву для сотрудничества с мелкими группировками в разрушении или установлении контроля над союзником в будущем.

Третья стадия – это захват власти, и на этой стадии возникает несколько иная задача

для пропаганды, которая заключается в деморализации потенциальной оппозиции и получении поддержки путем внушения, что дальнейшее сопротивление или отказ от сотрудничества бесполезны и безнравственны.

В любой момент группы сторонников Ленина могут посчитать необходимым занять оборонительную позицию, которая по большей части состоит в маскировке всех враждебных намерений по отношению к союзнику и удвоение количества попыток предотвратить появление или разрушить враждебные объединения путем усыпления внимания, внушения страха перед общим врагом и провоцирования внутренних разногласий.

Таким образом, стратегическая роль пропаганды как средства снижения материальных затрат на расширение власти и ее защиту (как это сделали последователи Ленина, а затем и последователи Сталина) реализуется в следующих стадиях:

Первая стадия: создание первичных революционных центров, в которых целиком преданные коммунистическим идеям люди формируют сплоченный постоянный коллектив для выполнения общего дела.

Вторая стадия: сотрудничество с союзниками в отраслях власти, доступных революционным центрам, которые к тому времени становятся достаточно сильными, чтобы выступать как «партии», «союзы» и т.п. Пропагандистской целью на данной стадии является поддержание ощущения выполнения особого задания (внутри партии или «своей» группы) и в то же время поощрение определенных отношений среди потенциальных врагов (включая союзников). Эти отношения включают чувство спокойствия по отношению к партии; отвлечение враждебного внимания и направление его в сторону общего врага; распространение внутренних разногласий.

Третья стадия: захват власти, на которой происходит пропагандистская деморализация оппозиции и тех, кто отказался от сотрудничества; распространение страха или уверенности в неизбежной победе партии и в безнадежности и безнравственности дальнейшего сопротивления или отказа от сотрудничества (Захват власти в России был только первым шагом в распространении коммунистического движения, хотя и самым решающим. По отношению к мировой ситуации советская элита находится на первом или втором этапе. Третий этап был осуществлен постепенно в соседних государствах. О внутренних изменениях в России после 1917 года [см. Cambridge 1950]).

Задумайтесь на мгновение над применением этих стратегических принципов захвата власти в странах-соседях России (современные страны-спутники). Первой задачей пропаганды в Венгрии и Чехословакии было получить достаточную поддержку, чтобы начать играть весомую роль в повседневном управлении страной как на мест-

ном, так и на национальном уровне. Эта задача была выполнена путем внедрения в профсоюзы и частные объединения. Вторая задача возникла, когда партия стала достаточно сильной, чтобы присоединяться к коалициям и работать совместно с союзниками на каждом уровне государственной структуры (включая попытки проникнуть в министерства, занимающиеся общественным порядком и связями с общественностью). Третья стадия наступила с захватом и консолидацией власти в результате государственного переворота (в «рамках закона»). Именно на второй стадии потребовалось наибольшее разнообразие в работе советской пропаганды, так как было необходимо удерживать в равновесии часто противоречавшие друг другу задачи поддержания ощущения выполнения особого задания, спокойствия со стороны потенциальных врагов (включая союзников), отвлечение и направление внимания на общего врага и разжигание внутренних разногласий. Это был период, в котором были полезны такие иллюзии, что политика Советов наконец «успокоилась» до мирного сосуществования и возвращения к искреннему сотрудничеству. Третья стадия характеризуется меньшей утонченностью политики и большей безжалостностью, т.к. включает в себя террор, часто тесно связанный с актами насилия [См. Duchacek 1950: 345-72; The February Coup in Czechoslovakia 1950: 511-32; Stephen 1950: 20-54].

Рассматривая картину мира в целом, можно сказать, что советской пропаганде на первой стадии (проникновение в новое государство) наиболее полезна высокая степень теоретизации. На этой стадии функцией пропаганды является создание ядра профессиональных революционеров для умелого направления последующей деятельности. Зададимся вопросом, почему кремлевские пропагандисты продолжают повторять так много старых теоретических положений марксизма? Очевидно, ответ заключается в том, что большинство теоретических положений доказали свою эффективность при обращениях к недовольным в разных странах, как в центрах современного индустрIALIZМА, так и среди народов, долгое время подверженных экономической экспансии Запада. Давно известно, что распад древних союзов, религиозных вероучений и философских традиций был признаком, а затем и фактором, способствующим обширным трансформациям, которые человечество переживает в данный исторический период. Давно известно, что марксистская теория предоставила мирскую замену универсальности цели, вселенскому мировоззрению и безграничной вере в судьбу, что было частью более ранних систем. Без сомнения, давно известно, что марксизм и либерализм были идеологиями, близкими в своих нападках на структуры классового общества и утверждении необходимости общественного обновления

для реализации принципа уважения человеческого достоинства в теории и на практике.

