

5.3. Пропаганда и расслоение общества

Мы выбрали для этой главы достаточно пространственный заголовок, так как не можем себе позволить глубоко и всеобъемлюще проанализировать эффекты влияния пропаганды на все слои общества. Для этого понадобились бы комплексные теоретические и практические социологические исследования. К тому же следовало бы разделить группы, которые используют пропаганду, от групп, которые подвергаются пропагандистскому влиянию. Хотя надо признаться, что обе группы действуют обычно в тесном сотрудничестве. Мы возьмем для анализа эффектов пропаганды только три позиции: политические партии, трудовые отношения и Церковь.

Обособленность слоев общества

Следствием любой пропаганды становится обособление группы, где разворачивается ее деятельность, от всех остальных. И здесь мы наблюдаем противоречивый характер средств информации, рассчитанных на интеллект (таких как пресса, радиовещание), заключающийся в том, что вместо того, чтобы сближать людей, объединять их, для чего они, собственно, и были изначально предназначены, они категорически их разъединяют.²⁹

Говоря об общественном мнении, мы упомянули тот факт, что каждый член группы чувствителен к пропаганде, чье влияние распространяется на эту группу. Он ее слушает, соглашается с этим, этого ему и достаточно, но тот, кто к этой группе не принадлежит, игнорирует эту информацию. Таким образом, констатируем, что каждый довольствуется только тем, что предоставляет ему своя пропаганда, — так утверждает исследование, проведенное I.F.O.P., которое мы уже ранее цитировали³⁰. Лазерсфельд³¹ подтвердил этот факт, проводя эксперименты с радиопрограммами, в которых американскую публику знакомили с особенностями, нравами и обычаями каждой из малых этнических групп, проживающих на территории Америки. В ходе эксперимента предполагалось выяснить, насколько в американском обществе развито взаимопонимание и какова степень его толерантности к другим группам. Ему удалось установить следующее: каждую передачу, посвященную определенной этнической группе, слушали только те, кто к этой группе принадлежал (например, передачу об Ирландии слушали только ирландцы), и практически никто из других групп. Также точно происходит с коммунистической прессой, которую читают только избиратели, придерживающиеся коммунистических взглядов, а газеты для протестантов читают только протестанты.

Что же происходит? Тот, кто читает газеты своей группы, слушает радио своей группы, только и делает, что убеждается в принадлежности к своей группе. Он утверждает в мысли о том, что взгляды его группы во всем обоснованы, представления справедливы и он чем дальше, тем больше укрепляется в своих представлениях. В то же время, в той же пропаганде он видит элементы критики других групп, осуждение их представлений, опровержение их взглядов. Все это никогда не увидит, не услышит и не прочтает член другой группы. Пусть коммунисты критикуют г-на Бидо, пускай приводят какие угодно внушительные доказательства разрушительного действия его политики, это не произведет никакого впечатления на центристов, потому что его сторонники не читают Юманите. Пусть Фигаро печатает статьи с доказательствами диктатуры в СССР, французские коммунисты никогда об этом не узнают. Таким образом, критика оппонентов, с которой им самим не суждено ознакомиться, распространяется только внутри группы. И антикоммунист будет с каждым разом все более убеждаться в своем мнении о злобности коммунистических идей, и наоборот. Они все меньше будут знать друг о друге. Так исчезает возможность обмениваться взглядами.

