

# ГЛАВА IV.

# Психологические эффекты пропаганды

- [Вступление к четвертой главе](#)
- [4.1. Психологическая кристаллизация](#)
- [4.2. Отчуждение посредством пропаганды](#)
- [4.3. Эффект психологической диссоциации под влиянием пропаганды](#)
- [4.4. Формирование потребности в пропаганде](#)
- [4.5. Амбивалентность психологических эффектов](#)

# Вступление к четвертой главе

Следует выделить несколько аспектов этой проблемы. Направленное влияние пропаганды на человека оказывает сильное воздействие на его психику. Кроме эффекта воздействия с определенной целью (обеспечить нужный исход голосования, например) существуют эффекты, вызывающие серьезные изменения психики, такие, как подверженность манипуляциям и психологической обработке, изменение подсознания, разные психологические травмы, связанные с постоянно повторяющимся воздействием пропаганды. Человеческая психика под влиянием пропагандистской обработки не может оставаться прежней: меняется не только его точка зрения или отношение к тем или иным вещам, изменяются психические структуры мозга, поведенческие мотивации, взгляды. Действие пропаганды таким образом не ограничивается поверхностным воздействием на сознание, оно изменяет его структуру.

Оставив на время в стороне психологические манипуляции, обратим внимание на разнообразные материальные средства, оказывающие в той или иной мере психологическое воздействие. Каждое из них, вне зависимости от того, используется оно с целью пропаганды или только по своему назначению, оказывает воздействие на психику человека, на его взгляды. Когда люди идут в кино, они испытывают некие впечатления, у них складывается определенное мнение, независимо от какой-либо пропагандистской подоплеки. Эти психологические эффекты, определяющие взгляды, мнения, специфические для конкретного материального носителя СМИ, добавляются к тем, что являются следствием непосредственно пропагандистского воздействия, и очень трудно, практически невозможно, определить, какие именно изменения в психике происходят от одного или от другого. Если, к примеру, взять пропагандистскую кампанию, осуществляемую по радио, нельзя разграничить изменения в сознании человека, происшедшие от чисто пропагандистских методов воздействия от тех, что являются следствием собственно радиопередачи. Есть множество монографий, посвященных воздействию на человеческую психику радио, телевидения, печатной прессы, возникающего вовсе не в результате использования их как средства пропаганды. Однако это воздействие никуда не исчезает, когда прессу используют и в качестве орудия пропаганды. Когда по радио проводится пропагандистская кампания, нужно учитывать, что эффект воздействия будет результатом взаимодействия как самого радио, так и пропагандистских методов, поэтому пропагандист, учитывая, что само по себе радио и собственно пропагандистские технологии имеют особенности воздействия на психику человека, вынужден будет их сочетать, так как по сути они взаимодействуют между собой и дополняют друг друга. Пропагандист таким образом должен решать комплексную, если можно так сказать — полифоническую задачу.

Для изучения психологических эффектов воздействия пропаганды, следует начать с изучения особенностей воздействия на психику человека каждого СМИ в отдельности и только потом рассматривать комбинированный эффект, вызванный наложением собственно пропагандистских методик. У нас нет возможности подробно описать это явление в данной работе, но, по крайней мере, никогда не следует забывать об их комплементарном воздействии в том явлении, которое станет предметом нашего изучения.

# 4.1. Психологическая кристаллизация

Это явление, о котором обычно принято говорить и, без сомнения, наиболее изученное. В общем, мы бы описали это следующим образом: у человека существуют некие скрытые склонности, неясное и трудно поддающиеся описанию состояние, неосознанные стремления, латентные влечения, которые вдруг, без видимых причин, становятся вполне конкретными, яркими, действенными и мощными стимулами, определяющими его поведение, и это объясняется воздействием пропаганды. Она одновременно побуждает к определенным действиям и обуславливает характер психики конкретного человека. В конце концов, она останавливает развитие и определяет его психическое состояние. В этом и есть суть психологической кристаллизации, вызванной пропагандистским воздействием.

Тому есть множество примеров.

Именно таким образом предрассудки или предубеждения, случайное и не всегда оправданное присутствие которых мы всегда имеем возможность наблюдать, укрепляются и укореняются в общественном мнении под влиянием пропаганды.

Человек как член общества, получая подкрепление своим предубеждениям, начинает в них верить и убеждается в том, что он прав, раз об этом говорят во всеуслышание и этому верят большинство из его окружения<sup>2</sup>.

К тому же мы знаем, что предрассудки тем шире распространены в общественном сознании, чем более уязвимые стороны жизни общества они затрагивают. Иначе говоря, пропаганда намеренно затрагивает чувствительные вопросы, и даже если она не воспроизводит дословно те или иные предубеждения, она косвенным образом их усиливает.

Под воздействием пропаганды страхи человека усиливаются, злоба и домыслы направляются в определенное русло, и у него нет возможности ни вернуться назад, чтобы переосмыслить свои ощущения, ни найти достойное решение возникших проблем. Ему в большом количестве предлагаются готовые ответы на вопросы, решения острых проблем, навязываются суждения, позволяющие чувствовать себя уверенно в любой ситуации, тогда как до пропагандистской обработки ему пришлось бы самому искать ответы. Теперь для него нет необходимости думать и самому искать объяснения происходящего, отныне навязанная пропагандой точка зрения становится для него истиной в последней инстанции.

Пропаганда занимается тем, что приводит различные точки зрения к общепринятому стандарту<sup>3</sup>, формирует стереотипы, обеспечивает человека готовыми суждениями на все случаи жизни. Она стандартизирует политические воззрения, социальные и моральные

нормы в обществе<sup>4</sup> .

Разумеется, и мы всегда это подчеркивали, человек нуждается в определенных нормах и сам себе устанавливает границы<sup>5</sup> . Но главное отличие заключается в том, что с тех пор, как пропаганда стала регулировать отношения в обществе, она их навязывает с упорством, которому невозможно противостоять. Человек теперь не в силах ни изменить эти нормы и границы, ни иметь свое суждение по этому поводу. Эта настойчивость объясняется мощностью используемых средств, под влиянием которых чья-то субъективная точка зрения, распространяясь в массах через СМИ, обретает признаки объективности и начинает казаться общепринятой, навязывая всем членам общества один стандартизированный образ мыслей через одинаковые предубеждения<sup>6</sup> .

Но в то же время, это коллективное мышление, общие верования, которые каждый индивид считает своей собственной точкой зрения, иначе говоря — общепринятая шкала ценностей и установленные стереотипы, занимающие обычно у неподверженного пропагандистскому влиянию человека незначительную часть психического сознания, становятся для члена сообщества основными, ведущими, главенствующими. Можно сказать, что вследствие психологической кристаллизации под действием навязчивой пропаганды в сознании человека они начинают занимать все поле мышления, вытесняя из его сознания другие чувства и собственные суждения, и те постепенно стихают, а собственно индивидуальное мышление индивида со временем сводится к нулю за ненадобностью, так как выкристаллизованные стандарты и навязанные стереотипы мышления организуют его повседневную жизнь, предлагая готовые оценочные суждения по любому поводу.

Соглашаясь с выводами исследований Stoetzel, мы тоже готовы утверждать, что у каждого индивидуума со временем в сознании все большее место занимает обобществлённая точка зрения, сформированная под воздействием пропаганды, в ущерб собственной индивидуальной позиции и частному мнению<sup>7</sup> .

У кристаллизации есть и другая сторона, имеющая отношение к обоснованию и доказательствам<sup>8</sup>. Мы уже упоминали о том, насколько это важно для человека.

Человеку нужны доказательства, и пропаганда их ему предоставляет. Но если при обычных обстоятельствах человека бывает трудно в чем-либо убедить, так как он недоверчив по природе и не хочет принимать на все на веру. А вот пропагандистские утверждения как правило настолько убедительны, что человек им верит как истине в последней инстанции. Он готов согласиться с любым обвинением, принять любые оправдания, даже противоречащие здравому смыслу<sup>9</sup> (если только пропагандой ему не внушили обратное). Будучи под влиянием пропаганды, он готов в любой ситуации действовать так, как ему предписано.

Путем логических обоснований и рационалистических объяснений пропаганда превращает человека в монолитную личность. Она уничтожает почву для внутреннего конфликта, повод для душевных терзаний, способность к критической самооценке, желание подвергать что-либо сомнению и пытаться самому разобраться в ситуации. Таким образом ее цель — создать бесцветную личность, неспособную мыслить глубоко, неготовую действовать

самостоятельно.

Короче говоря, под влиянием пропаганды индивид живет не только прошлым, он несет в завтрашний день весь пропагандистский багаж, надеясь, что в будущем он обеспечит ему подтверждение его мыслей и оправдание поступков. Таким образом он приобретает не только уверенность в себе, но становится опасным для общества будущего настолько, насколько сложно оказывается сломить его уверенность в своей правоте, основанной на истинах, внушенных ему пропагандой. О правоте этого утверждения свидетельствуют эксперименты, проводимые с нацистскими заключенными.

Известно, что проблема поведения человека под гнетом психологического давления всегда волновала ученых. Для личности оно постоянно представляет угрозу, и благодаря так называемому «инстинкту самосохранения» человек стремится избегать этого давления. Но здесь мы опять сталкиваемся с вопросом, который уже обсуждали ранее: человек сам, своими силами может уйти от физического и психического воздействия. Но в обществе, особенно в нашем обществе и в наши дни, условия жизни таковы, что определенные воздействия неизбежны в силу социальных причин, и человеку не удастся от них избавиться. Можно сказать так: решение коллективной проблемы приходится искать в коллективе. Именно поэтому пропаганда становится единственным способом уйти от постоянного давления: формируя образ мыслей человека в определенном русле, манипулируя символами, воздействуя на психику, ей удается исключить ситуации, создающие условия для умственного напряжения, вызванного этим давлением; это облегчает человеку жизнь, упрощает его существование, обеспечивает ему стабильность и безопасность, в то время как он сам всеми силами старается найти свое место в системе, позволяющей ему чувствовать себя в обществе более уверенно.

Такого рода кристаллизация сознания приводит к тому, что человек закрывается от новых идей.

