

**РАЗДЕЛ 3. КЛАССИКА
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ**

Будаев Э. В.

Нижний Тагил, Россия

**Г. ЛАССВЕЛЛ И Д. БЛЮМЕНСТОК
О ЯЗЫКЕ КОММУНИСТИЧЕСКОЙ
ПРОПАГАНДЫ В США***

«Мы живем в век пропаганды». Этой фразой Гарольд Лассвелл и Дороти Блюменсток начинают первую главу своей книги «World Revolutionary Propaganda: A Chicago Study» («Мировая революционная пропаганда: чикагское исследование») [Lasswell, Blumenstock 1939]. Столь важную роль, которую авторы приписывают пропаганде, связана с реальной социально-политической ситуацией, сложившейся в мире в 20-30-е гг. XX в.

На пропаганду обратили самое пристальное внимание после Первой мировой войны. Немецкие генералы отказывались признавать свое поражение, объясняя это тем, что Германия проиграла войну не на полях сражений, а в результате разрушения гражданского единства внутри страны. Именно недовольные властями граждане, «одурманенные» вражеской и коммунистической пропагандой, стали теми «предательскими элементами», которые нанесли «удар ножом в спину бравого немецкого солдата». Такие аргументы выглядели убедительно, особенно на фоне победы большевиков в России в 1917 г. (мало кто сомневался, что пропаганда сыграла важнейшую роль в ряду беспрецедентных социально-политических трансформаций российского общества). Потребность в изучении пропаганды стала еще более актуальной после того, как режимы Б. Муссолини и А. Гитлера получили массовую поддержку в Италии и Германии.

В этой ситуации исследование коммунистической пропаганды – тема для жителей США весьма актуальная, о чем можно судить по основным вопросам, которые Г. Лассвелл и Д. Блюменсток формулируют в начале своей книги: Завоюет ли коммунизм Америку? Находимся ли мы на стадии перехода от «индивидуалистской Америки» к «советизированной Америке»? Для ответа на эти вопросы авторы ставят перед собой задачу определить относительную силу факторов, определяющих *распространение* и *ограничение* (diffusion and restriction) коммунистических идей в США. В качестве предмета для своего исследования Г. Лассвелл и Д. Блюменсток выбирают функционирование коммунистической пропаганды в г. Чикаго. Так как Чикаго – промышленный город, то в нем значима доля целевой для ком-

мунистической пропаганды аудитории – пролетариата. Период исследования – годы Великой депрессии, а известно, что общество склонно к радикальным средствам преобразования действительности в условиях экономического кризиса.

Для определения искомого соотношения авторы последовательно рассматривают множество факторов. Поставленные задачи потребовали детального и многоаспектного анализа, включающего рассмотрение таких вопросов как уровень безработицы, количество эвикций, средний уровень расходов по оказанию помощи рабочим и другим данным, позволяющих комплексно оценить факторы, способствующие распространению или ограничению коммунистической пропаганды. Однако основная часть работы посвящена политической семиотике, что вполне понятно, если учитывать, что пропаганда рассматривается авторами как манипуляция символами, в ходе которой символы политической элиты должны быть заменены символами контр-элиты, с вытекающей отсюда переоценкой действительности.

Второй раздел исследования посвящен *каналам коммунистической пропаганды*, которые Г. Лассвелл и Д. Блюменсток объединяют в несколько групп:

1) демонстрации (понимаются довольно широко, в эту группу включаются пикеты, забастовки, бойкоты образовательной деятельности и т.п.);

2) публикации (газеты, журналы, карикатуры, книги, памфлеты, листовки, плакаты, резолюции Коммунистической партии и др.);

3) «организации прикрытия» (советы безработных, клубы изучения иностранных языков, негритянские организации и др.).

4) дополнительные каналы пропаганды (пролетарский театр, кинофильмы, радио, балет, песни, картины, скульптуры, флаги, значки, шутки, летние «пионерские лагеря» и др.).

Третий раздел книги посвящен способам пропаганды и значениям символов. Авторы классифицируют анализируемые коммунистические символы на три группы: «символы-требования» (призывающие к каким-либо изменениям), «символы-идентификации» (например, «народы мира», «пролетариат») и «символы-факты» (указание на то, что считается фактом, напр., «грядущая мировая революция»). Отдельно авторы рассматривают соотношения «позитивных» и «негативных», «определенных» и «туманных», «устаревших» и «новых» символов.

Одна из глав третьего раздела посвящена слоганам. Именно эта глава и предлагается вниманию читателей. Наряду с главами, рассматриваемыми тексты СМИ, выступления коммунистов и свидетельства участников демонстраций, она относится к собственно «лингвистическим» составляющим рассматриваемых

* Исследование осуществлено при финансовой поддержке РГНФ (грант 07-04-02002а – Метафорический образ России в общественном и зарубежном политическом дискурсе).