Такое действие пропаганды с обеих сторон, точнее в противоположенные стороны, удостоверяет превосходство одной группы и злонамеренность всех остальных, что и приводит к расслоению общества и возводит барьеры между его различными слоями. Такого рода расслоение происходит на разных уровнях, группы, о которых идет речь, формируются вокруг центра интересов, можно наблюдать существование группы, объединяющие людей одной профессии (профсоюзы), религиозные группы (конфессии), группы по политическим взглядам (партии) и по материальному достатку (классы), выше этого — национальные объединения, а еще выше, на самой вершине — национальные блоки. Разнообразие групп и уровней, где происходит расслоение, равно как и разнообразие их целей и задач, не отменяет всеобщий закон, согласно которому чем больше пропаганды, тем глубже расслоение, тем больше группировок. Причина — пропаганда, она исключает диалог между группами, тот, кто сидит напротив меня, больше не мой собеседник, он — мой противник. Постольку поскольку он не признает за собой этой роли, другой остается непознанным оппонентом, чьи слова больше не могут быть услышаны. Перед нашими глазами происходит образование в обществе ментально изолированных друг от друга ячеек, где каждый общается только сам с собой, бесчисленное множество раз сам себя убеждает в своей правоте и в ошибочности Другого. Мы обречены жить в мире, где никто никого не слышит, все говорят и никто никого не слушает. И чем больше мы говорим, тем больше отдаляемся друг от друга, потому что мы все чаще себя оправдываем и чаще обвиняем других.

Не стоит, однако, думать, что расслоение общества противоречит возникновению общественного мнения, о которых мы говорили ранее. Пропаганда, пронизывающая наше общество, действительно способствует расслоению и создает внутри общества не связанные между собой ячейки, но она же и формирует общественное мнение, оставаясь внутри группы. Прежде всего, она сохраняет эффективность в отношении массы колеблющихся, тех, кто пока не примкнул ни к одной группе. Она также способна воздействовать на тех, кто входит в состав иной по убеждениям группы: например, коммунистическая пропаганда слабо влияет на активистов из социалистического лагеря (близкая по убеждениям группа), но может оказывать большое влияние на протестантов. Американская пропаганда не подействует на индивида, если он француз по

национальности, но может подействовать на того же индивида, если рассматривать его как представителя капиталистического лагеря или сторонника либеральных взглядов.

Эта особенность становится важной, когда группы относятся к разным уровням. Например, национальная пропаганда приводит к тому, что с одной стороны группа изолируется, закрывается для других, а с другой — внутри этой группы продолжают процессы, ведущие к образованию внутренних изолированных групп со своими присущими им характеристиками, но пропаганда влияет на всех, если необходимо привлечь всех по общим национальным проблемам. Здесь мы имеем дело с процессами, очень похожими на те, что происходили в Средние века в эпоху распространения христианства: пропаганда работала, сфера ее влияния расширялась, но она никоим образом не затрагивала структуры Сеньории, например, также как и уставы монашеских Орденов. Национальная пропаганда, таким образом, отлично работает внутри нации, формируя общественное мнение, но пропаганда какой-либо партии или религиозных взглядов эффективны в другом плане, каждая, таким образом, способна одновременно и добиваться успеха в трансформации общественного мнения, и воздвигать барьеры, чтобы закрыть эту группу от других в социальном плане. Но если есть группа высшего порядка, то она производит тот же эффект по отношению к подчиненным группам. Вот почему в обоих современных блоках, Восток и Запад, над которыми нет группы высшего порядка, пропаганда может действовать только в одном направлении: способствовать их изоляции друг от друга, и это становится все заметнее.

Правильно организованная пропаганда умеет использовать оба приема. Этим объясняется, например, успех пропаганды в СССР: с одной стороны в газетах, выходящих огромными тиражами, и по радио постоянно транслировали хвалебные оды и одобрение режима, иногда и критические замечания, правда без реальных оснований, предназначенные для широкой публики. А в специальных журналах, например, медицинских или посвященных городским проблемам, мы находим серьезную критику по насущным проблемам, вполне обоснованную и глубокую. Если у кого-то возникает желание узнать о реальном положении дел в СССР, о реальных недостатках режима, пусть заглянет в эти журналы, там есть вся информация об этом, четкая и беспристрастная. Как же можно вынести такой дуализм? Это объясняется изоляцией групп. Надо убедить население в величии режима, в превосходстве СССР, нужно, чтобы все это слушали и верили, даже вопреки своему собственному опыту, либо для того, чтобы вызвать раздвоение личности у индивидуума, как об этом пишет Робин32, либо для того, чтобы убедить его в том, что его опыт — фрагментарен, не играет роли, неинтересен для других и вообще не имеет отношения к глобальной и организованной реальности. Если у кого-то есть неудачный опыт, это просто случайность и не стоит обращать на это внимания. Такого рода пропаганда может быть только позитивной.