Под влиянием пропаганды у человека постепенно создаётся определенный набор взглядов, предрассудков, мнений и к тому же он обладает уверенностью в их объективной и непогрешимой истинности. Его индивидуальность формируется на базе этих суждений, и любую новую мысль он воспринимает как угрозу своей целостности, поэтому выстраивает ментальную защиту от нововведений, иначе рискует разрушить целостность и стройность своего мировоззрения. Он начинает ненавидеть все, что каким-то образом отличается и тем более противостоит его убеждениям, внушенным ему пропагандой<sup>10</sup>. Пропагандистское воздействие создаст в его сознании систему взглядов и принципов, не подвластных критическому осмыслению, где нет места двусмысленности, сомнению и даже спокойного отношения к иной точке зрения: пропаганда внушает человеку иррациональные суждения, и именно потому, что они иррациональны, человек считает их частью своего собственного мировоззрения. Он восстает, когда сталкивается с противоположенной позицией, так как ему кажется, что нападкам подвергается он сам. Можно, пожалуй, сравнить это с религиозным верованием. Человек принципиально отказывается воспринимать новые идеи, подозревая, что они способны заронить сомнение в его душе.

Подобный отказ иногда принимает курьезные формы: человек отказывается от новых идей, считая их лживой пропагандой. И чем в большей степени человек подвергся влиянию пропаганды, тем скорее он назовет пропагандой любое новое суждение, отличающееся от его привычного образа мыслей, заявляя при этом, что всячески старается таким образом оградить себя от ее влияния. Можно считать ярким доказательством зависимости человека от пропаганды, если он настойчиво старается навесить ярлык пропаганды на любое мнение, которое хоть как-то отличается от его собственного. То, в какой мере он проявляет эту настойчивость, свидетельствует, насколько он сам является продуктом ее тотального влияния как в суждениях, так и в поступках. Характерным является также нежелание усомниться в собственном мнении или хотя бы его проанализировать.

Если мы дальше будем следовать этой логике, то придем к выводу, что влияние пропаганды на человека подобно религии<sup>11</sup>: кристаллизация психического состояния вокруг иррациональных фактов, внешних и коллективных домыслов устанавливает иерархию ценностей, правила поведения и принципы социальной интеграции. В светском обществе, где есть тенденция отстраниться от религиозного влияния, пропагандистские идеи замещают религиозные верования, но сила их воздействия на человека гораздо сильнее религиозных предрассудков, как пренебрежительно называли их либералы в XIX веке, равно как и нетерпимость к иной точке зрения: под влиянием пропаганды формируется личность косная, ограниченная, невосприимчивая к чужому мнению, неспособная вести диалог и обсуждать идеи, которые она ставит превыше всего. Все это воспроизводится тем, кто попал под влияние пропаганды, хотя бы он и сам верил, и уверял других, что ничто человеческое ему не чуждо, что он действует исключительно ради блага человечества, считая себя достойным этой высокой цели. Собственно, таким же образом объясняется суровость православия.

Теперь мы можем предложить тезис, сформулировав его в виде предположения: может ли пропаганда, воздействуя таким образом на психику человека, изменяя ее в большей или меньшей степени в зависимости от различных условий, стать причиной неврозов? Заслуга К. Horney<sup>12</sup> в том, что он убедительно доказал, что существование в обществе невротиков тесным образом связано с социальными условиями и обусловлено особенностями культуры (в американском смысле этого слова), что существуют общие невротические расстройства, имеющие сходные черты и происходящие на фоне проблем, характерных для нашего общества. Сталкиваясь с жизненными трудностями, человек со стороны пропаганды получает поддержку, помогающую ему с ними справиться, но попутно погружающую его в невротическое состояние. Подтверждение этому можно найти, наблюдая за людьми, чье отношение к происходящему сформировалось под влиянием пропаганды: их невозможно переубедить, их рассуждения схематичные и просты до примитивности, основаны на внушенных стереотипах, они не в состоянии объяснить причину своего социального или политического протеста, не могут предложить иную интерпретацию событий кроме той, что предлагает им пропаганда, придерживаются крайних точек зрения в отношении плохого и хорошего, понимают категории только белого и черного и всегда настроены на конфликт, только не на настоящий, куда могла бы быть вовлечена их собственная персона, а на искусственный, придуманный и специально разработанный для них той самой пропагандой. Фальшь, которой пропитаны эти надуманные конфликты, как раз очень характерны для невротических расстройств. Другие проявления неврозов, характерные для людей, чье

сознание пропитано пропагандой, заключаются в том, что они всеми силами стараются вовлечь и других в замкнутый цикл интерпретации фактов, извратив их реальное значение, придав им особую окраску, чтобы втиснуть в систему толкования, внушенную пропагандой, тогда как здравомыслящему человеку и в голову не могут прийти подобного рода рассуждения. К этому можно добавить также характерное для невротиков страстное желание одобрения со стороны как можно большего количества людей, им важно быть признанным, они не принимают возражений (это, кстати, является следствием неуверенности в себе, скованности, закрытости, чувства личной ущербности, что, как мы уже доказали раньше, и рождает в человеке потребность в пропаганде ради компенсации чувства своей неполноценности). Такой человек чувствует себя комфортно только в обществе себе подобных, тех, кто готов разделить его точку зрения, таких же, как и он, одурманенных пропагандой. Такие всегда стараются держаться вместе, так как стоит лишь на йоту отойти в сторону, как появляется тревога. Такие люди страдают, когда находятся вне среды, где их понимают, им сочувствуют и потакают, иначе говоря, их привязанность друг к другу обусловлена идентичностью в плане восприятия пропаганды. Очевидно также, что подверженные пропагандистскому влиянию люди, как и невротики, достаточно агрессивны, и их агрессия направлена против тех, кто не разделяет их взглядов, не верит в их аргументацию, отворачивается от них.

Конечно, каждый нуждается в признании, в подтверждении своей правоты, и иногда это желание приводит к тому, что человек невольно подтасовывает факты. Но у невротика это превращается в желание обвинить весь мир в несправедливости: деструктивные порывы происходят не по его вине, и он всегда находит что-то или кого-то, кто виноват в его проблемах. Он никогда не предъявляет претензий к себе, но находит внешнюю причину, побуждающую его к плохим поступкам: точно так же действует и механизм пропаганды. Тот, кто стремится развязать войну, скорее обвинит другого в насилии: точно таким же способом пользуется и пропаганда: тот, кто готовится к войне, заранее обвиняет своего будущего противника в агрессивных намерениях. Именно так пропаганда формирует в сознании тех, кто подвержен ее влиянию, представление о виновности будущей жертвы конфликта, избранной «козлом отпущения» в этой ситуации, в якобы излишне агрессивном поведении. Нельзя, впрочем, отрицать, что всегда есть и некоторые реальные основания к обвинениям такого рода. Но, что удивительно, когда К.Норней, описывает симптомы невротического цикла, возникающие под влиянием среды, то создается впечатление, что читаешь описание механизма воздействия пропаганды на человека:

- уныние, подавленное состояние, неприязнь к окружающим, завышенная самооценка;
- стремление к власти и к самоутверждению;
- усиление тревожного состояния и враждебности;
- желание уйти от конкуренции за достойное место в обществе на фоне неуверенности в своих силах;
- осознание несоответствия запросов и возможности их реализовать;

— обострение чувства превосходства;

— стремление к великим свершениям;

— усиление чувства незащитности и желания отказаться от борьбы;

— усиление враждебности и тоски (следует, однако, иметь в виду, что пропаганда как раз устраняет разочарованность и тоску, а также успокаивает человека).

# 4.2. Отчуждение посредством пропаганды

Психопаты или, как их еще называют, ненормальные (от латинского “alienus” — чужой, инородный, изгой) — люди, которые отличаются от нормальных, т.е. другие, но также это может означать и принадлежащие к другой группе. В более глубоком смысле так можно назвать человека, чье сознание очищено от привычных для других, нормальных людей, суждений для того, чтобы заполниться другим содержанием или перемешаться с ним. В этом, собственно, и состоит суть пропаганды<sup>13</sup>. Она промывает сознание человека, лишает его собственного взгляда на вещи, и в то же время погружает его в другую жизнь, вымышленную, ненастоящую, искусственную настолько, что под ее влиянием человек становится другим, начинает повиноваться чужим правилам, другим законам, которые ему чужды, попадает в зависимость от другого<sup>14</sup>.

Заметим, кстати, что умелая пропаганда при этом никогда насильно не пытается втянуть человека в какой-либо грандиозный проект, посеять в его душе страх, сомнение или страдание, всячески старается удержать от саморазрушения и оградить от потери индивидуальности. Преданность великой идее, верность своему начальнику и тому подобное придают силы, вселяют чувство удовлетворения: нам нравится чувствовать себя членом большой команды. Человеку присуще желание отрешиться от своих проблем и влиться в коллектив, раствориться в толпе. Вот тут пропаганда и дает ему эту прекрасную возможность, причем самым невинным образом, поэтому этим трудно пренебречь.

На что направлены усилия пропагандистского влияния в первую очередь? Прежде всего на то, чтобы лишить человека способности мыслить критически<sup>15</sup> и потребности иметь собственное суждение. С помощью пропаганды человек лишается возможности применять свои умственные способности, у него просто нет в этом необходимости, так как пропаганда подсовывает ему в нужный момент уже готовый предмет для обсуждений (пусть даже вымышленный) и уже готовую точку зрения, основанную на стереотипах. Она предлагает ему весьма ограниченный перечень тем, стараясь избегать спорных проблем, чтобы не натолкнуть на необходимость самостоятельно искать решение или, размышляя, выстраивать аргументацию. Она как бы очерчивает центр проблематики, вокруг которого можно что-либо обсудить, и заранее намечает линию поведения, не допускающую ни критики, ни посторонних мыслей; точнее — можно, конечно, о чем-нибудь подискутировать или вообразить себе что-либо, но только не отклоняясь от темы и предписанной линии поведения, позволяя себе наивные рассуждения в определенных рамках. Именно это мы слышим от прогрессивных деятелей компартии.

