

2.2. Условия эффективности пропагандистского влияния

Средний уровень достатка

Если не все общество готово к воздействию пропаганды, то и не каждый человек способен попасть под ее влияние¹². Мы видели только что, что для этого нужно, чтобы индивид заинтересовался газетой или купил радиоприемник. Отсюда сделаем вывод: надо, чтобы он жил в соответствующих условиях. Современная пропаганда, направленная на интеграцию в общество, не может существовать на обочине цивилизации, человек с низким уровнем дохода для нее недоступен. Небогатые люди даже в капиталистических странах, не имеющие радио и телевизора, редко посещающие кинотеатры, не подвержены влиянию пропаганды. Другое дело в коммунистических странах, где установленные в общественных местах радиоприемники и бесплатные сеансы в кино делают пропаганду доступной для всех слоев населения, даже самые бедные охвачены ее влиянием. Правда, есть и другие препятствия. Человек, испытывающий нужду, не может стать объектом для пропаганды, потому что заботы повседневной жизни, связанные с поиском пропитания и ночлега, подавляют его способности и не оставляют ему сил ни на что. Хотя нищета может подтолкнуть его к мятежу, может спровоцировать взрыв негодования, агитационная пропаганда с этим справится. Такой человек способен на кражу или насилие, но его невозможно держать в руках, внушить ему общую идею, заставить ходить строем.

Пропаганда ориентирована на человека, который не находится в тисках нужды и может позволить себе не заботиться о ежедневном поиске хлеба насущного, но который интересуется проблемами глобального характера и в состоянии направить свою энергию на другие полезные дела. Всем хорошо известно, что на Западе пропаганда особенно хорошо работает среди людей, находящихся на социальной лестнице на ступеньку выше рабочей среды, в среднем классе. В среде крестьянства и нищего пролетариата у нее всегда больше проблем. Мы с этим еще столкнемся.

Следует также иметь в виду, что пропаганда хорошо действует при достаточной плотности проживания населения. Она применима, если подавляющее большинство проживает компактно, причем ее воздействие ориентировано не на самых богатых и не на нищих, ее главный объект воздействия — человек из среднего класса, обладающий средним достатком.

В западных странах именно к среднему классу обращается пропаганда, так как именно в этой среде найдется для нее больше всего сподвижников. Другой дело — беднейшие страны, Индия, например, или арабский мир. Там ее мишень — несчастные, беднейшие, отверженные. Следует заметить, что люди этой категории реагируют медленно и неохотно на любую пропаганду, если только это — не агитация. Этим можно объяснить неудачи в Индии и в Алжире. Наиболее падки на пропаганду студенты и коммерсанты, бедняки практически никак не реагируют. Чтобы человек откликнулся на пропаганду, нужно, чтобы он обладал опытом социальной жизни хотя бы на уровне условных рефлексов, что реально при уровне жизни выше среднего, необязательно очень высокого, но хотя бы выше уровня жизнеобеспечения, он также должен иметь подготовленное сознание, трезвость ума, уметь анализировать факты и делать выводы, что возможно при соответствующей степени образования, его не должны беспокоить мысли о безопасности.