Напротив, обращаясь к работникам технических специальностей в профессиональных научных журналах пропаганда обрушивалась с яростной критикой на недостатки отрасли, демонстрируя бдительность партии, осведомленность во всех областях и контроль из центра, стремясь добиться превосходства коммунистического строя. Мишенью пропаганды были технари, замкнутые в своих группах. Пропаганда утверждала, что режим хорош, все отрасли функционируют нормально кроме ... того подразделения, о котором идет речь: медицины (пропаганда для врачей) и т.п. Как же можно было вынести такое раздвоение? Конечно, исключительно полагаясь на замкнутость общества и изоляцию групп, в которых

пропаганда хорошо поработала. Потому что знала, что медики не читают научных журналов для технарей, а широкая публика вообще не читает никаких научных журналов, знала, что украинцы не читают газет, предназначенных для грузин, а следовательно можно публиковать противоречивые утверждения либо в одних, либо в других СМИ, в зависимости от того, для кого они предназначены, и от того, что необходимо донести до этой публики.

Из этого следует, что такая обработка еще больше усиливала изоляцию членов одной группы от другой, так как они разговаривали на разных языках. Не осталось возможностей для общения: факты, сообщаемые одним, не были полезны для других, разными были суждения и основания для суждений, разными были взгляды, противоположенными — ориентации, больше не осталось общих тем для разговора. Даже внутри одной общности пропаганда воздвигала барьеры, причем на основе научного подхода (а не случайно, как было описано в начале), возводила физические преграды между группами, и все это — под единым покровом вымысла и словесных фантазий для всего общества.

Последствия пропаганды для политических партий

Что может произойти, если какая-то партия, прекратив на какое-то время свою основную деятельность, начнет вести систематическую пропаганду, и вместо того, чтобы побороться за несколько голосов к ближайшим выборам, решит мобилизовать на постоянной основе общественное мнение? По правде говоря, в демократических странах (Европы) практически нет партий, которые бы пошли на такой шаг, но мы можем констатировать появление партий, которые пришли на смену прежним партиям или отпочковались от них, проявляющие заинтересованность в подобных мероприятиях, хотя у прежних партий таких намерений не наблюдалось. Сейчас, если быть точным, в партийной системе США подобная тенденция имеет место, партийная пропаганда ведется систематически вот уже лет десять, но пока еще слишком рано говорить о том, какие трансформации в самих партиях вызывает этот процесс.

Поэтому мы сосредоточим свое внимание на партиях, которые ведут пропаганду, в сравнении с теми, кто ее не ведет, подразумевая, что их структура отчасти зависит от необходимости пропаганды. Мы добавим результаты наших наблюдений к исследованию, сделанному Морисом Дюверже, которые он изложил в своей книге «Политические партии»³³. Я использую некоторые из его выводов в продолжении моего анализа.

Если партия использует пропаганду в своей работе, она обязана иметь прочную и организованную структуру. Она должна представлять собой коллектив, где каждый имеет определенные обязанности, первичные организации должны неукоснительно подчиняться вышестоящим. Чтобы постоянно будоражить общественное мнение, необходимо иметь на местах секции или ячейки, которые могут с этим справиться. Система комитетов (слабая организация) могут заниматься эпизодическими акциями или проводить разовые мероприятия.