мого семиотического исследования. Наряду с некоторыми другими исследованиями [см. Будаев, Чудинов 2007] этот анализ входит в классический фонд публикаций по политической лингвистике.

Четвертый раздел книги посвящен анализу «объема пропаганды». Объем пропаганды оценивается посредством двух показателей: *индекса содействия* (количество людей, затрачивающих на пропаганду определенное время, от общего количества членов заданной группы) и *временного индекса содействия* (число часов, посвященных пропаганде, в пропорции к общему времени бодрствования членов некой группы). Также изучение «объема пропаганды» включает в себя анализ количества людей, обративших внимание на коммунистические символы от общего числа аудитории; объем партийных взносов; финансовые затраты на пропаганду и другие нюансы.

В последнем разделе, озаглавленном как «Влияние пропаганды», авторы задаются вопросом: «была ли коммунистическая пропаганда успешной в Чикаго?». В целом на этот вопрос авторы дают отрицательный ответ.

В период Великой депрессии в условиях относительно свободной политической конкуренции коммунистическая партия не получила большей, чем другие крупные политические движения, поддержки. Количество членов партии уменьшилось по сравнению с предыдущим периодом. Отдельное внимание авторы уделяют недостаточной искусности коммунистической пропаганды. К примеру, коммунистическая пропаганда характеризовалась использованием штампов и от этого теряла привлекательность, в то время как пропаганда социалистов активно задействовала нестандартные образы, иронию, чаще использовала комбинирование утвердительных и вопросительных форм. Так, авторы указывают, что удачный слоган (например, «Есть ли Санта Клаус для безработных?») не мог появиться у коммунистов. Отмечается императивность коммунистической пропаганды, которая обычно призвала к каким либо немедленным действиям (маршировать, голосовать, посещать). Подобные штампы не всегда были уместны, так как конкретные условия предъявления символов варьировались.

К ограничивающим пропаганду факторам авторы относят «чуждость» ее происхождения: американцы уже с опасением относились к пропаганде, по сути, исходящей из иностранного государства. Некоторые ключевые символы коммунистической пропаганды несли в себе негативные для американцев смыслы. Так, символ «мировой революции» приносил только пессимистические ожидания по поводу будущего национальных американских институтов, создавал сценарий их неизбежного и катастрофического исчезновения.

Книга Г. Лассвелла и Д. Блюменсток «World Revolutionary Propaganda: A Chicago Study» стала одним из первых фундаментальных исследований теории и практики пропаганды. Анализ, представленный Г. Лассвеллом и Д. Блюменсток, характеризуется детальностью проработки вопроса и целым набором ранее не применявшихся методов исследования, которые давно вошли в методологический фонд зарубежной теории и практики политической коммуникации, но по ряду причин малоизвестны отечественным читателям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Основные этапы развития и направления политической лингвистики // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г. Н. Манаенко. – Выпуск 5. – Ставрополь: изд-во Пятигорского государственного лингвистического университета, 2007. – С. 82–91.

Lasswell H., Blumenstock D. World Revolutionary Propaganda: A Chicago Study. – New York; London: Alfred A. Knopf, 1939. – 393 p.

© Будаев Э. В., 2007

Лассвелл Г., Блюменсток Д.
Чикаго, США

Перевод: Григорьева О., Владимирова Е.
МЕТОДИКА ОПИСАНИЯ ЛОЗУНГОВ

Abstract

Исследование Гарольда Лассвелла и Дороти Блюменсток – седьмая глава из их книги (Lasswell H. D., Blumenstock D. World Revolutionary Propaganda: A Chicago Study. New York; London: Alfred A. Knopf, 1939.), посвященной анализу коммунистической пропаганды в Чикаго в период Великой депрессии

Если цель пропаганды заключается во внедрении символов, способных повлиять на общественную оценку тех или иных дискуссионных вопросов, то главное место в исследовании этого явления должно быть отведено изучению значения символов. Безусловно, важную роль играет выбор способа распространения символов, но для творческого ума гораздо интереснее изобретать сами символы и давать им жизнь в обществе.

Научный анализ символов, которые так живописно раскиданы и так ярко оживают в творениях практиков пропаганды, может показаться пресным и скучным по сравнению со всем жаром и блеском политических баталий. Пора безудержной изобретательности, часы дерзких споров, моменты счастливых случайностей – все они редко находят отражение в методичном хладнокровии критического разбора, больше напоминающего аутопсию. Когда ученый препарировывает окоченевшие трупы символов минувших дней, что кроме отвращения или равнодушия это может вызвать у непосвященного?