Если человеку достаточно этих тем, если он согласен действовать по указке и в рамках предписанных правил, значит он лишен критического мышления. Это явление мы описали

раньше, полагая, что главной причиной создания табу является кристаллизация сознания. Monnerot<sup>16</sup> справедливо заметил, что любая страсть влечет за собой отсутствие критического взгляда на предмет этой страсти. В гораздо большей степени коллективное восхищение какой-либо персоной или увлечение какой-либо идеей, внушенные пропагандой, приводит к полному исчезновению критического мышления. Разумеется, невозможно себе представить коллективного критического мышления. Человек перестает быть независимой единицей, перестает мыслить самостоятельно. Личность нельзя воспринимать как отдельную от общества единицу, так как она постоянно сверяет свою точку зрения с общепринятыми ценностями и ориентирована на предубеждения, созданные путем манипуляций с сознанием с помощью пропаганды. По мере того, как изменяется политическая ситуация, в обществе происходит пересмотр моральных ценностей, и обществу предлагается<sup>17</sup> подготовленный пропагандистскими усилиями уже готовый, новый вариант, принятый и поддерживаемый с одной стороны большинством, что создает впечатление о его достоверности, с другой — мнением экспертного сообщества. Личность не имеет возможности ни высказывать свою, отличную от общепринятой, позицию, ни следовать своим принципам. Таким образом она просто утрачивает привычку вырабатывать самостоятельную точку зрения, что и так во все времена было непросто. Эту утраченную способность в дальнейшем невозможно возродить или сформировать заново. Ни в коем случае не нужно думать, что когда исчезает умение рефлексировать, мыслить критически, то достаточно убрать пропаганду, как эти способности обнаружатся вновь. На самом деле тут мы имеем дело с самым пагубным эффектом от действия пропаганды: в будущем потребуются многие годы образования, интеллектуального и духовного воспитания, чтобы возродить потребность иметь свое личное мнение и умение его сформировать. Скорее всего подвергшийся влиянию человек будет искать другой источник пропаганды, который может заполнить образовавшуюся пустоту и станет ему опорой для формирования отношения к происходящим событиям<sup>18</sup>. В самом деле, пропаганда представляет факты, предлагает готовые суждения, обосновывает моральные ценности специально в таком замысловатом виде, что обычному человеку не хватит ни образования, ни культуры, ни интеллекта, чтобы выстроить такого рода аргументацию. Да и информации у него для этого недостаточно. Поэтому все, что ему остается — либо принять целиком такую позицию, либо просто от нее отказаться.

Выходит так, что двумя различными путями мы приходим к одному заключению: отсутствие критического мышления происходит с одной стороны потому, что пропаганда разрушает способность к рефлексии, с другой — она создает условия, при которых в этом и нет необходимости.

Рано или поздно это приводит к тому, что человек утрачивает свое личное мнение, так как привыкает довольствоваться общепринятым. Это выражается в том, что он утрачивает индивидуальность и в выражении своей точки зрения, и в поступках, подчиняясь принятым в этой группе, в этом обществе правилам. Разумеется, личность всегда в той или иной мере есть отражение общества, но тут мы имеем дело с полным отказом от индивидуальности в результате специальных и систематических методов воздействия.

Сформированное пропагандой общественное мнение, как правило, не просто обезличено, но и фальшиво. Оно не представляет собой чье-то конкретное обобществленное мнение, но

каждому члену сообщества кажется, что оно выработано им самим, просто совпадает с мнением большинства. Он готов его отстаивать, как будто оно — его собственное, причем делает это с убеждением, уверенный в том, что это — его личная позиция. В этом — одна из характерных черт человека, находящегося под влиянием пропаганды. Он присваивает себе общую точку зрения, считая ее своей собственной, он впитывает подsunутые пропагандой факты и их толкование, выдавая их за свои. Он говорит от своего имени, убежденно отстаивает свою позицию, всегда готов поспорить с другими, он утверждает себя как индивидуальность, не отдавая себе отчета, что в этот момент он перестает ею быть, так как когда он повторяет слова, внушенные ему пропагандой, считая их своим собственным суждением, его глаза остаются пустыми, а изо рта доносятся звуки, записанные под диктовку в микросхемах его мозга, и когда он высказывает мысли, считая их своими собственными, а на самом деле — внушенные пропагандой, он перестает мыслить самостоятельно и утрачивает себя как личность. Чем больше такой человек упорствует, заблуждаясь относительно того, что является самостоятельной личностью, тем ярче он демонстрирует разрушение индивидуальности, так как он не может хоть в чем-то доказать свое отличие от коллектива, от общества, интегрированной частицей которого он стал. Он сам теперь — социальная группа, так как полностью слился с ней, у него больше нет собственного мнения, так как оно целиком совпадает с общим мнением группы, его суждения и рассуждения ничем не отличаются от общепринятых. Он отныне — продукт, созданный пропагандой, используемый ею как канал проведения ею самой сфабрикованных истин, ею создаваемых якобы достоверных фактов. И он готов делать это убежденно и искренне, не смея отступить или сделать шаг в сторону, потому что как самостоятельная личность он уже не существует, потеряв себя и превратившись в орудие пропаганды.

Этот механизм отчуждения коррелирует обычно либо с самоидентификацией себя в качестве героя, начальника, либо с растворением в массе. Стоит подчеркнуть, что оба этих механизма не исключают друг друга. Когда юный участник гитлерюгенда, восхищаясь фюрером, отождествлял себя со своим кумиром, он сливался с массой, отравленной пропагандой. Когда молодой комсомолец посвящал свою жизнь культу Сталина, он именно в этот момент становился частью массы: следует обязательно иметь в виду этот факт — чем в большей степени человек стремится к возвеличиванию своего идеала, тем в большей степени он теряет свою индивидуальность. Как часто мы слышали подобные бесноватые утверждения, взывающие к чести и совести аудитории, во время фашистских сборищ! Но в том или ином виде, идущие по одному или другому каналу, они всегда направлены на то, чтобы обезличить человека, лишить его индивидуальности, так как это всегда является целью пропаганды, а ее следствием становится идеализация предводителя масс, создание культа вокруг лидера, что естественным образом приводит к интеграции личности в толпу, слияние ее с активными массами. Когда под воздействием пропаганды, часто — с помощью жестких методов, удается заставить личность участвовать в коллективной деятельности, слиться с толпой в едином порыве, пусть даже эта активность носит искусственный характер, то личность, растворяя свою индивидуальность в коллективном сознании, приобретает «психологию толпы», ее деятельность и сознание уже не индивидуально, а складывается, как подчеркивают некоторые исследования, под воздействием «психологии масс». Подобного рода психологическая трансформация, возникающая спонтанно при постоянном присутствии массы со-участников, происходит при систематическом влиянии пропагандистских методов воздействия. Мы тут имеем дело с созданием психологии масс,

где возникает специфическая психология личности, интегрированной в массу, слившейся с толпой.

Мы больше не будем возвращаться к описанию этого психологического феномена, но позволим себе подвести итог: здесь речь идет, в конечном счете, о разрушении личности. Человек как индивидуальность перестает себя контролировать, подвержен внешнему влиянию, его собственные вкусы и предпочтения тускнеют и теряют смысл, заменяясь на коллективные воззрения и общепринятое мнение. И это массовое сознание лучше всего воплощается в своего рода идеализированной схеме в виде Героя. Наличие культа Героя очень типично для массивификации общества. В любом обществе спонтанно возникает культ, например, чемпиона в каком-нибудь виде спорта или кинозвезды, иногда идеализируется и превращается в национального идола даже какой-нибудь вымышленный персонаж, как, например, Дэви Крокетт в США и в Канаде в 1955 году. Наличие массового поклонения какой-либо личности в обществе однозначно свидетельствует о его массивификации. В таком обществе индивидуум не может стать личностью вследствие социальных условий, не может сформировать и выразить собственное мнение, не способен на сознательные поступки, не способен быть индивидуальностью, его стремления ограничены желанием быть похожим на избранного общественным сознанием Героя, он хочет одеваться, двигаться, думать и поступать как он, как этот всеми почитаемый идол. Он проживает не свою жизнь, а воплощает спортивные подвиги, переживает любовные приключения или военные авантюры, совершенные его идиолом, он живет с ним в симбиотическом единстве. Механизм идентификации индивидуума с Героем, проецирование его судьбы на свою жизнь хорошо известны в психологии и описаны на примере знаменитостей у E.Morin<sup>19</sup>. Человек в современном обществе неизбежно попадает в эту ситуацию и восхищается сам собой в виде своего Героя. Он обладает его могуществом, поскольку сам к этому не способен, но постоянно и неосознанно мечтает об этом, стремится к его целям в жизни, проживает его приключения, отождествляет себя с его успехами. Человек в своих мечтах как-бы реализует то, на что сам не способен, но способен Его Герой, ставший для него и отцом, и моделью для подражания<sup>20</sup>.

Таким образом пропаганда использует психологическую трансформацию, а точнее она ее усиливает, направляет в нужное русло и стабилизирует (кстати, разве могли бы знаменитости стать таковыми в массовом сознании или мог ли Дэви Крокетт завоевать такую популярность, если бы не реклама, механизмы обработки общественного сознания которой похожи на те, что используются в пропагандистских целях). Подверженный пропагандистскому влиянию человек идентифицирует себя с тем, кто с помощью пропаганды возвеличен в общественном сознании. При этом тоталитарный режим вовсе не является обязательным условием для создания культа личности: то есть не обязательно Гитлер или Сталин должны быть для нации кумиром, созданным пропагандой. Такой личностью в истории был Хрущев, Клемансо, Кулидж или Черчилль (интересно в связи с этим изучить мифологию, созданную вокруг личности Кулиджа, описанную в трудах Альбига<sup>21</sup>). Психологическое состояние обработанного пропагандой человека можно охарактеризовать так: он чувствует, думает и действует опосредованно, через чувства, мысли и поступки своего кумира; он находится под влиянием как под защитой, под покровительством своего живого божества, он согласен на то, чтобы чувствовать себя ребенком, прекращает заботиться о себе сам, защищать свои собственные интересы (так

как он знает, что его герой его любит и все делает ему на благо); он добровольно приносит в жертву собственное «я», соглашаясь на суровость политического строя. Вот почему любой режим, нуждающийся в проявлениях героизма со стороны населения, предполагает пропагандистское влияние с целью создания культа личности.

В этот момент уже вполне можно говорить о таком явлении как отчуждение, и становятся понятны слова Юнга о «регрессии до стадии инфантилизма»<sup>22</sup>, возникающей в обществе вследствие действия пропаганды. Он полагал, что у человека под влиянием пропаганды прекращается умственное развитие, и его поведение, обусловленное невротическим расстройством, становится похожим на поведение ребенка. Подобная регрессия является следствием формирования у индивидуума Психологии Масс. То же утверждал и Stoetzel, говоря, что пропаганда разрушает индивидуальность и в то же время создает индивида, обладающего только массовым сознанием, не способного к проявлению свободной воли и самостоятельному мышлению.

Но не стоит заблуждаться относительно того, что отчуждение представляет собой исключительный случай. Хотелось бы верить, что описанное нами явление представляет собой крайность, может быть даже болезнь, но это, Увы! не так. Это — случай вполне типичный, даже в своем остром проявлении. Мы повсеместно сталкиваемся с человеком, который пересказывает нам то, что он прочитал час назад в какой-нибудь газете, выдавая это за собственное суждение, считая это истиной, постигнутой путем собственных умозаключений, хотя на самом деле это — плод пропагандистских ухищрений. Такой человек слепо доверяет какой-нибудь партии, генералам, кинозвезде, правительству или высокой идее, он не желает подвергнуть сомнению веру в своего бога. Повсюду можно встретить подобных людей, не способных к здравомыслию, не желающих рассуждать, опираясь хоть как-то на собственный интеллект, в поисках хотя бы элементарных аргументов, пытающихся самостоятельно найти ответ на мучающие их вопросы, потому что полны уверенности в том, что существует некий Высший Интерес, которому надлежит блюсти верность до гробовой доски. Конечно, так проще и достигается без усилий, без поиска ответов опытным путем, без критического взгляда, без размышлений, так как обеспечивается хорошо подготовленной пропагандистской работой с ее разрушительными для личности последствиями. Таких людей с психическими отклонениями много среди нас, может быть мы и сами уже стали таковыми.