Стоит отметить и такую деталь: все пропагандисты являются выходцами из upper middle class; неважно, о каких пропагандистах идет речь, японских, советских, гитлеровских или американских, — все представляют собой средний зажиточный класс¹³. Прослойка богатых, обеспеченных и высокообразованных не поставляет пропагандистов, так как они отделены от основной массы народа, не понимают его нужд, поэтому не знают, как на него влиять. Бедняки тоже не могут быть пропагандистами, так как не имеют возможности получить хорошее образование (даже в СССР), т.е. в силу невысокого интеллектуального уровня, а главное — потому что, представляя низы по происхождению, не могут абстрагироваться от них настолько, чтобы сформулировать их идеи. Есть обстоятельные исследования, доказавшие, что именно средний класс представляет собой идеальную среду для возвращения пропагандистов. Область, где лучше всего распространяется пропагандистское влияние, более широка, сюда входят буржуазные круги, а также и рабочие по мере того, как они повышают уровень благосостояния. Но не стоит думать, что высокий уровень образования — гарантия от тлетворного влияния пропаганды. Высокообразованный индивид не иммунизирован от нее, скорее наоборот. То же и в отношении уровня благосостояния. Если вдруг все население Земли достигнет уровня жизни выше, чем современная буржуазия, у пропаганды, возможно, будет меньше шансов на успех. Но не стоит обольщаться на этот счет, самое большее, на что можно рассчитывать, так это на медленное и постепенное увеличение прослойки среднего класса. Но по мере того, как растет благосостояние, будь то в Западном мире, в странах Востока и даже в Африке, подрастает поколение еще более восприимчивое к пропаганде. Она усиливает свое влияние по мере того, как улучшаются условия труда, качество питания, стиль жизни. К тому же, и в этом связь прослеживается еще ярче, по мере эволюции общества устанавливается некая усредненная модель человека, трансформация общества ведет за собой трансформацию индивида, что приводит к становлению нормы, характерной для всех или, по крайней мере, для большинства людей¹⁴. Когда-то формирование нормы происходило спонтанно, но по мере развития общества создание нормального

человеческого типа стало систематическим, продуманным, осмысленным и преднамеренным. Внедрение общих технологий в производство, некое общее представление о структуре общества, совокупные национальные потребности, необходимость адаптироваться к жизни в обществе — все это заставляет выработать общее отношение к норме и привести к нормальному состоянию каждого человека, для чего у пропаганды существует множество способов.

Вот поэтому адаптация становится общей темой для любого психологического влияния. Идет ли речь о работе, о потреблении, о привычке к среде обитания, все в конце концов к понятной и осознанной теме воспитание нормы, усреднение потребностей. Это — вершина пропагандистских усилий. Если разобраться, нет большой разницы между теорией А.оля, учением Мао Цзэдуна и Маккартизмом. В первых двух случаях мы имеем дело с нормальностью относительно некоего образа жизни (соответствующего уровню жизни создателя нормального по его представлению общества). Мао имел в виду некоего идеального человека, своего рода прототип коммуниста, к которому надо планомерно стремиться, а сделать это можно единственным способом — поместить человека в формочку, в слепок, где он примет соответствующую форму. А так как это не делается в один присест, надо вновь и вновь помещать его в этот слепок. Мао заявлял, что он сам готов подвергнуться этой процедуре. Эту среднюю нормальность можно достичь, — заявлял он, «только осознав ее, т.е. на определенном уровне жизни». Здесь мы имеем дело с пропагандой в ее тотальном воплощении.

У Маккартизма другая формула. В Америке он возник неслучайно. Он выражает (и в то же время использует) глубокую тенденцию, заложенную в американском сознании, против всего, что не является американским. Речь идет не столько о чужом образе мыслей, сколько об образе жизни. Оказывается, факт принадлежности к обществу, семье, к коллективу, где есть коммунисты, достоин порицания, причем речь идет не о расхождении на идейном уровне, а просто о другом жизненном укладе. Понятно, почему в текстах об American Activities слово «коммунизм» встречалось на фоне таких понятий, как алкоголизм и гомосексуализм (в 1952 г. появился свод правил относительно функционеров на госслужбе, почти 7000 человек были подвергнуты жесткой чистке, правда объяснялось это обеспечением требования безопасности, чтобы уменьшить риски). Если попытаться найти хоть какие-то основания для преследования по этому признаку, то находится лишь одно: коммунисты не соответствуют норме, потому что не принимают правила нормальной жизни, т.е. жизни по-американски. Любого «отклоняющегося от нормы» по этому признаку нужно считать действительно ненормальным и перевоспитывать. В связи с этим считалось, что американцы, попавшие в Корею в плен, заразились коммунизмом, после освобождения их обязательно госпитализировали и подвергли лечению в медицинском центре Valley Forge, недалеко от Филадельфии.