Надо помнить, что пропаганда требует вертикальных связей между партийными структурами. Это поможет не только сохранить согласованность пропаганды на всех этапах, но и увеличить скорость ее распространения. Мы уже видели, как оперативность мероприятий, ритм и быстрота реагирования обеспечивают пропаганде успех. С другой стороны, принимая во внимание изоляцию групп в зависимости от места и от среды, о которой мы говорили в предыдущей главе, горизонтальные связи в партии были бы вредны. Простые члены партии не смогли бы понять, почему в одном месте ведется одна пропаганда, а в другом — другая. Разная пропаганда должна проводиться разными партиями, где единственно полезная связь — вертикальная.

Но если кто и ощущает необходимость пропаганды больше всех, так это — руководство. Правда, эта необходимость может привести к расколу между партией и ее избирателями или симпатизирующими. Типичное расхождение между субъектом и объектом. Пропаганда превращает агента в субъект. Он принимает решения, он использует системы, которые должны принести некий результат: но людей, которые станут избирателями или симпатизирующими, он принимает за объект. Ими манипулируют, их обрабатывают, проверяют их политическую устойчивость, воздействуют на их психику. Никто из этих людей никому не интересен как личность. Все знают, что пропагандистское влияние тогда достигает успеха, когда оно анонимно и нейтрально. Люди в такой ситуации — не более, чем инструмент для достижения цели. Так обычно и делается пропаганда, и в этом в какой-то степени кроется причина глубокой ненависти, которая исходит от партийного руководства, применяющего пропаганду в политической деятельности, по отношению к тем, кто находится вне ее, а иногда (а в некоторых случаях в особенности) и по отношению к симпатизирующим.

Пропаганда, как мы видим, углубляет расслоение в партии, но при этом она же способствует персонификации власти внутри партийного аппарата. Мы уже говорили о том, что этот процесс пропаганда делает чуть ли не фатальным на национальном уровне, но и в отдельных группах наблюдается эта тенденция, и даже с большей интенсивностью. В обществе есть такая тенденция — олицетворять власть и восхищаться лидером, и пропаганда не может не воспользоваться этой особенностью масс. Отрицать эту склонность значит не применять то, что полезно и эффективно работает. Везде мы можем наблюдать, как тщательно пропаганда разрабатывает образ вождя, представляя его вездесущим и могущественным, стараясь при этом подчеркнуть, что сам народ увидел его таким, люди это предчувствовали. Если партия не использует воплощение власти в лице лидера, она многое теряет. Мы видели, как это работает во время американских выборов в 1952 г., когда президентом стал Эйзенхауэр.

Чаще всего, кстати, власть тесно связана с организацией пропаганды самой себя. М.Дюверже говорит о применении в некоторых партиях «Второй власти», скрытой, подпольной, если хотите, но определяющей во многом направление партии. Эта вторая власть представляет собой специально организованную команду в редакции какой-нибудь газеты, обеспечивающей влияние этой партии. Нам следует обобщить этот факт. В современных партиях создается корпус пропагандистов, что и представляет собой вторую власть. Они делают для партии то же, что и государственная пропаганда. Такой инструмент во власти становится главенствующим, даже если нет откровенного повода или конфликта,

который бы этому способствовал, просто пропаганда — это связующий механизм для всех подразделений партии с одной стороны, а с другой — оправдание для существования всей партии.

Вот в этом, собственно, и заключаются основные последствия, возникающие вследствие того, что современные партии прибегают к пропаганде в своей работе. Главным фактором пропагандистской деятельности в работе национальных партий становится высокая стоимость этих услуг³⁴. Она увеличилась по причине расширения сфер применения, а также потому, что подорожали применяемые инструменты. Все партии так или иначе используют старые проверенные методы традиционной пропаганды (листовки, афиши, газеты), но иногда обращаются к правительству для вовлечения более дорогостоящих инструментов (радио, например). Во Франции происходит именно так.