Но наряду с психическими нарушениями, возникающими вследствие помещения мыслящего человека в иррациональное сообщество, существует и другого рода отчуждение. Речь идет об искусственном удовлетворении реальных потребностей, или, иначе говоря, о реальном удовлетворении искусственных потребностей (о рекламе).

Первый случай соответствует тому, что мы описали, обсуждая психологические последствия воздействия пропаганды, в том числе с учетом того, как она меняется, приспособляясь к социальным реалиям нынешнего общества. Современный человек чувствует себя тревожно, он обеспокоен, напряжен, находится в состоянии фрустрации, так как ничего не понимает в мире, где ему приходится жить и действовать, так как ему постоянно приходится совершать неординарные поступки и идти на жертвы, значение которых от него скрыто, но к которым его подталкивает пропаганда<sup>23</sup>. Она для него — опора в жизни, она объясняет ему, что и

как, но ее аргументация иллюзорна и обманчива. Она объясняет ему правила жизни в мире, где он живет, но ее объяснения лживы или лишены смысла. Она его либо успокаивает не вовремя, либо некстати возбуждает. Точно также она заставляет его дрожать от страха, рассказывая о несуществующей угрозе войны с применением микробов, или заставляет поверить в мирные намерения той или иной страны, которая вовсе не стремится к миру. Она объясняет ему причину, по которой он должен пойти на жертвы, хотя на самом деле все это — сказки. Так в 1914 году пропаганда кричала о необходимости отдать свою жизнь во имя родины, но скромно умалчивала об экономических причинах войны, так как, если бы об этом было сказано во всеуслышание, вряд ли удалось бы отправить на смерть столько людей.

Пропаганда, удовлетворяя потребность человека в спокойной жизни, вселяет в него уверенность в происходящем, дает возможность расслабиться и уменьшает страхи, смягчает фрустрацию, но делает это весьма изощренным, нечестным способом: если мы, например, имеем основание полагать, что у рабочего человека есть повод, учитывая его материальное положение, чувствовать себя обделенным, отверженным, несчастным, то мы скажем, что пропаганда, успокаивая и утешая его, в еще большей мере заставляет его впадать в отчаяние, мучиться и страдать от отчуждения (хотя в действительности она способна решить проблемы рабочих, как это сделано, например, в СССР). Если мы полагаем, что человек, оказавшийся в аномальных условиях большого города или во время войны, имеет основание испытывать страх за свою жизнь, страдать от лишений или чувствовать себя неуютно, мы скажем, что пропаганда, которая старается его приспособить, примирить с этими ненормальными условиями и предлагает нереальные варианты для решения его проблем (то, что на самом деле никак не облегчает его существование), в действительности вредна и даже опасна. Конечно, на первый взгляд она обладает неким терапевтическим эффектом, но такая терапия подобна средству лечить печень алкоголика водкой, то есть интоксикация будет продолжаться, но больной перестанет переживать по поводу своей печени. Именно такой эффект предлагают иллюзорные и лживые пропагандистские методы для лечения социальных болезней современного человека: они примиряют человека с ненормальными условиями жизни, в которых он оказался. Она подавляет ответную реакцию, вызванную недовольством своим положением в обществе, которая могла бы вылиться в раздражение, мятежи и протестное движение.

Все, о чем мы до сих пор говорили, относится к пропаганде, которая апеллирует к нашим инстинктам и подсознательным чувствам, пытаясь их высвободить и вывести наружу. Например такие, как эротические фантазии, чувство вины, жажду власти. Но освобождая их, она вовсе не стремится дать им возможность воплотиться в реальной жизни, полностью раскрыться — точнее, делает это в определенных пределах и только для того, чтобы человек смог оправдать свои притязания, снять агрессивность, не чувствуя при этом угрызений совести. Речь не идет о том, чтобы он сам выбирал точку приложения своей силы, и, тем более, никто не позволит ему удовлетворять свои эротические фантазии так, как ему самому придет в голову. Пропаганда предлагает лишь иллюзорные средства для удовлетворения этих желаний. Они могут быть подобны механизму «декомпрессии», подробно описанному в моей книге «Технология или Изобретение века», или могут быть основаны на использовании шока от применения чудовищной силы на расстоянии, чтобы предоставить им возможность использовать оружие, которое без этой поддержки совершенно бесполезно. Но здесь мы также можем увидеть, как постепенно как человек

становится управляемым и вследствие отчуждения перестает быть личностью.

Современный человек страдает от недостатка искренней дружбы, доверия и глубоких личных отношений с близкими людьми<sup>24</sup>. Он погружен в общество, где царит конкуренция, и в следствие этого человеческие отношения становятся жесткими, неприязненными: каждый хотел бы встретить человека, которому он может без опасений открыть свою душу, найти друга и стать для кого-то настоящим другом. Но в повседневной жизни это практически невозможно. Зато возможна визуализация этой заманчивой картинки, и это обнадеживает. Искать и находить доверие у начальника, у кинозвезды, киногероя, телеведущего просто и вселяет надежду. Замечательный анализ, проведенный Thévenot, показывает, как телевидение создает дружбу и новый стиль задушевных отношений<sup>25</sup>. Новые технологии вполне удовлетворяют эту потребность. Единственно, что не хватает этим исследованиям, так это признаться в том, что подобные технологии иллюзорны, обманчивы: нет и не может быть настоящей дружбы и задушевности между героем на телеэкране и зрителем по другую сторону экрана. Перед нами типичный случай подмены, обмана, замещения настоящих чувств имитацией. Но то, к чему телевидение пришло спонтанно, уже давно и систематически используется пропагандой. «Отец народов» всегда рядом.

Другой пример: в далеком 1958 году Хрущев обещал построение коммунизма в СССР, но это обещание, судя по всему, так и останется просто декларацией. Но на этот счет в стране развернулась полномасштабная пропагандистская кампания, явно иррациональная: главный аргумент в защиту идеи заключался в том, что к 1975 году уровень производства в СССР станет выше, чем в США. Ну, разве это не доказывает, что Соединенные Штаты к этому времени уже вступили в эпоху коммунизма?! Заметим также, что в 1958 году обещанный коммунизм планировался на 1975 год, но в апреле 1960 года господин Хрущев отодвинул сроки и назначил начало новой эры на 1980 год. Развернувшаяся пропаганда должна была подогревать и усиливать ожидания советской публики, чтобы она не потеряла надежды на исполнение своих требований, а также поддерживать доверие к власти. Здесь имеет место чисто теоретический ответ на запрос масс, но вполне приемлемый, так как отвечает их чаяниям и с помощью механизмов пропаганды кажущийся реально осуществимым.

Но мы должны принять во внимание особенности современного общества. С помощью пропаганды формируются искусственные потребности. Подобным образом пропаганда создает и политические проблемы<sup>26</sup>, ведь совершенно очевидно, что сами по себе они не возникают. Сначала пропагандой в обществе формируются некие ожидания, муссируются некие догадки, затем потребность в некой определенности, и как следствие отсутствия ясности в ситуации общественное мнение начинает требовать решения проблемы. Эти ожидания, домыслы и предположения носят вялотекущий характер, но именно благодаря пропаганде могут стать категоричным вызовом. В этом смысле пропаганда подобна рекламе<sup>27</sup>. Реклама, кстати, в некоторой степени помогает распространению пропаганды, так как воспитывает у населения соответствующие привычки в плане восприятия информации, распространяемой посредством СМИ. Пропаганда как-бы продолжает эффект влияния рекламы на индивидуальное сознание, она, как и реклама, проникает через те же каналы и использует те же средства (разумеется, речь идет не о содержании, а о психологической зависимости от нее индивидуума). Под влиянием пропаганды некоторые

предубеждения (по отношению к другой расе, к чужому богатству), потребности (в равенстве, в успехе) вырастают в сознании человека до уровня всепоглощающей страсти, занимают все поле сознания, становятся навязчивой идеей, не оставляют время для других мыслей и занятий, настойчиво требуют разрешения. Наши собственные сокровенные мысли, лежащие глубоко в подсознании, спрятанные в глубине души, смешиваются с поверхностными, привнесенными пропагандой домыслами, образуя довольно странный альянс. Так мечта каждого о свободе, слившись с пропагандистскими либеральными идеями, распространенными в XIX и XX веке, породила чудовищный союз, получивший название «либерализм, либеральные ценности». Практически то же самое произошло и с пониманием Правосудия и чувством Справедливости. Именно пропаганда теперь определяет порядок и устанавливает меру вещей, перемешивая смысл понятий на уровне психологии восприятия. Понятно, как средства массовой коммуникации объявляют истиной то или иное явление, диктуют моду или формируют спрос (вспомним, как телевидение породило потребность его иметь и его смотреть), но это становится истиной в последней инстанции, если эти средства используются с целью распространения пропаганды.

Пока пропаганда действует в русле создания потребности, она попутно пробуждает желание ее удовлетворить. Мы уже описали ранее механизм, каким образом с помощью пропаганды можно снять напряжение, смягчить накал страстей, но создавая потребности, она же создает ожидание и новое напряжение. Правда, в этой ситуации это — умышленно созданное с помощью пропаганды напряжение и только с ее же помощью можно его снять. Именно она, пропаганда, управляет процессом возбуждения напряжения и его смягчения, и у нее есть для этого средства. Более того, можно сказать, что когда пропагандистские методики создают напряжение, то только для того, чтобы подвергшийся ее влиянию индивидуум скорее согласился воспользоваться средством, способным его снять, и осуществит те действия, к которым пропаганда как раз его и подталкивает (желательные с точки зрения пропагандиста). Таким образом индивидуум оказывается в пространстве искусственно созданной политической необходимости, пусть даже ее отправной точкой стала вполне конкретная, реальная ситуация.