Согласно распространенному в США мнению, хорошим делом в Америке считается изгонять все, что не соответствует их way of life, запрещать то, что ему угрожает. Во Франции создание «нормальности» развивается в двух направлениях: она может стать продуктом научного исследования в области психологии и социологии, а также на базе статистических данных: это будет нормальность по-американски; или же она может быть идеологической, на основании разработанных правил: это будет нормальность по-коммунистически. Но

результат будет идентичным: для создания нормальности обязательно подключат пропаганду, чтобы подогнать индивидуума под общую схему, удобную для общества.

Средний уровень культуры

Есть еще одно условие, необходимое для успешной пропаганды и также зависимое от уровня жизни: надо, чтобы индивидуум был культурным человеком. Очевидно, что человек, абсолютно незнакомый с западной культурой, не восприимчив к пропаганде. Речь не идет об интеллекте. Аборигены племени Аино и Бороро безусловно были умными людьми, но их интеллект чужд западному, наши концепты культуры им незнакомы. Для подключения к пропаганде нужно начальное образование как минимум! Человек, не умеющий читать, не попадает под большую часть пропаганды, то же можно сказать и о человеке, которого чтение не интересует. Когда-то считали, что умение читать отражает прогресс человечества, страны, преодолевшие неграмотность, считались победителями, а те, где неграмотных было много, назывались отсталыми. Все думали, что научить человека читать, значит дать ему свободу. Спорный вопрос, конечно, ведь умение читать и понимание прочитанного — не одно и то же. Рассуждать по поводу прочитанного, делать выводы и критически воспринимать полученную информацию — вот, что важно при чтении, а иначе зачем это нужно? — тренировать память или упражняться в произношении? Но если говорить о критическом мышлении, об умении рассуждать, значит предполагать уровень образования гораздо выше начальной школы, т.е. иметь в виду очень небольшой круг людей¹⁵. Если рассчитывать на абсолютное большинство (90%) населения, значит брать в расчет только тех, кто умеет читать, но без какого-либо признака интеллекта, т.е. тех, кто требует от государства всего лишь исполнения его властных полномочий или, напротив, просто-напросто игнорирует власть. Так как у таких людей не хватает знаний и интеллекта, чтобы думать и аргументированно рассуждать, они верят или не верят в то, что читают. Как следствие — они выбирают для чтения что-то простенькое, сложности им не нужны, они находятся на той ступени развития, чтобы чтение их заинтересовало и убедило, они не видят в тексте повода для размышлений. Вот такие люди лучше всего подходят для пропаганды.

Мы не скажем: «Вот если бы им предложили достойное чтение...» или «Если бы они получили хорошее образование...». Такие рассуждения не имеют смысла, потому что это неправда. Мы не будем также утверждать, что «это всего лишь первый этап, скоро они станут более образованными, надо только научиться читать». Заметим, что для общества в целом переход от первой ступени образования ко второй тянется очень долго. Франция уже полвека назад достигла первой ступени, а ко второй мы так и не подошли. Более того! К сожалению, первичный уровень образования предоставил человека в распоряжение пропаганды, и теперь он встречает трудности на пути ко второй ступени, т.к. он уже соответствующим образом ею обработан, адаптирован и интегрирован в современное общество. С этой точки зрения развитие образования и культуры в СССР находится вне опасности. Можно становиться более культурным и образованным, оставаясь под пропагандистским влиянием, если критическое мышление сформировано до этого, и основные компоненты культуры пронизывают вселенную, зараженную пропагандой. В действительности получилось так, что начальное образование, ставшее большим

достижением XIX и XX веков, открыло человека для беспрепятственного влияния пропаганды.¹⁶ Теперь уже для западного человека нет никакой возможности быстренько дорасти до такого уровня интеллектуального развития, чтобы компенсировать эволюционный прогресс пропаганды и не попасть под ее влияние. Техники и методы пропагандистского воздействия достигли такого высокого уровня развития, что умственные возможности среднего человека практически не позволяют ему вырваться из-под ее влияния. На самом деле то, что мы видим вокруг, приводит нас к убеждению, что пропаганда сама и является культурой, она представляет собой начальное образование Масс. Именно посредством пропаганды и благодаря ей люди начинают разбираться в экономике, знакомятся с политической жизнью, познают искусство и литературу. Приемы обучения, характерные для начальной школы, вводят человека в мир пропаганды, где он получает реальные знания в области науки и культуры, формирующие уровень развития его интеллекта.