Ситуация складывается непростая, так как всегда есть опасность, что нарушится равновесие. Стоит одной из партий включиться в большую пропагандистскую кампанию, как возникает дисбаланс в партийных взаимоотношениях.

Возьмем для примера гипотетический случай, когда только одна из партий вступает в игру, а другие не пытаются подключить необходимый для этого большой пропагандистский аппарат вследствие нехватки людей, денег и соответствующих организационных структур. Тогда наблюдается взлет популярности этой партии: так было в Германии в 1932 г. с гитлеровской партией, так было в 1945 г. с коммунистическими партиями в Италии и во Франции. Это — явная угроза демократии: есть риск, что оказавшаяся более сильной партия войдет в правительство. В таком случае она получит еще более преимуществ перед другими, так как станет богаче и получит в свое распоряжение надежные рычаги для последующей пропаганды. Она будет продолжать искоренять демократические начинания, даже не обладая диктаторскими амбициями: так как другие партии просто не смогут с ней конкурировать и перетянуть на свою сторону примерно 75% колеблющихся, не будут также допущены к использованию инструментов большой пропаганды. Описанная схема может, разумеется, измениться по причине воздействия внешних факторов: так в коммунистических партиях Франции и Италии начиная с 1948 г. прекратился прирост сторонников, что, кстати, совпало с завершением активной пропаганды по причине ошибочной деятельности внутри партий, в итоге нарушивших эту схему.

Рассмотрим второй гипотетический случай, когда другим партиям удастся создать препятствия пропаганде. Это может произойти, если им удастся объединить усилия, но это — непросто, так как разногласия между партиями как правило сильнее, чем необходимость вести совместную пропаганду (мы наблюдали это во Франции между 1949 и 1958 гг.). Может случиться и так, что правительство предоставит средства и организационную структуру в распоряжение той партии, которая будет в состоянии остановить пропаганду лидирующей. Так в Бельгии удалось организовать контрпропаганду.

Разберем третий случай: возможно существование другой партии (или партийного блока), обладающей более или менее такими же средствами, которая начнет пропагандистскую кампанию, не дожидаясь своего поражения. Так было в Соединенных Штатах. Так могло бы быть и во Франции, если бы можно было бы обеспечить надежное объединение правых сил.

При таком решении проблемы вследствие финансовых трудностей демократия будет сведена до двух партий, так как трудно себе представить, что множество мелких партий соберут достаточно средств, чтобы вести пропаганду. Такое положение дел приведет к двухпартийной системе, но не по идейным соображениям, а по техническим ограничениям со стороны организации пропаганды. Но последствия будут иными: в будущем возникновение новых партий не представляется возможным и не потому, что вторичные партии будут исключены из политического процесса, а потому, что невозможно создать новое политическое движение, имеющее хоть какой-то шанс быть услышанным в современном обществе; в общий хор мощных голосов уже существующих идеологий трудно втиснуть хоть какую-нибудь по-новому звучащую тенденцию. Кроме того, такому движению с самого начала потребовалась бы мощная финансовая поддержка: новая партия с рождения должна быть вооружена как древнегреческий герой! В реальности, если кому-то придет в голову создать подобную организацию, следует задолго до начала легальной политической деятельности начать сбор средств, приобретать инструменты для пропаганды, готовить сторонников, чтобы противостоять давлению со стороны «держателей средств». И это — не единственное условие организации нового партийного объединения, что со временем становится все менее возможным, есть еще непреодолимые трудности с формулированием новых политических идей, доктрин, учений. Ведь, появившись, они должны были бы распространяться в обществе с использованием средств информации, а они находятся в руках уже существующих партий и блоков. Поэтому ни одно революционное учение, ни одна хоть сколько-нибудь новая доктрина не смогут заявить о себе, значит, не смогут существовать. По крайней мере до тех пор, пока не появится нечто более мощное и правильное, чем демократия.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что в лучшем случае пропаганда приводит к возникновению двухпартийной системы, что практически неизбежно. И не только по причине того, что многопартийный механизм не может обеспечить каждой партии достаточно средств, чтобы вести изнуряющую пропагандистскую кампанию, но и потому, что пропаганда влечет за собой схематизацию общественного сознания. Благодаря ее влиянию становится все меньше различимых деталей и конкретизирующих уточнений между разными политическими доктринами. А вот представления в пользу одной или другой доктрины, напротив, становятся более четкими и ясно различимыми: есть только белое и черное, либо да, либо нет. Такая ситуация с общественным мнением однозначно приводит к двухпартийной системе и вытесняет многопартийность.