Некоторые теоретические положения, вынесенные российской элитой из исторического марксизма, кажутся вполне правдоподобными миллионам современных людей, испытывающим материальные и идеологические трудности (заметьте, что сейчас я говорю о правдоподобии, а не о правильности или неправильности).

Вспомните известный тезис о том, что в экономике капиталистического типа существует тенденция к монополизму. Можно ли отрицать правдоподобие этого, скажем, в США, где монополизм является предметом недовольства уже много лет?

Вспомните тезис о том, что капитализм периодически создает кризисы массовой безработицы. В свете «паники», «кризисов» и «депрессий» можем ли мы отнести это в сторону как нечто неправдоподобное?

Далее задумайтесь над тем фактом, что движения протеста в капиталистическом обществе возникают среди людей, не являющихся крупными собственниками. Это вполне правдоподобно в свете той жизнеспособности, которую проявляют движения за «рабочий класс», «социализм» и другие политические символы.

Также подумайте о том, что в парламентаристских государствах крупные собственники часто переходят на недемократический путь действий, если они чувствуют серьезную угрозу со стороны движений протеста. Является ли это неправдоподобным в свете оказания помощи режимам Муссолини, Гитлера и Франко со стороны крупных промышленников и землевладельцев?

Также подумайте о том, что империализм является результатом борьбы капитализма за контроль над сырьем и рынками. Очевидно, это становится правдоподобным, если принять во внимание борьбу за колонии, которая расширила территории таких имперских стран как Англия, Франция, Германия и Бельгия, и поставила США на место Испании в Карибском море и на Филиппинах.

Также вспомните о том, что империалистические распри провоцируют войны между империями. В этом случае примером являются распри между Англией и Германией до 1914 года и борьба Германии за «новые территории» в недалеком прошлом.

Наконец, подумайте о недавнем пересмотре тезиса об «империализме и войне». Я имею в виду концепцию капиталистического окружения «родины социализма», наращивание вооружения и военного присутствия как средств подготовки нападения на СССР, особенно в надежде направить недовольство безработных на внешнего врага в условиях рушащегося капитализма. Разве не правда, что капиталистические страны увеличивали свои расходы на вооружение?

Эти теоретические положения занимают важное место в стратегическом балансе советских пропагандистских призывов. Новых членов партии продолжают набирать путем проведения семинаров по изучению трудов Маркса, Энгельса, Ленина, Сталина и других приемлемых фигур в каноническом списке. Было не раз доказано, что эти семинары являются весьма эффективными инструментами советской власти. Позволю себе напомнить, что когда правительство Канады раскрыло шпионскую организацию, след привел к семинарам, организованным как пункты вербовки интеллигентных людей с высоким интеллектом. Когда учение Маркса-Ленина-Сталина игнорируется продвинутой образовательной системой какой-либо страны или с заметным предубеждением отбрасывается учителями, которые очевидно ничего не смыслят в этом предмете, оно начинает вызывать любопытство, которое может быть удовлетворено частным образом и на, в той или иной степени, нелегальных семинарах. На этих интеллектуальных «незаконных вечеринках» в ханжеской атмосфере, свободной от критической оценки и сравнения, детально излагается учение. Семинары представляют собой важный пример того тактического принципа, что наращивать эффективное влияние в безразличном или враждебном обществе возможно путем увеличения количества литературы и человеко-часов в пропагандистской работе (шаг от частного изучения запрещенной теории до шпионажа и саботажа для многих сделать достаточно легко).

Необходимо отметить, что наибольшего успеха советская пропаганда достигла в развивающихся странах. Это хороший пример того, что нужно выбирать аудиторию там, где материальные или идеологические факторы создают напряжение. Эти действия чрезвычайно важны на всех стадиях процесса захвата власти, но наибольший резонанс они имеют на первой и второй стадиях. Советская элита быстро осознала потенциальную роль «бывших колониальных жертв империализма», в особенности потому, что многие из бывших колониальных государств находятся в Азии, в непосредственной близости от России. Новая некоммунистическая элита в этих странах сравнительно слаба, в то время как старая элита по большей части себя дискредитировала. Националистические настроения могут быть обращены против бывших «угнетателей» и прямо в сторону мирного сотрудничества с СССР. Далее обида бывших колоний разжигается путем обращения к мучительным воспоминаниям об унижениях, которым они были подвергнуты со стороны «белых империалистов». В традиционной социалистической литературе давно была сфабрикована связь между расовыми предрассудками и капитализмом, которая заключается в стремлении капиталистов разделить рабочих по расовому признаку на белых и черных,

белых и желтых и т.д. и соответственно дифференцировать зарплаты. «Ухватившись» за эти расколы в социальной структуре не русского мира, стратегией советской пропаганды стало отождествление империализма и расовой дискриминации с капитализмом. В этой связи основной целью стало самое сильное капиталистическое государство – США, и отсюда возник искаженный образ Америки – с неграми, повешенными на фонарных столбах, линчеванные жалкими бандами издольщиков и безработных, спровоцированных безжалостными агентами plutokратии, целью которых является удержание рабочих в состоянии ненависти и вражды (Для получения полной картины [см. Frederick 1950].