С необразованным человеком пропагандисту трудно работать. Довольно тщательные научные эксперименты, проведенные в Германии между 1933 и 1938 годами, доказали, что в деревнях, где почти никто из жителей не умел читать, пропаганда не производила никакого эффекта. Этим и объясняется, почему в коммунистических странах такое огромное значение придавали обучению населения навыкам чтения. Все знают, насколько сложно в Корее научиться читать, их алфавит настолько сложен, что практически недоступен простым людям. Вот почему в Северной Корее изо всех сил старались создать простой алфавит, чтобы обучить чтению каждого жителя. В Китае Мао предложил даже упростить иероглифы, чтобы ликвидировать безграмотность. Для малых народов там создавались новые алфавиты, простых людей обучали чтению и письму на основе новых текстов. Все это было бы не так важно, если бы не знать, что взрослые и дети использовали для упражнений особые тексты, других им не давали.¹⁷ Разумеется, это были пропагандистские тексты: листовки с объяснением политики государства, поэмы, воспевающие коммунистический режим, отрывки из работ классиков марксизма-ленинизма. Жители Тибета, Манчжурии, монголы, уйгуры учились читать и писать по цитатникам Мао Цзэдуна. Какой удачный инструмент для обучения и в то же время для пропаганды изобрели китайцы: обучение грамоте и вовлечение в идеологию правящего класса! Учителя строго следили за тем, чтобы у учеников не было других пособий.

Известно также, что и во Вьетнаме использовали похожие методы. Там промывание мозгов осуществляли с помощью «профессуры»¹⁸. Престиж «интеллектуала», отмеченного «печатью Бога», был настолько велик, что любое его утверждение на политическую тему, воспринималась как истина в последней инстанции. Он же обучал и чтению, что преподносилось как расшифровка текстов, разумеется пропагандистских, что подтверждало его слова. На основании вышеизложенных фактов мы вынуждены признать, что внедрение начального образования во все слои общества является важнейшим фактором для пропаганды. Это утверждение наталкивается на предрассудок, выраженный лапидарным стилем неким Полем Риве, отражающий полное непонимание реальности: «Существо, не умеющее читать газету, не может считать себя свободным!»

Наличие определенного уровня культуры¹⁹ как необходимое условие для воздействия пропаганды отчасти объясняется тем, что одним из ее главных способов является

манипуляции с символами. Можно выразить эту мысль иначе: чем активнее индивид вовлечен в культурную жизнь сообщества, в котором живет, тем в большей степени он знаком с типичными распространенными символами, олицетворяющими коллективное представление о прошлом и будущем этого сообщества. Чем более культура заключена в стереотипических символах, тем легче формируется общественное мнение. Чем глубже индивид погружен в культурный контекст, отраженный в символах, тем охотнее он воспринимает манипуляции с этими символами²⁰. Просто удивительно, но приходится констатировать, что бесчисленное количество пропагандистских кампаний на Западе имеет успех в высококультурной среде. И речь идет не только об обработке сознания с опорой на точные факты людей интеллектуальных и образованных, обладающих ценностными принципами и просвещенных в области политической реальности: например, пропагандистские установки о несправедливости капиталистического строя, об экономических кризисах, о политике колониализма²¹. Тут — все правильно: эта пропаганда как раз и рассчитана на людей с высшим образованием.