Например, при формировании классового сознания пролетариата положение с реальной бедностью рабочих пропагандистскими усилиями обострялось до нищеты. Так же и с пониманием принципа равенства: пропаганда усиливала напряжение, обостряя любые требования, звучащие со стороны меньшинств. Но в тот же момент пропаганда предлагает и средство для снятия напряжения. Она дает индивидууму шанс, открывает перед ним двери (и мы убедились в том, насколько действенным может быть это средство в руках опытного пропагандиста). Правда, в результате оказывается, что это средство однозначно приводит индивидуума к отчуждению: он больше не принадлежит самому себе, так как находится в зависимости от оказываемого на него давления (можно сравнить с действием транквилизаторов на человека — биологически он — то же самое существо, но его поступки и мысли обусловлены действием лекарства). В действительности с его сознанием производят манипуляции, направленные на то, чтобы освободить его разум от личных стремлений и мотиваций и поселить на освободившееся место внушенные пропагандой мысли, чтобы таким образом снять возникшее напряжение. Возможно такой способ действительно можно признать действенным средством для снятия напряжения, т.е. настоящим лекарством, но не будем забывать, что это напряжение, (эта болезнь)

предварительно была искусственно создана все той же пропагандой.

Далее, как мы уже отмечали раньше, искусственно созданные пропагандой потребности начинают играть в сознании индивидуума главенствующую роль, а благодаря распространению через СМИ очень быстро охватывают общество в целом и принимают глобальный характер. Для индивидуума внушенные пропагандой мысли становятся важнее его собственных умозаключений, вытесняют из его сознания его субъективное понимание, подавляют его личное мнение. В политике, как и в торговле, создание искусственных потребностей приводит к постепенному вытеснению произвольных, стихийных потребностей.

Тут и происходит настоящее отчуждение человека от самого себя, лишение его собственного Я, чтобы отдать обезличенное существо во власть технически ориентированных абстрактных механизмов воздействия.

И опять приходится констатировать, что отчуждение тем более выражено, чем в большей степени индивидуум уверен, что чувствует, думает и действует по собственной воле. Психолог Биддл провел детальный анализ и доказал, что находящийся под влиянием пропаганды человек ведет себя так, словно его реакции на происходящее и мысли зависят только от него самого. Он повинуется, дрожит от страха, с воодушевлением берется за какое-нибудь дело, расслабляется по приказу, но при этом в его действиях нет пассивного автоматизма, запрограммированного поведения, как у автомата. Человек не сопротивляется внушению, он все еще «сам» принимает решение, чувствует себя свободным (тем больше, чем в большей степени подвергся обработке пропагандистскому влиянию!), он активен и сам решает, как поступить. В самом деле умелая и тонкая пропаганда, чтобы смягчить оказываемое ею давление, предлагает ему на выбор два-три возможных способа действий, и человеку кажется, что его выбор зависит от него самого, что он сам настолько индивидуален, организован и разумен, что в состоянии оценить ситуацию и сделать выбор. Разумеется, ему несложно это сделать! От него не требуется долго думать и тратить много энергии, чтобы принять решение, так как оно лежит на поверхности, отвечая одновременно настроениям в группе, внушению и социологическим запросам. Принимая решение под влиянием пропаганды, человек всегда с легкостью осуществляет выбор (даже если в результате он жертвует своей жизнью!), он плывет по течению, но ему при этом кажется, что он сопротивляется волне, совершает героический поступок, проявляет личную доблесть, так как именно пропаганда внушила ему эти мысли, наделила энергией, вселила чувство личной ответственности и внедрила в его сознание все то, что можно облечь в словесную форму, разрушив попутно представление о реальности с помощью тех же пропагандистских методов обработки. Самое разрушительное свойство пропаганды обусловлено как раз этой двойственностью. Поэтому нам следует подробнее рассмотреть эффект разрушения психики человека, возникающий под влиянием пропаганды.

# 4.3. Эффект психологической диссоциации под влиянием пропаганды

Господин де Фелис<sup>28</sup> имел основание утверждать, что пропаганда приводит к развитию маниакально-депрессивного психоза. Нет сомнений, что это слишком сильное заявление, но, тем не менее, установлено, что у человека, подвергающегося влиянию пропаганды действительно возникает циклическая смена настроения от возбуждения до угнетенного состояния. Это, кстати, вполне соответствует часто используемому приему пропаганды, когда специально подбираются и поочередно демонстрируются сюжеты по альтернативной тематике. Мы уже ранее говорили о необходимости такого рода чередования сюжетов, например, от темы террора до темы самоутверждения. Таким образом устанавливается постоянный аффективный контраст чрезвычайно опасный для психики человека<sup>29</sup>. Он, как и шок от вражеской пропаганды, может стать причиной психического расстройства, о котором мы говорили, но совсем необязательно приведет, как утверждает господин де Фелис, к душевному заболеванию.

Оставим пока в стороне одно из проявлений расстройства психики, возникающее у индивидуума, когда его собственное мнение не совпадает с общественным; мы уже упоминали, что пропаганда специально углубляет пропасть между этими двумя сферами.<sup>30</sup> Но мы не будем больше возвращаться к этой проблеме.

Рассмотрим другой вариант: расхождение между мыслью и делом. Мы уже упоминали об этом выше, и нам кажется, что на сегодняшний день в нашем обществе это явление наиболее опасно. Человек 60-х годов совершает поступки, не размышляя, и наоборот, его мысли не обязательно имеют следствием какое-либо осмысленное действие. Размышление становится ненужным упражнением для ума, не связано с текущими событиями, является личным делом индивидуума и не носит обязательный характер. Это занятие — своего рода игра и имеет отношение скорее к литературному творчеству. Когда мы говорим об этом, то не имеем в виду мышление только в «интеллектуальном» смысле этого процесса, но любое размышление, о чем бы то ни было — о работе, о политике, о семейных отношениях. Речь идет о рефлексии, которая, судя по всему, стала ненужной из-за обстоятельств, в которых живет и действует современный человек. Так как ему не нужно думать, чтобы совершать поступки. Его действия определяются используемыми им в быту техническими средствами,

социологическими условиями и т.п. Он совершает те или иные действия безвольно, без рефлексии, без осмысления, почему надо поступать так или иначе, в чем смысл, какова цель и каковы последствия его деяний. Такая ситуация сложилась благодаря эволюции нашего общества. В равной степени это следствие как школьного образования, так и психотехник, как средств массовой информации, так и политической обстановки, как социального прагматизма, так и индустриального изобилия. Но есть два фактора, виновные в большей степени, чем другие, в сложившейся ситуации — это рационализация труда и пропаганда.

Рационализация труда целиком и полностью основана на расхождении мысли и дела: тот, кто думает, изобретает, подсчитывает время, размышляет о материалах, устанавливает нормы — не действует, не совершает физической работы, а тот, кто трудится, должен следовать правилам, схемам, регламентам, разработанными не самим рабочими человеком, а предложенным ему извне. Он даже не обязан задумываться над своими движениями, да у него и нет на это времени, учитывая скорость современного производства. В идеале любое действие должно свестись к автоматизму. И нас уверяют, что именно в этом — огромное преимущество для рабочего, так как он в это время может позволить себе мечтать или «о чем-нибудь» думать. И никто не хочет понять, что расхождение между физическим действием и мыслительным процессом, длящееся восемь часов кряду во время рабочего дня, неизбежно должно оставить след в мозгах и наложить отпечаток на поведение. Но не будем настаивать.

Другой фактор, играющий главную роль, — это пропаганда. Нам достаточно будет напомнить, что целью пропагандистского влияния как раз является побуждение к действию, привлечение к соучастию, к совместным акциям, при этом пропаганда никогда не призывает задуматься над смыслом этого действия<sup>31</sup>. Это вредно для здоровья, бесполезно и даже опасно. Если человек начнет думать, он не сможет действовать быстро и решительно, на что, собственно, и рассчитывает политика. Нужно сделать так, чтобы действие, поступок выходили у него из глубины подсознания, непроизвольно, машинально, как рефлекс. А для этого нужно отвлечь его мысли на какие-нибудь посторонние дела, чтобы ему и в голову не пришло задумываться о смысле политических решений. Как раз это мы и наблюдаем. Любое помышление в сторону политики, в той или иной степени четко сформулированное, немислимо. То, что гражданин думает, не может быть произнесено вслух и должно оставаться у него в голове. Это условие лежит в основе политической организации — так устроено современное общество, а пропаганда является инструментом, с помощью которого удастся соблюдать этот негласный закон. Наглядным примером направленной работы на обесценивание способности мыслить является трансформация языка пропаганды. Мысль должна быть вербализована, мы мыслим словами, т.е. язык, несомненно, представляет собой инструмент работы мысли, но в пропаганде он становится просто символическим приемом<sup>32</sup>, с помощью которого она воздействует непосредственно на наши чувства, порождая не мысли, а рефлекс. Это очень опасный прием, отчуждающий от мышления, с помощью которого пропаганда проникает в нас. Он сопровождается другим деструктивным фактором: разобщение вербальной среды, в которой она понуждает нас жить, с действительностью<sup>33</sup>. В некоторых случаях с помощью пропаганды умышленно нарушается связь вербального поля, ею же созданного, и реальной среды обитания человека, она стремится таким образом разрушить сознание личности.

Изучая проблему «разобщения», нам следует подробнее остановиться на примере, когда индивидум подвергается интенсивному воздействию пропаганды с двух, что называется, противоположенных сторон, но одинаково интересных и понятных ему. Как в случае с демократией. Некоторые считают, что при таком раскладе пропаганда должна производит нулевой эффект. Но если не считать пропаганду борьбой идей и понимать, что она вовсе не имеет целью распространение какой-либо доктрины, а является инструментом психологического манипулирования, задача которого — заставить человека действовать по отработанной, одобренной схеме, то становится понятно, почему два противоположенных, противоречащих потока, вместо того, чтобы подавлять друг друга, наоборот совмещаются, усиливают друг друга и дают двойной эффект. Боксер, которого нокаутировали слева, вряд ли придет в себя после удара справа, скорее всего ему станет еще хуже. Если тут применить обычный пропагандистский лексикон, то можно назвать этот эффект «встряской» или «шоком». Действительно, человек, подвергающийся пропагандистскому давлению, испытывает психологический шок. А если с другой стороны на него выливается еще один поток пропаганды, то ему не становится лучше<sup>34</sup>. В этом случае наблюдается, как правило, особый феномен, своего рода вторичный эффект от двух противоречивых потоков пропаганды: поначалу человек мобилизует все свои психологические механизмы, чтобы выработать соответствующую манеру поведения в этой ситуации, но наступает второй шок, с другой стороны, и ему приходится задействовать те же механизмы, чтобы действовать как-то иначе. В конце концов, человек проголосует за кого угодно. Это, в общем-то понятно и не так важно, важно другое — нарушается нормальное течение психических процессов, и так происходит все время. Чтобы избежать психологического дискомфорта, у человека инстинктивно вырабатываются два способа адаптации.