Следует, однако, с осторожностью различать последствия пропаганды у партии, которую М.Дюверже считал партией, опирающейся на большинство, от пропаганды других партий, которые им не обладают. Первая составляет (или по крайней мере должна составлять) большинство в Парламенте, она же как правило представляет продукт деятельности пропаганды. Но у других партий отсутствуют аргументы для пропаганды, использованные партией большинства. Отсюда — необходимость прибегать к демагогии, что в действительности означает пропаганду поддельную, абсолютно искусственную. Мы уже говорили о сложных отношениях между пропагандой и реальным положением вещей.

Вот так и происходит возникновение двух пропаганд, абсолютно противоречивых одна другой. С одной стороны — мощная пропаганда, обладающая средствами и арсеналом

технических возможностей, но ограниченная в выражениях и темах для агитации: пропаганда такого рода строго вписана в рамки идеологии части общества, опирающейся на большинство, среди них — конформисты и государственники. С другой стороны — слабая пропаганда, не обладающая нужными финансами и техническими возможностями, зато экспрессивная и свободная в выборе выражений и доказательств, эта пропаганда агитирует против установленных порядков, против государства, против групповых установок.

Но, впрочем, не стоит заблуждаться на этот счет, партия, опирающаяся на большинство, ориентирует свою пропаганду на исполнение чаяний и устремлений того самого большинства, она использует его ожидания для наполнения своей пропаганды, ожидания, кстати, и создаваемые той самой пропагандой в этом обществе в течение долгого времени.

Стоит также упомянуть в двух словах о финансовых проблемах, требующих разрешения в ситуации двух пропаганд: трудно себе представить, чтобы одна партия могла бы себе позволить содержать аппарат, обеспечивающий функционирование современных средств пропаганды, слишком уж это дорого в наши дни. Тогда партии вынуждены прибегать к помощи капиталистов, впадая таким образом в зависимость от олигархов, либо просить ее у правительства (своего или иностранного). Во втором случае дело выглядит так, как мы уже предполагали выше, говоря о том, что государство содержит средства информации, прежде всего, но и другие механизмы для пропаганды. По своему усмотрению оно их одалживает тем, кому они необходимы, что выглядит очень по-демократически, так как это помогает выживать и вторичным партиям. Однако, в таком случае ситуация может выйти из-под контроля, и чтобы этого не произошло, государство неизбежно прибегает к цензуре всего того, о чем пишут и говорят СМИ. Цензура становится все более жесткой по мере того, как государство само начинает использовать пропаганду.

Такое положение дел заставляет нас исследовать следующую гипотезу: любое государство рано или поздно перестает делать вид, что занимает нейтральную позицию на идеологической ниве и вырабатывает для себя какую-нибудь доктрину или идеологию. В этот момент пропаганда государственной идеологии становится обязательной для любой партии. Пока еще речь идет именно о пропаганде. В последние десятилетия мы не раз наблюдали, как в любое «Государство-Религия» опирается на пропаганду, чтобы обеспечить себе лояльность массовой публики, так как иначе оно не может. Так было и в начале пути нацистского государства, такие же условия на первых порах сложились в так называемых народных демократиях, где возникла жесткая конкуренция между партией власти и другими партиями, которые не разделяли государственную идеологию. Но в такой ситуации победителем однозначно будет государство. Оно постепенно закрывает для оппозиционных партий возможность использовать Масс Медиа и обрабатывает общественное мнение до тех пор, пока формальный роспуск этих партий уже не угрожает недовольством со стороны населения. Но ведь и государство не может работать с населением иначе, чем с помощью партии. В этом также прослеживается эффект от использования пропаганды. Можно, конечно, при желании представить себе государство, полностью избавившееся от партий, заменившее их собой: это — классический путь, по которому идет диктатуры. Но теперь так уже не делается³⁵.