Речь о другом, о грубой практике промывания мозгов: например, кампания за мирное сосуществование или против бактериологической войны, в которую оказываются втянуты и интеллектуалы. Во Франции именно они возглавляли «марши» по этому поводу. Этот факт противоречит общепринятому мнению о том, что пропаганда влияет только на наивных недалеких людей. Умный человек не поддастся на ее посулы, он пожмет плечами и всё, так как уверен, что пропаганда на него не повлияет. Но в этом-то как раз и заключается его слабость. Пропагандист очень хорошо знает, что для того, чтобы поймать кого-нибудь в сети, нужно убедить его в том, что пропаганда действительно бесхитростна, не слишком эффективна и не на всех может повлиять²². Вот как раз в тот момент, когда он убежден в своем превосходстве, интеллектуал более, чем любой другой, подвержен ее убедительным речам. Хотя высокий уровень образования и культуры, гибкий интеллект и глубокие знания, равно как и постоянные упражнения ума в критическом отношении к действительности, являются бесспорным оружием против пропаганды. Несмотря на то, что в СССР придавали огромное значение изучению диалектического материализма и политподготовке, что являлось частью коммунистической пропаганды, опасность все же была: слишком много дискуссий, слишком глубокое погружение в основную доктрину порождало движение вспять, благодаря силе сопротивления интеллигенция выходила из-под социального контроля²³.

Наконец, еще один аргумент: пропаганда может влиять на массы, лишенные всякой культуры: ленинская пропаганда в отношении русского крестьянина, китайская пропаганда при Мао в отношении китайского крестьянства. Но стоит пристально изучить методы этой пропаганды, как становится понятно, что с одной стороны она опиралась на формирование условных рефлексов, а с другой — медленно, но верно создавала базу для формирования необходимой культуры. В качестве сформированного условного рефлекса приведем пример исследования, проведенного в 1928 г. в деревушке Хоннан: после нескольких месяцев пропаганды дети в игре, желая обидеть приятеля, стали обзывать друг друга «империалистами»²⁴. Как мы уже говорили ранее, пропаганда в виде агитации и подрывной деятельности в первую очередь направлена на бедное необразованное население. Чем ниже находится человек на социальной лестнице, если он беден, безграмотен, плохо воспитан, тем легче подтолкнуть его к беспорядкам, к мятежу. Но если пропаганда хочет вовлечь

большую часть населения, нужно заняться его образованием. Отсюда — необходимость в «политпросвещении». К этому стоит добавить, что продвинутый уровень образования и общая культура защищают индивида от агитационной пропаганды, но делают его более восприимчивым к пропаганде интеграционной.

Вспомним утверждение Липсета о том, что отсутствие нужных знаний в области экономики и политики уменьшает противоречия по этим вопросам, а также их остроту, отсюда — невежда менее чувствителен к пропаганде в рамках сюжетов на эту тему²⁵.

Равный доступ к информации

Если рассматривать вышесказанное как руководство к действию, то понятны становятся механизмы распространения не только пропаганды, но и информации. Нам это хорошо известно. Но теперь мы подошли к пониманию новых условий для распространения именно пропаганды. Вопреки упрощенному мнению о том, что пропаганда и информация — разные вещи, мы хотим доказать, что между ними существует тесная связь²⁶. В современном обществе невозможно отличить, что — пропаганда, а что — чистая информация. Более того, информация — обязательная составная часть пропаганды. Мы уже наблюдали, как важно для пропаганды упоминание о реальном политическом происшествии или ссылка на экономические показатели. Исторические факты или идеологические аргументы для нее — возможные, но необязательные дополнения, не сильно повышающие ее эффективность. Ее сила — в интерпретации событий современности. Она начинает действовать тогда, когда общество взбудоражено под влиянием политического или экономического события и в нем начинают формироваться разнонаправленные мнения. Тогда пропаганда цепляется за какую-либо психологическую, особенность, характеристику, но не постоянного плана, а только за ту, которая спровоцирована текущим фактом. Надо отметить, что эмоциональная реакция длится как правило недолго, поэтому ее нужно постоянно обновлять и поддерживать, но пока сохраняется этот эмоциональный накал, формируются обоснованные выводы, на базе которых и складывается нужное общественное мнение.