## А

Он становится безразличен<sup>35</sup>, таким образом пропаганда является главной причиной негативизма. Именно пропагандистская агитация за противоположные партии приводит в конце концов к нежеланию участвовать в выборах. Но отказ от голосования в этом случае не является осознанным решением свободного человека, напротив, это — реакция человека слабого, неспособного понять происходящее, загнанного в угол навязчивой и противоречивой пропагандой. Выходит, что не сам человек принимает решение уклониться, его неучастие в голосовании — результат шока на пропаганду, намеренно извращающую положение вещей ради достижения нужного результата, в результате чего человек не может (даже если он этого хочет) принять участие в политическом событии. Самое грустное в этой ситуации, что нежелание принимать участие в социальных процессах в дальнейшем постепенно усиливается и начинает охватывать не только политические события. Человек замыкается, уходит в себя, отстраняется, становится равнодушен к происходящему в обществе.

Пока политические дебаты не накаляются до предела и пока полемика предвыборных кампаний строится вокруг подведения воды или электрификации деревни, реакция отторжения в виде равнодушия к политическим процессам не так заметна. Но пропагандисты рассчитывают, что результативность их деятельности будет выше, если будут обсуждаться более острые проблемы. На сегодняшний день это — приход к власти

диктаторов или приближение войны. Индивидуум не может не чувствовать, что его вовлекают в эти дискуссии. Что ему остается? Пожать плечами и отстраниться, таким образом, именно пропаганда приводит его к нигилизму. Известно, что лучшей агитацией, оправдывающей подготовку к войне, является противоречивая пропаганда в защиту мира, что почувствовал на себе французский народ в 1950 году. Эта игра на противоречиях привела к равнодушному принятию свершившегося факта. Разве не такие же приемы использовались в качестве инструмента в подготовке установления диктатуры левых или правых, когда пропагандистская деятельность OAS (Organisation Armée Secrète) проводилась на фоне развернутой пропаганды антифашистских организаций и P.C. (коммунистическая партия) в 1962 году?

Можно также наблюдать подобное явление, когда одна пропагандистская кампания сменяет другую, с противоположенными лозунгами: хорошо изучен скептицизм немецкой молодежи после 1945 года с известной формулировкой Ohne Mich («Отстаньте от меня» или «Оставьте меня в покое»), ставшая следствием нацистской пропаганды в предшествующий период. Также после Венгерского восстания в октябре 1956г., когда в молодежной среде наблюдался нигилизм, отстранение от общественной жизни, безразличие и сосредоточенность на личной жизни и личных проблемах. Но это явление отнюдь не свидетельствует о слабости пропаганды, наоборот, доказывает ее силу и способность глубоко влиять и травмировать психику человека.

## Б

Другой способ защиты от пропаганды является подключение индивидуума к участию в политике. Мы наблюдаем в настоящее время всплеск политической активности среди простых обывателей, обусловленный тем, что человек больше не в силах отстаивать свои независимые взгляды постольку, поскольку его отстраненная позиция постоянно подвергается нападкам пропагандистов. Разнонаправленные усилия противоположных пропагандистских атак растаскивают в разные стороны то, что составляет целостность его индивидуальности, и он, будучи не в силах больше этому сопротивляться, решительно и отныне прочно и навсегда «примыкает» в конце концов к какой-либо партии. Как раз этого пропаганда и добивалась. С этих пор он больше не страдает от внутренних противоречий, не испытывает проблем с отстаиванием своих принципов и не испытывает шок от пропагандистского влияния противоположенного толка. Теперь все, что провозглашает его партия, — правильно и справедливо. Все, что выражает противоположенная сторона, — ложь и обман. От оппонентов его теперь защищает собственная пропаганда.

Оба способа защититься от пропаганды не противоречат друг другу, скорее напротив, они друг друга дополняют. Вспомним, как в 1959 году Французский Совет по делам молодежи констатировал, что в юном поколении господствует глубокий скепсис по отношению к политическим процессам, но в то же время молодежь всегда склонна к выбору экстремальных решений.

# 4.4. Формирование потребности в пропаганде

В итоге эффект от воздействия пропаганды заключается в возникновении потребности в ней. Человек, подвергшийся воздействию пропаганды, больше не может без нее обходиться. Как «снежный ком» возникает зависимость: чем больше пропаганды, тем больше публика хочет ее. То же справедливо и в отношении рекламы, про которую принято говорить, что она «подпитывается собственными успехами». Так, например, раньше считали, что реклама на телевидении вытеснит газетную рекламу; однако, напротив, оказалось, что общий объем рекламного рынка увеличился в том числе и за счет печатной рекламы. То же относится и к пропаганде: публика требует ее все больше и больше.

Мы рассмотрим феномен взаимодействия двух явлений в отношении восприятия пропаганды, которые на первый взгляд кажутся противоположенными по своей сути. Назовем их так: митридатизация (невосприимчивость) и сенсбилизация (повышенная чувствительность).

**Митридатизация** (название происходит от имени Понтийского царя Митридата, правившего в античные времена; он известен тем, что с детства, боясь быть отравленным, принимал в малых дозах разные яды, постепенно становясь к ним невосприимчивым — прим.перев.). Известно, что воздействие пропаганды приводит к тому, что человек постепенно отстраняется, становится невосприимчивым к ней. Постепенно он привыкает к ней и перестает воспринимать, сопротивляясь ее влиянию. То есть, насильственное воздействие пропаганды на человека приводит к тому, что он привыкает к ней настолько, что перестает замечать, становится нечувствительным к ее воздействию. Он не обращает внимания на рекламные щиты, они становятся для него просто цветовым пятном, не вслушивается в дискуссии, передаваемые по радио, которые становятся шумовым фоном его повседневной жизни, не читает газет от корки до корки, ограничиваясь поверхностным просмотром, не придавая значения содержанию. Некоторые находят этому такое объяснение: «Избыток пропаганды приводит к тому, что человек становится к ней безразличен и старается ее избегать, он невосприимчив к ней, т.е. митридатизирован по отношению к пропаганде».

Тем не менее стоит заметить, что тот же человек продолжает смотреть телевизор, слушать радио, покупать газеты. Тогда вопрос надо ставить иначе: «Допустим, что человек действительно митридатизирован, но к чему?». Ведь он не просто покупает газеты и включает телевизор, он продолжает подчиняться внушенным ему пропагандой правилам и законам, т.е., отстраняясь от содержания пропаганды, он на уровне инстинктов все равно действует так, как ему внушают! Таким образом, митридатизация не привела к тому, что он стал независим в своих суждениях. На самом деле он перестал воспринимать

интеллектуальную, объективную суть пропаганды. Ее смысл, аргументация, развитие мысли, объяснение фактов, то есть то, что может повлиять на формирование его точки зрения, теперь ему безразличны. Ему больше не нужно читать газеты или слушать радио, потому что он заранее знает их идеологическую подоплеку, а их содержание не изменит его мнения по отношению к описываемым событиям. Таким образом, можно утверждать, что со временем человек становится равнодушен к пропаганде, но это ни в коем случае не означает, что он приобретает к ней иммунитет, что он перестает ее воспринимать, совсем наоборот: она настолько проникла в его сознание, что он буквально пропитан ею и не замечает, как им манипулируют. Ему больше не нужно читать, что написано на рекламном плакате, так как простой вспышки света достаточно, чтобы побудить в нем желаемые инстинкты. Иначе говоря, человек, хотя и митридатизирован к содержанию, чувствителен к самой пропаганде.

**Сенсибилизация.** Чем больше человек находится под влиянием пропаганды, тем в большей мере он восприимчив не столько к ее содержанию, сколько к исходящим от нее импульсам и сигналам, воздействующим на подсознание. Самое слабое их воздействие побуждает человека к запрограммированному поведению в рамках ранее созданного пропагандой образа действия. Если раньше требовались огромные усилия для подобного манипулирования психикой человека, координация определенных стимулов, чтобы открыть подсознание и сформировать новые привычки, определяющие его поведение, и ради достижения такого результата применялись самые утонченные технологии и изощренные методы. Но теперь, когда сознание человека уже определенным образом сформировано, нет нужды применять прежние суровые способы, чтобы заставить его действовать нужным образом. Теперь достаточно малой дозы, нужно лишь слегка «освежить» его память и чудесным образом человек повинует, подобно алкоголику, которому достаточно одной рюмки, чтобы опьянеть. Человек больше не сопротивляется воздействию пропаганды, более того, он перестает воспринимать ее осознанно. Он даже не вдумывается в то, что ему говорят, а просто действует в соответствии с заложенной ранее в подсознание программой. Здесь опять мы сталкиваемся с ситуацией разобщения рассудочной деятельности и поступков, о которой говорилось раньше. На уровне мышления — человек застыл, остановился, и тут мы имеем дело с митридатизацией его сознания на уровне формирования позиции, мнения, точки зрения. Напротив, в отношении его действий он как раз активен, мобилизован, он реагирует на воздействующие сигналы пропаганды уверенно, не задумываясь, даже в некоторой поспешности, как бы рефлекторно отвечая на посыл. Он активен, но его действия иррациональны — так проявляется сенсибилизация в отношении пропаганды.

В такой ситуации человек постоянно испытывает потребность в воздействии пропаганды, и он больше не может без нее обходиться. Этот феномен легко объяснить, если принять во внимание условия его существования.

а) Человек живет в постоянной тревоге, а пропаганда дает ему некую уверенность, но как только она исчезает, его тревога усиливается. В образовавшейся пустоте он, ранее ведомый силой ее воздействия, не знает, куда идти дальше. Тем более, что со всех сторон на него обрушивается другая пропаганда, другие силы, желающие соблазнить его, повести за собой, что усиливает его беспокойство.

b) Пропаганда придавала ему чувство уверенности в себе, возвышала его в собственных глазах, вселяла ощущение собственной значимости. Она дала ему возможность самоутвердиться и ощутить себя активным участником жизни, влияющим на ее течение. Но когда она прекращает свое воздействие, он начинает чувствовать себя беспомощным и вдруг ощущает возрастающее бессилие перед жизненными трудностями, так как только что верил, что в состоянии активно влиять на события. Его внезапно охватывает паника, от которой он не знает, как избавиться, и тем самым получает подтверждение своей ничтожности в еще большей степени, поскольку в какой-то момент поверил в свою значительность.

c) В конце концов, пропаганда служила ему для одобрения его поведения. Человек нуждается в этом. Для него важно на каждом шагу, при каждом поступке получать подтверждение правильности своих действий<sup>36</sup>. С прекращением пропаганды человек теряется, не имея ориентиров, он утрачивает веру в себя. Более того, он начинает чувствовать вину за поступки, совершенные под влиянием пропаганды, ему кажется, что он был не прав и испытывает из-за этого угрызения совести. В такой ситуации он еще больше, чем ранее, нуждается в поддержке, в оправдании своих действий. Он может впасть в отчаяние, если пропаганда вдруг перестанет определять правильность его поступков.