Нужно всегда иметь в виду, что общественное мнение чутко реагирует на политические проблемы. Механизм государственной пропаганды не может ограничиваться административным руководством, он может быть эффективным только, если государство использует партию для диалога с народом. Невозможно придумать в современном государстве иную связь между властью и мнением общества, кроме как посредством политической партии. Фундаментальная роль партии заключается в том, чтобы взять на себя пропагандистские функции, выполняя государственный заказ. В определенном смысле, кстати, в этом случае мы имеем дело с партией в изначальном смысле этого слова, так как в конечном итоге любая партия представляет собой пропагандистскую машину, но здесь эта функция основательно замаскирована, по сравнению с другими — здесь нет места дискуссиям и поискам правды: в этом случае партия больше не обладает идеологической составляющей, не выполняет политическую задачу, не обязана выражать интересы какой-то группы и т.д. и т.п. У нее теперь одна задача: обработка и шлифовка общественного мнения, в направлении указанном государством. В том случае, если пропаганда от имени государства ослабевает, тут же падает престиж партии в обществе, снижается ее роль. Так было с нацистской партией в Германии в 1938 г.³⁶, а в СССР — после чисток 1936 года. Но как только пропаганда вновь становится интенсивной, тут же и партия опять выходит в обществе на первый план.

Становится понятно, насколько сильно пропаганда влияет на жизнедеятельность партий, она им предлагает специфический образ действий, навязывает определенные правила, вовлекает в конкретную деятельность и решает, жить ли им дальше или прекратить существование. И так будет продолжаться до тех пор, пока здравствуют режимы, где партия и пропаганда идут рука об руку.

Но вывод на чистую воду последствия для партии в случае использования ею пропаганды, мы ни в коем случае не утверждаем, что она — единственная причина эволюции партий, в реальности, для этого есть много других причин, которые в свою очередь либо являются следствием пропаганды, либо хорошо с ней сочетаются.

Последствия в сфере трудовых отношений

Перед нашими глазами предстают ключевые проблемы современного общества, а точнее — общества трудовых отношений, возникших в результате технического прогресса, используемых поначалу в рамках капиталистического строя, а теперь — и в рамках социалистического. Социализм предполагал, что эти отношения сложились при капитализме в результате жесткой эксплуатации рабочих крупным капиталом. С одной стороны, это объясняет нищету, в которой живут рабочие, а с другой — дают основания для классовой борьбы и дает представление о некоторых других явлениях общественной жизни. Может, это так и есть, но это не основная причина. Рабочие отношения сложились в результате взаимодействия человека с машиной, в результате развития техники в широком смысле этого слова³⁷. То есть это также и рост городов, уплотнение населения в результате

урбанизации, оптимизация рабочего времени, изменение концепции труда, рационализация трудовой деятельности и многое другое, что определяет условия существования современного общества в гораздо большей степени, чем частная собственность на средства производства: эта последняя согласно марксистской теории приводит к зарождению пролетариата, и это — всего лишь часть проблемы.

Когда социализм юридически осуществил переход производства в руки рабочего класса, стало ясно, что пролетариат перестал, если можно так сказать, быть пролетариатом, но как и прежде остался в плену старых трудностей и ограничений.