Вот так примерно работает пропаганда. Если нет дискуссии вокруг политического или экономического события, нет накала страстей, нет разных точек зрения, то и пропаганда не нужна. Вот почему в прежние времена она была локализована в среде, близкой к политическим кругам, среди тех, кто имел контакт с политической жизнью. Она не предназначалась для большинства людей, индифферентных к этим вопросам. Почему же они были индифферентны? Не потому ли, что были плохо информированы? В те времена у масс и не могло быть интереса к вопросам политической и экономической жизни, и к идеологическим дебатам, которые их отражали, пока не появились Mass Media of communication, сделавшие возможным распространение информации в обществе. Именно с этого времени сложились условия для массовой пропаганды. Лучшим аргументом в ее пользу стало обещание информировать общество. Все знают, что самой трудной публикой для пропаганды являются сельские жители. Мы много раз говорили об этом, но вот еще одна, причем основная причина этого заключается в том, что они как раз и хуже всего информированы. На основе исследований и анализа сельских районов стало очевидно, что пропаганда только тогда начала распространяться, когда туда стала поступать

информация, когда возник интерес к определенным вопросам. Понятно, что если я понятия не имею о войне в Корее, если ничего не знаю о том, что Северная Корея и Китай — коммунистические страны, что США оккупировали Южную Корею и что США представляют в Корее ООН — какое мне дело до коммунистической пропаганды, распространяющей слухи о том, что США ведут там бактериологическую войну? Строго говоря, пропаганда ничего не значит, если предварительно не предоставить обществу нужную информацию, но, если пропаганда имеет целью побудить невежественного в сфере политики человека к какому-либо действию, ей следует сначала провести серьезную, глубокую работу по информационному просвещению²⁷. Пропаганда в дальнейшем окажется тем успешнее, чем предоставленная информация будет, позволю себе утверждать, более объективна, правдива и всеобъемлюща.

Подчеркну еще раз, нет смысла строить пропаганду на заблуждениях и ошибках, напротив, ей нужны точные факты. Создается впечатление, что формирование точки зрения чувствительнее к той пропаганде, где больше информации (заметьте, я сказал «больше», а не «точнее»). Чем более широкий выбор политических и экономических фактов предоставляет пропаганда для создания убеждений, тем они более изысканы, деликатны и глубоки. Умный человек легче попадает в сети той пропаганды, которая играет на противопоставлении смыслов, на неоднозначности. Современный читатель Express, Figaro, Carrefour, или Observateur именно в силу своей информированности гораздо более подвержен влиянию пропаганды. Его беда в том, что он не способен распознать ее на фоне предоставленных ему фактов, ему кажется, что он сам, обладая здравым смыслом, формирует свою позицию, а на самом деле это — пропаганда под видом информации координирует и направляет его в нужном направлении. Но информация — это не только факты, без которых никак нельзя, ее роль важнее, она дает пропаганде базу, на основе которой возводится общественное мнение²⁸: так как именно информация — главный инициатор проблем, используемых пропагандой, чтобы формировать точку зрения. Пропаганда начинает действовать на индивидуума только тогда, когда совокупность предоставленных ему фактов, цифр и событий превращаются в проблему, по отношению к которой он должен вынести свое суждение.