Так что же мы видим, если пропаганда, ранее обладающая большим влиянием на некое сообщество, вдруг прекращается? В этом сообществе возникает социальная дезинтеграция на фоне внутреннего распада личности образующих его индивидуумов. Они замыкаются в себе и отказываются от любого участия в социальной и политической жизни, так как чувствуют страх, неуверенность в себе и отсутствие заинтересованности в общих делах. Люди начинают подумывать о бессмысленности происходящего, о том, что их собственное мнение никого не интересует, поэтому в нем нет необходимости, не желают принимать участие в политических событиях. Они внезапно теряют интерес ко всему, что совсем недавно составляло смысл их жизни. Пусть все идет, как идет, но теперь «без моего участия». В глазах индивида единство общества утрачивает ценность, и из-за подобного равнодушия своих членов общество распадается. Таким образом, эгоцентризм является следствием прекращения пропаганды, и он приобретает такой размах, что излечиться от него уже нет возможности. А иногда у людей, слишком долго находившихся под влиянием пропаганды, в результате прекращения ее действия могут проявиться даже психические расстройства типа шизофрении, паранойи или комплекса вины. Тогда, чтобы компенсировать отсутствие пропаганды, возникает необходимость психиатрической помощи этим людям. Для примера такого рода последствий можно взять два наглядных, хотя и диаметрально противоположных случая: подобный эффект наблюдался в гитлеровской Германии в 1945-м и в Соединенных Штатах в 1946-м.

Эти факты не противоречат явлению отстранения от влияния пропаганды: человек подавлен, чувствует себя покинутым и одиноким, он не в состоянии самостоятельно ни принять важное решение, ни взять на себя ответственность за свою жизнь — ему нужен советчик, защитник, помощник, короче говоря тот, кто может управлять его сознанием, иначе ему не по себе<sup>37</sup>. Так формируется постоянная потребность в пропаганде, которую даже высокий уровень образования не может нейтрализовать. С того момента, как человек попал под влияние пропаганды, он нуждается в постоянном притоке

псевдоинтеллектуальной информации, в непрерывной эмоциональной стимуляции нервной системы, в командах, определяющих его поведение, чтобы он мог чувствовать себя интегрированным в социум. В силу этих обстоятельств пропаганду ни в коем случае нельзя прерывать.

Это заставляет нас вернуться к ранее обозначенной проблеме о «прочности» эффекта пропагандистского влияния. Формируя психологическую зависимость посредством влияния на сознание, пропаганда создает, и в этом нет сомнений, глубокие и относительно долго действующие изменения в психике человека. Однако ее специфическое содержание, которое утоляет жажду, удовлетворяет потребность человека и снимает психологическое напряжение, воздействует в течение недолгого времени и дает сиюминутный эффект, поэтому должно часто обновляться, чтобы быть всегда свежим. Добавим, что удовлетворение от воздействия пропаганды всегда лежит в области текущих событий и отражает действительность. По этой-то причине ее воздействие не может быть достаточно стойким. Впрочем, стоит отметить, что пропаганда не в силах идти наперекор укоренившимся тенденциям. Как мы уже отмечали ранее, она не в состоянии перевернуть устоявшиеся в данное время и в данном сообществе мнение, если оно является общепринятым (коллективная пресуппозиция). Если она действует в русле общих для данного общества взглядов, эффект от ее воздействия на сознание и на психику людей может быть достаточно сильным. Пропаганда, оппозиционная к государственной власти или негативная по отношению к «прогрессу», не имеет шанса оказать сильное влияние на общество, но если она поддерживает принятые в этом обществе настроения, то способна глубоко проникнуть в сознание масс. Добавим, что постоянное воздействие пропаганды на общество усиливается сформированной ранее потребностью в ней. Таким образом, стойкий эффект достигается благодаря непрерывному и длительному ее воздействию. В результате человек, постоянно находящийся под влиянием пропаганды, обучается думать и действовать согласно внушаемой программе, хотя не хочется говорить о тотальной и необратимой трансформации его личности.

Пропаганда касается как правило обыденных и в то же время самых элементарных вещей повседневной жизни и предлагает простые и немедленные решения<sup>38</sup>. Она погружает человека в реальную действительность и показывает, как надо действовать в той или иной ситуации, что надо думать по тому или иному поводу, т.е. берет на себя обустройство его повседневной жизни.

В итоге она создает (или ускоряет создание) типа человека без прошлого и будущего, который хочет получать в готовом виде определенный образ мыслей на текущий день и инструкцию к действию в разных ситуациях; его личность нуждается в том, чтобы ее целостность обеспечивалась извне. Отсюда — усиливающаяся потребность в пропагандистском влиянии. Такой человек, стоит ему лишиться этой внешней поддержки, чувствует себя оторванным от своего прошлого, теряет ориентиры в непредсказуемом будущем, испытывает тревогу, так как не ощущает связь с обществом, в котором живет (так как пропаганда была едва ли не единственным каналом его связи с миром). Ему кажется, что его связали по рукам и ногам и бросили на произвол судьбы. С тех пор, как пропаганда вошла в жизнь человека и заработали механизмы и технологии ее влияния, остановить ее уже невозможно. Она только разрастается и совершенствуется, так как в противном случае

человеку пришлось бы заняться восстановлением своей индивидуальности и возрождением самосознания, а он не готов пойти на такую жертву

# 4.5. Амбивалентность психологических эффектов

Подобные исследования к большому сожалению имеют погрешность, в результате которой может возникнуть подозрение в их недостоверности. Причина этого кроется в том, что пропаганда может вызвать, и, как правило, вызывает разного рода побочные психологические последствия, весьма противоречивые по своей природе, и этот факт следует брать во внимание. В данном исследовании мы старались это учитывать, но здесь хотелось бы подробнее коснуться этой проблемы. Можно привести четыре примера подобной неоднозначности психологических эффектов (не считая ранее изученного свойства пропаганды удовлетворять некоторые потребности, при этом неизбежно приводя к возникновению новых).

Пропаганда может с одной стороны создавать напряжение, вызывать раздражение и в то же время успокаивать и нормализовать психологическое состояние человека. Мы уже не раз подчеркивали тот факт, что человек в современном обществе живет в условиях постоянного напряжения, в агрессивной среде, и с помощью пропаганды ему предлагают способы разрешения возникающих конфликтов. Но не стоит забывать, что с другой стороны пропаганда сама создает напряжение, порождает тревогу и беспокойство. Особенно если она используется как пропаганда террора, страха, человек погружается в состояние эмоционального напряжения, которое невозможно снять добрыми словами или успокоительными советами. Человек после подобных кампаний<sup>39</sup> может восстановить психологическое спокойствие, только осуществив какое-либо действие. Точно также пропагандистское воздействие, основанное на критике или порицании каких-либо негативных явлений, может настроить человека против его окружения и пробудить или усилить в нем инстинктивную агрессию, неудовлетворенность, чувство фрустрации. Но и тут эффект может быть двойственным: либо человек становится агрессивным по отношению к символам власти в своей социальной группе, в своем окружении, либо впадает в апатию, испытывая чувство безысходности из-за невозможности принять существующий порядок или что-либо изменить<sup>40</sup>.

Пропагандист должен постараться уловить золотую середину между крайними состояниями: возбуждения и тревоги, напряжения и тоски. Это правило умышленно применялось в частности Геббельсом, поэтому не стоит утверждать, что этот психологический эффект возникает случайно. Пропагандист в своей работе прекрасно осознает, на какой эффект он рассчитывает<sup>41</sup>. Как утверждал тот же Геббельс, тоска и

чувство безысходности — это палка о двух концах: слишком большое напряжение может деморализовать, вызвать панику, спровоцировать непредсказуемое поведение, а слишком слабое напряжение погружает население в состояние апатии, безропотного подчинения, вызывает желание тихо приспособиться к ситуации. Поэтому следует в некоторых случаях в большей степени провоцировать тоску и чувство безысходности (например, постоянно напоминая о поражении), в других — смягчать слишком сильное напряжение, когда население не в состоянии самостоятельно справиться с угрозой (например, чувство страха перед бомбардировкой).

Такого рода амбивалентность пропаганды в некоторых случаях способствует усилению напряжения, в других — смягчает его, что в значительной мере объясняется, как нам кажется, различием в психологическом воздействии пропаганды, рассчитанной на побуждение к действию, и пропаганды, побуждающей к пассивности. Первая толкает человека на поступки необдуманные, резкие и жестокие, и она же будет способствовать развитию у него чувства фрустрации, неудовлетворенности, желания пойти на конфликт, повышенную агрессивность, так как именно таким путем человека можно заставить действовать. Вторая, напротив, стремится вызвать у человека желание объединиться с группой, побуждает его к конформизму (в том числе и в виде участия в общем деле), и тем самым будет способствовать снятию напряжения, примирению со средой обитания, какими бы ужасными ни были условия существования, будет склонять к принятию власти над собой. Надо учесть, что часто оба фактора действуют одновременно и происходит эффект наложения. Например, во время острой политической борьбы в какой-либо партии (P.C., N.S.D.A.P.), имела место пропаганда, рассчитанная на провокацию возбуждения к внешним факторам, и пропаганда, рассчитанная на успокоение, погашение напряжения внутри партии. Этим объясняется факт абсолютного согласия с тем, что делается и говорится внутри партии, и непримиримое отношение к тому, что происходит вне ее.

Этим можно объяснить противоречивое на первый взгляд утверждение, что одна и та же пропаганда может быть одновременно направлена на снятие напряжения, оправдание поступков, примирение, и в то же время формировать чувство вины и вызывать угрызения совести.