Конспиративные традиции дореволюционных времен оставили отпечаток на каналах, содержании и тактически-стратегическом соотношении пропаганды и общей политики. Посмотрите с этой точки зрения на метод двойной организации, который заключается наряду с существованием открытого канала пропаганды, тайного, закрытого канала. Эта технология может быть использована по-разному, как когда один канал называется «государственным», а другой – «партийным». Если работа верхушки останавливается из соображений рациональности, основа поддерживается в рабочем состоянии (как, например, когда Коминтерн был публично распущен в 1943 году). Тайный канал может представлять собой группировку, заданием которой является контроль за организациями, формально независимыми от партии. Так возникает огромная сеть «организаций-приманок», которые используются партией с целью проникновения в каждое сообщество – армию, полицию, дипломатическую службу, деловую сферу, профсоюзы, кооперативы, школы, издательства, телевидение и радио, кинематограф и т.д. Здесь находится место для домохозяек, которые ненавидят высокие цены, для матерей, которые ненавидят войну, и для гуманитариев всех мастей. Через эти сети организаций создается огромное количество специальных условий для «промывания мозгов» и для расширения базы материальных средств пропаганды, доступных СССР. Эта технология любопытным образом походит на те средства, при помощи которых в капиталистической экономике ряд мелких акционерных обществ осуществляет контроль над гигантскими сетями частных корпораций. Это сходство заключается в использовании подставных лиц «марионеток» – название, редко использующееся в языке советской пропаганды, хотя и распространенное на Западе.

Двойной контроль был подходящим методом для Ленина-конспиратора, который использовал небольшую группу своих последователей для продолжения своего дела, не обращая внимания на формальные запреты своей партии. Поразительным примером этой деятельности является создание тайной организации,

чьей задачей был сбор денег путем грабежей, подделки денег, обмана богатых дам и так далее. Даже сегодня российская пропаганда продолжает использовать эту двойную конспиративную схему, что позволяет осуществлять деятельность самого беспринципного характера.

Подводя итог анализу стратегии советской пропаганды, необходимо еще раз отметить, что ее основной стратегической целью является экономия материальных затрат на защиту и расширение советской власти внутри и за пределами государства. Эта пропаганда с точки зрения советской власти является борьбой за умы людей, в том смысле, что это борьба за контроль над материальными средствами, с помощью которых, как считается, происходит формирование умов людей. Следовательно, целью советской пропаганды является не убеждение большинства людей в данной стране мирными средствами как прелюдия к захвату власти. Скорее, задача стоит в отношении меньшинства, которое должно оставаться идеологическим меньшинством до тех пор, пока ему не удастся получить материальные средства для достижения консенсуса. На ранней стадии проникновения в новое сообщество основной задачей пропаганды является помочь в формировании первичных центров, которые на следующих стадиях возьмут на себя руководящую роль. Когда они набираются достаточно сил, чтобы воспользоваться коалиционной стратегией, задачей становится поддержание сепаратизма, усиленного пропагандой, чтобы предотвратить формирование или уничтожить потенциально более сильные объединения. Стимулирование спокойствия, отвлечение внимания на общего врага, провоцирование раскола между потенциальными врагами (включая и временных союзников) являются направлениями стратегии, подлежащей выполнению. На стадии захвата власти стратегией пропаганды становится деморализация, которая осуществляется совместно с тактикой террора, как средства внушения всем «неизбежной» победы советской власти и безнадежности, даже безнравственности сопротивления или отказа от сотрудничества. Ставя перед собой цель мирового господства, которое рассматривается как нечто само собой разумеющееся, Кремлевская верхушка не ограничивает себя какими-либо моральными принципами относительно выбора сообщения, канала или аудитории. Советские пропагандисты и их агенты могут без стеснения лгать и искажать факты, поскольку нечувствительны к призывам к сохранению человеческого достоинства. Для них не существует понятия человеческого достоинства в другом смысле, нежели достоинства вклада в победу государства свободной личности путем служения настоящей и будущей власти кремлевской элиты.

© Чистова С. С. (перевод), 2009