Когда общественное мнение сталкивается с новым явлением, пропаганда от имени власти, или политической партии, или конкретного человека разворачивается во всей своей полноте, так как с одной стороны она обостряет проблему, с другой — дает надежду на ее разрешение. Сама же она не в состоянии создать повод для обсуждения в экономической или политической сфере, нужно, чтобы он был в реальности. Кстати, совсем необязательно, чтобы он на самом деле существовал как факт, достаточно его придумать²⁹. Представьте себе, как ежедневная информация проникает в сознание человека в виде экономических данных, сводок, цифр и явлений, ему сложно все это осознать и проверить на соответствие реальности из-за их сложности и многоаспектности, ему легче прийти к выводу, что тут существует некая экономическая проблема. Но все люди разные, и, в зависимости от личного опыта, осознание проблемы приобретет у них отличные очертания. Возьмем, к примеру, человека, далекого от понимания проблем современного общества, если у него нет других источников информации, кроме личного контакта с внешним миром, если все его общение ограничено разговорами с соседями (которые, предположим, находятся в такой же ситуации), — в таких условиях пропаганда невозможна, даже если у него возникают

вопросы по поводу экономических или политических трудностей, с которыми он сталкивается в реальной жизни. В XIV веке пропаганда не существовала даже в городах, где иноземные солдаты расхищали и грабили население, т.к. каждый житель реагировал как все или по-своему, руководствуясь личным житейским опытом, но в любом случае это был местный, локальный конфликт в ограниченном пространстве. Человек не мог объективно оценить ситуацию, обобщить разнообразные обстоятельства и построить универсальную модель для формирования своего отношения к происходящему, т.к. это предполагало значительные интеллектуальные усилия с его стороны для анализа подобного положения дел. Вот почему пропаганда возможна только тогда, когда есть потребность в осознании универсальной проблемы на основе обобщения разных точек зрения. Как раз эту потребность индивидуума, имеющего недостаточный багаж знаний о реалиях социума, информация готова удовлетворить. С ее помощью он вникает в социальный контекст, научается понимать реальность и сверяет собственное положение по отношению к обществу в целом. Идем дальше — именно это провоцирует его на политическую или социальную активность. Возьмем, к примеру, проблему уровня жизни: простой рабочий на основании своего опыта имеет представление о ценах, о зарплате, он знает, сколько он получает и сколько тратит на жизнь (разумеется, его соседи имеют такой же опыт, т.к. находятся в тех же условиях). Он испытывает мятежные чувства в зависимости от глубины своего несчастного положения и, в случае чего, он может восстать против своего непосредственного начальства. Но этот индивидуальный протест, как мы знаем, ни к чему не приведет. В XIX веке для многих это стало открытием. А вот если, благодаря распространяемой СМИ информации, этот рабочий узнает, что его случай не единичный, что миллионы таких же, как он испытывают те же страдания, они могут объединиться в сообщество, создать рабочее движение. Именно информация позволит ему встроить свою ситуацию в мировой экономический контекст, а также заставит его понять глобальную сущность предпринимателей. В конце концов, она же предоставит ему возможность оценить свой собственный опыт и понять, на что он способен. Вот так сформировалось сознание рабочего класса в XIX веке, и оно в большей степени обязано этим информации (и социалисты не устанут на этом настаивать), чем пропаганде. Так же примерно происходит переход от мятежных настроений к революционному движению. **Именно благодаря информации каждый рано или поздно начинает осознавать, что его личная ситуация выросла до уровня социально-значимой проблемы.**

Но как только эта информация усвоена массами, вступает в игру пропаганда. Но не простенькая, предназначенная для революционно настроенных граждан, агитация отдельно взятого пропагандиста, а современная комплексная пропаганда, направленная на движения масс, основанная на обобщении политико-экономических проблем современности, вытекающем из общемирового потока собранных фактов, т.к. нельзя забывать, что информация представляет собой фактор психологического сплочения Масс30.