Мы же видели, какой силы может достигать пропаганда, когда она направлена на формирование веры в себя, внушает чувство защищенности, уверенность в правоте своих поступков. Но с другой стороны она с такой же легкостью может посеять сомнения, внушить чувство вины. Таким образом она представляет собой мощное оружие в борьбе с неприятелем. Пропагандистское воздействие в таком случае направлено на то, чтобы внушить противнику сомнение в правоте своих действий, заставить усомниться в лозунгах, пославших его на битву, в армии, в сослуживцах. Сомневающийся солдат с чувством вины уже не солдат, он не эффективен, утратив смысл своей борьбы. Цель пропаганды — убедить человека в том, что если не он сам, то его сотоварищи совершают аморальные действия по отношению к противнику, что война несправедлива. Все это неминуемо приводит к разложению противника изнутри и направлено против правителей, отправивших солдат сражаться, против военных начальников, и даже более того — подрывает веру в ценности своей нации, своей Отчизны, веру в то, ради чего солдат готов идти в бой. Но такого рода пропагандистские приемы можно употребить и в политической борьбе на пользу дела:

убедить в том, что используемые властями методы неэффективны, заставить усомниться в достигнутых успехах, поверить в недееспособность начальников. Такого же рода приемы могут породить угрызения совести, как бы странно это не прозвучало. На самом деле, все это соотносится с христианскими ценностями, внушенными с детства, о том, что Бог вознаграждает того, кто хорошо себя ведет, что всегда побеждает лучший, что сила всегда на стороне того, кто прав, что хороший человек всегда поступает справедливо. Разумеется, ожидаемый психологический эффект может сильно варьировать в зависимости от того, кто является целью пропаганды. Она благотворно будет действовать на тех, кто является сторонником пропагандируемых взглядов, а у их противников будет пробуждать угрызения совести.

Этот эффект особенно ярко проявился в уже упомянутой выше стране. Во Франции в 1939 году очень удачно была использована пропаганда, направленная на формирование комплекса вины у нации, но еще лучше это удалось в 1957, во время алжирского кризиса. Наша страна представляла собой хрестоматийный пример того, как умело действует пропаганда, когда нужно внушить всему населению чувство вины за содеянное, за пытки, подавление местного населения, колонизацию и т.д. и т.п. и вынудить каяться за причиненную несправедливость. Эти внушенные пропагандой чувства, может быть даже отчасти правомерные, стали основной причиной победы FLN на выборах, обусловленной исключительно психологическими факторами, в полном соответствии с заветами Мао<sup>42</sup>.

Основываясь на предыдущем анализе, можно утверждать, что в некоторых случаях пропаганда используется как объединяющий фактор, средство сплотить группу и вызвать желание примкнуть к общности, а в других — как разъединяющий фактор, средство посеять сомнение и вызвать отторжение от общего дела. Она может представить идею, объединяющую группу, как абсолютную истину, возвести ее в ранг национальной, довести человека до крайней точки самоотречения и заставить забыть о своих личных интересах, чтобы раствориться в судьбе своей группы, своей общности. Такой способ пропаганды часто используется в период войны (национальное единство). Но с помощью пропаганды можно также легко разбить единение общности, разорвать связи, объединяющие ее, например, подрывая веру в справедливость, разжигая сомнения в отношении честности властей, подогревая противоречия между членами группы, вызывая недоверие к принятым в этой общности источникам информации, изменяя стандартные взгляды, искусственно преувеличивая признаки кризиса, провоцируя конфликты между социальными группами, восстанавливая их друг против друга<sup>43</sup>. Можно предположить, что в таком случае человек последовательно переходит от одной стадии к другой. Если первоначально он нормально воспринимает свою сопричастность к некому сообществу, то по мере того, как пропаганда окружает его двойным толкованием событий, возбуждает тревогу, недоверие к происходящему, его психологическое состояние меняется. В конце концов человеку становится все труднее переносить такое состояние. Двусмысленность его удручает, двойная мораль ему противна, ему хочется найти выход из этой ситуации, но вернуться к прежнему благополучному состоянию он уже не может, так как считает себя прежнего глупым слепцом, пребывавшем в неведении среди себе подобных. Сомнение и недоверие к прежним ценностям делает невозможным его жизнь в контексте старых идей, и он делает шаг в сторону тех, кто внушил ему это сомнение и недоверие. Так постепенно он становится приверженцем совершенно противоположенных идей и ценностей по сравнению с теми,

которые он разделял раньше. Таким образом поворот на 180° по отношению к прежнему образу мыслей, отказ от прежних идей, становится тем радикальнее и иррациональнее, чем больше человек хочет забыть свое прошлое, стереть воспоминания, прекратить сожалеть об идеях и ценностях, которые он разделял в прошлом и которые благодаря пропаганде он променял на новые. Нет более ярого обличителя христианства или коммунизма чем тот, кто сам когда-то был защитником этих идей.

Особенно хочется подчеркнуть эффект от использования двоемыслия в пропаганде. Она в зависимости от обстоятельств склоняет человека в сторону политизации его сознания или, наоборот, в сторону индивидуализации, ухода в себя. Очевидно, что любая пропаганда направлена на то, чтобы заставить человека быть политически активным, по крайней мере заставить интересоваться политическими вопросами, а лучше — посвятить себя отстаиванию политических идей. Она становится эффективной, если человек начинает понимать, что он — гражданин, что от его гражданской позиции что-то зависит, и тогда он готов отстаивать свою правду, свои идеалы, а еще лучше — если он начинает верить, что его предназначение — политическая борьба. В этот момент человека уже вполне можно считать готовым объектом для пропагандистской обработки.

Но есть и обратная сторона медали, которая заключается в том, что такой человек постепенно теряет интерес к своим внутренним проблемам, к семейным делам, к личной жизни. Политический идеал для такого борца за идеи состоит в том, чтобы принести в жертву своих детей и жену, целиком отдавшись борьбе за всеобщее благо, за идеалы Отчизны, оправдываясь высоким служением. Личное счастье для него представляется проявлением эгоизма, посредственности, уделом людей недалеких... Этот эффект пропаганды нельзя недооценивать; она должна всеми силами бороться с тем, что американские социологи называют «privatisation», т.е. представление человека о том, что его личные проблемы, приватная жизнь гораздо важнее, чем участие в социальных процессах общества, скептицизм по отношению к деятельности во имя государственных интересов, что, например, имело место в Германии после 1945 года под названием «ohne mich»: убежденность в том, что любые действия бесполезны, участие в голосовании ни к чему не приведет, что нет никакого смысла умирать за Данциг. Пропаганда оказывается абсолютно бессильной против тех, кто живет в рамках этой идеологии скептицизма и неверия. Следует заметить, что главное отличие пропаганды, развернувшейся до 40-х годов по сравнению с той, что была развернута в западных странах после, заключается в том, что последняя должна была противостоять этому настроению скептицизма и воздействовать на человека, углубленного в личные проблемы и переживания<sup>44</sup>.

Вышеупомянутые авторы исследуют явление ухода от политики в сферу личной жизни, широко распространившееся в западных странах в 1930 — 1945 годах. Но, как мы уже подчеркивали ранее, современное государство может нормально функционировать только при условии, что общество выражает ему доверие. Но условием этой поддержки является вовлечение всех слоев общества в обсуждение политических проблем, т.е. борьба с уходом в личную сферу, политизация общества, внушение человеку мысли о том, что участие в политических процессах — его общественный долг. Церковь тоже поддерживает эту идею, полагая, что воззвание к «исполнению гражданского долга» не есть собственно пропаганда, а имеет под собой религиозную основу. Но, как ни странно, именно пропаганда и является

основным фактором, вызывающим у общества желание уйти от политики с сферу личных проблем. Иногда пропагандистские усилия осознанно направлены в эту сторону, иногда так получается случайно. Так происходит тогда, когда две пропагандистские кампании с одинаковой силой воздействуют на одну группу населения, преследуя противоположенные цели. Мы уже упоминали феномен наложения разнонаправленного пропагандистского воздействия, в результате которого у человека кроме скепсиса и равнодушия не возникает никаких мыслей. Но имеется также много примеров того, как пропаганда умышленно толкает человека в сферу личных интересов. Так, например, пропаганда, связанная с войной и террором, старается возбудить у противника депрессивные чувства, привести к мысли о фатальном развитии событий<sup>45</sup>. Ее задача в том, чтобы убедить человека в бессмысленности каких-либо действий, в безысходности, в том, что противоположенная сторона или армия противника настолько сильна, что любое сопротивление бессмысленно. На фоне этой пропаганды настойчиво восхваляются такие ценности, как личное благополучие, семейное счастье, с целью убедить человека, что рисковать своей жизнью ради каких-то там высоких идей безрассудно и глупо («было бы, за что умирать» — основной аргумент подобной пропаганды). Подобного рода пропагандистская обработка хорошо действует, если надо парализовать противника и заставить его отказаться от борьбы, уступив эгоистическим соображениям<sup>46</sup>. Надо думать, что такая пропаганда одинаково уместна и дает хороший результат как в военных конфликтах, так и в политической борьбе.

Но есть еще один аспект пропаганды, направленной против политизации общества и широко используемый в государственных интересах, который нам представляется наиболее важным: создание ситуации, когда население полностью теряет интерес к политическим процессам — ведь тогда у власти развязаны руки. Такой прием особенно часто используется в авторитарных государствах, где власть таким образом нейтрализует оппозицию или общественное мнение. Прием очень прост: управление государством — очень сложное дело, пусть этим занимаются политики, участие в политических процессах — дело небезопасное и чревато неприятными последствиями, так зачем же это надо простому человеку? Власть осуществляет от имени всех и ради всеобщего блага свои функции, поэтому лучше не вмешиваться и не мешать ей управлять народом. Обыватель живет себе спокойно, его благосостояние растет, государство обеспечивает ему защиту, так как знает, как все устроить.

Иначе говоря, это — очень удобный способ управлять в государстве, где у власти авторитарный лидер. Если у населения имеют место враждебные настроения по отношению к лидеру, то в таком случае политическая апатия — удобный способ устраниваться от политических конфликтов и таким образом защитить себя. Человек добровольно устранивается от участия в политических процессах, и его апатия служит оправданием в собственных глазах. Но именно пропаганда заставляет его испытывать скепсис и не вмешиваться в политику, что позволяет властям действовать, как им хочется<sup>47</sup>.

В итоге «вразумительный» призыв не вмешиваться в политику будет с благодарностью принят в обществе, так как чаще всего человек не стремится брать на себя лишнюю ответственность и принимать решение в вопросах, от которых ему хочется держаться подальше. Достаточно вспомнить по этому поводу вздох облегчения, который раздался во Франции эпохи 1852 года в период реставрации Империи, аналогичная история произошла в 1958 году, когда французам дали понять, что в их полу-авторитарном государстве есть кто-

то, кто готов взять на себя ответственность принимать за них решения. Таким способом (с помощью террора, как в гитлеровской Германии, например, или через «политическое просвещение», как в СССР) властям удастся нейтрализовать массы, склонить их к пассивности<sup>48</sup>, подтолкнуть к ценностям личной жизни, семейному очагу и мечтам о благополучии (подкрепляя обещания, кстати, соответствующими благами, чтобы укрепить их в мысли, что они действуют правильно), а в результате освободить руки действующим политикам, военным, властям на местах. Этот способ часто и с успехом используется во многих странах.