Вот и последний важный фактор, заслуживающий особого внимания, так как составляет значительную часть подготовительной работы, выполняемой за счет информации для пропаганды: по мере того, как огромное число отдельных индивидуумов получают одинаковую информацию из разных источников, они начинают реагировать на нее, и их реакции практически идентичны, у них возникают одинаковые «центры интересов», сформированные по главным вопросам, выявленным с помощью радио и прессы, они

определяют каждый свою точку зрения, но они тяготеют к сближению, и в этом, собственно, и состоит механизм возникновения общественного мнения. И даже более того: это приводит к становлению общих представлений, общих форм поведения, общих рефлексов. Конечно, бывают отдельные случаи, не вписывающиеся в норму: некоторые индивидуумы то ли в силу присущих им иных убеждений, то ли в силу личных принципов или обычного упрямства, не формируют общие со всеми реакции на основе одной и той же информации. Но это — редкие случаи, не стоит их брать в расчет. В конце концов поляризация внимания индивидуумов по отношению к разного рода проблемам, которые преподносят им СМИ в виде информации, быстро приводят к тому, что мы называем психологическим сплочением Масс и что является одним из условий существования пропаганды.

Идеологические течения

Наконец, обсудим последнее из условий существования и развития пропаганды. Речь идет о мифах и идеологических течениях, распространенных в обществе, в создании и распространении которых человек принимает участие. Наверное, имеет смысл в двух словах уточнить, какой смысл мы вкладываем в понятие «идеологическое течение».

Мы готовы охотно присоединиться к определению, данному Р.Ароном³¹: речь идет о любой совокупности идей, полученных отдельным индивидуумом или всем народом, вне зависимости от источника происхождения или их качества. К этому стоит, по всей вероятности, добавить то, что имел в виду К.Райт, говоря об одобрении (речь о признании в народе этих течений), об актуальности (речь о том, что идеи должны соответствовать современным взглядам) и о вере (речь о том, что люди убеждены в правильности этих идей, но не потому, что им предоставили доказательства).

Идеология отличается от мифа по трем позициям: миф залегает в глубине души человека, укореняется в поколениях и передается от предков к потомкам почти без изменений, он создает человеку фундаментальный образ его существования в этом мире. Второе — миф менее «доктринален»: идеология (которая тоже не доктрина в прямом смысле слова, так как в нее нужно верить, а не искать доказательств) — совокупность идей, пусть даже иррациональных, но все-таки идей. Миф лишь отчасти поддается описанию с точки зрения разума, там гораздо больше эмоциональной, сакральной, аффективной составляющей. Наконец, миф — динамичнее, в нем заложен потенциал побудить человека к действию, тогда как идеология — пассивна (в идеи можно верить, оставаясь зрителем), а миф не оставляет человека безучастным, он может сподвигнуть его на поступок. Но оба, и миф, и идеология — коллективный феномен, присущий всем членам данного сообщества, скрепляющий их в единое целое по убеждениям, придающий им силы и чувство сопричастности.

В современном обществе можно выделить, в частности, такие мифы, как миф о труде, о прогрессе, о счастье³². И такие идеологические течения, например, как национализм, демократия, социализм. Коммунизм имеет отношение к обоим феноменам: от идеологии в нем — слепая вера в доктрину, а от мифа — универсальные ответы на все противоречия современности и идеалистическое представление об обществе будущего, где все проблемы

будут решены. Мифы имели место всегда, во все эпохи и в любом обществе, а вот идеологические течения существовали не всегда. XIX век стал главным творцом идеологий. Пропаганда может зародиться, существовать и эволюционировать только на идеологической почве.

Идеология на службе у пропаганды — инструмент хрупкий, но податливый. Идеологические основы демократии одинаково хорошо подходят и для пропаганды Конвенции США от 1920 года и для пропаганды Соглашения СССР от 1946 г. Три источника, три составные части демократии, концептуально совершенно различные, существуют на базе одной и той же идеологии. Не стоит думать, что идеология, хоть она и является носителем основного содержания, определяет структуру пропаганды. Ни в коем случае. Она служит ей только как точка отправления, как повод. Пропаганда строится на том, что она интуитивно вычленяет из идеологии, то, что придает ей новую форму и что она может использовать для повышения эффективности. А также то, что поможет ей превратить идеологию в миф.

Мы вернемся чуть позже к проблеме взаимосвязи идеологии и пропаганды.

Версия #1

Зверобой создал 20 января 2026 00:38:49

Зверобой обновил 20 января 2026 00:39:23