Проблема бедности, так или иначе, решаема, и ничто не говорит о том, что при социализме она решается лучше, чем при капитализме. Американский рабочий (кроме тех, кто занят в сельском хозяйстве) редко живет в нужде. Хотя и здесь нельзя сказать, что проблема условий жизни и труда решена полностью.

Если рассмотреть ситуацию условий жизни и труда рабочего при социализме, мы увидим, что как и везде человек — раб машин, что являясь членом сообщества и будучи поглощен серой безликой массой он не имеет личной жизни, что он сталкивается с трудностями механического труда, его день подчинен рабочему расписанию, что работа его тяготит, среда, в которой он живет, не назовешь культурной, повсюду невежество, скука, оторванность от природы, искусственная среда и т.д. — все это многократно подтверждено исследователями, изучавшими условия жизни рабочих. Можем добавить, что проблема распределения доходов также пока еще далека от разрешения. Рабочий никогда не получает полностью то, что заработал. Единственная разница в том, что прибыль достается государству, а не попадает в частные руки.

Можно констатировать также, что законодательство в социальной сфере в странах социализма разработано куда лучше, особенно в вопросах, касающихся безопасности труда, материальной помощи семьям с детьми, отпуска, денежных пособий по разным основаниям. Зато в таких областях, как профсоюзная деятельность, рабочая дисциплина, право на забастовку, произошел откат. Надо также отметить факт, что рабочий не имеет возможности активно участвовать в жизни своего предприятия. В соцстранах есть коллегиальный орган на заводе и фабрике, но он имеет право высказываться только в отношении второстепенных вопросов, а по ключевым вопросам развития предприятия он не имеет права голоса, все решает Госплан. В таких условиях коллективная собственность на средства производства не более, чем фикция. Рабочим на самом деле ничего не принадлежит, они с машинами находятся на том же уровне взаимоотношений, что и рабочие при капитализме. Собственник предприятия, будь то государство или все общество целиком (но представлено тем же самым организмом — а как иначе?) не имеют ничего общего с рабочими, которые заняты в производстве. Само понятие коллективной собственности в экономическом плане восходит к старинной идее о суверенитете народа в политическом плане. Но мы то знаем, сколько зла это заблуждение, это отвлеченное понятие причинило демократии и политической власти народа. Мы не станем углубляться в развитие этой мысли, но позволим себе утверждать, что условия жизни и труда рабочих при социализме не сильно изменилось, хотя нельзя не признать, что положение рабочего класса изменилось кардинально.

Не считая редких исключений, в коммунистических странах рабочий класс является опорой режима. Он уже не противоборствующий класс, он в самом деле представляет надежную опору действующей власти, а конкретные трудности его положения не являются поводом для протеста. Рабочие трудятся на производстве с душой, полностью отдаются делу, они больше не стремятся к саботажу или забастовке. Таков обычный порядок вещей, несмотря на отдельные проблески антикоммунизма.

Видимо, что-то все-таки изменилось в отношении рабочих к труду, так как они демонстрируют увлеченность делом и работают не по принуждению. А изменился прежде всего социальный климат. Рабочий перестал быть персоной, стоящей вне общества.

В то время как в капиталистическом обществе это чувство Рабочий испытывает постоянно. Он — пария, изгой, чужеродное тело. У общества есть некая структура, члены общества подчиняются определенным правилам, но рабочий человек в этом не участвует. Проблема частной собственности в этом имеет чисто символическое значение. Человека делает пролетарием чувство оторванности от общества. А вот при социализме трудящиеся находятся в центре мироздания. Они в чести и почете, рабочий класс — основа общества, об этом слышно повсюду, этот тезис власть демонстрирует разными способами, как политически, так и экономически или по культурным каналам. Такая атмосфера изменила реакции рабочего человека. Он уверен теперь в своей значимости, уверен также и в том, что общество против него ничего не замышляет, напротив, оно поддерживает все его начинания, более того, оно — его творение, в этом обществе он обязательно найдет свое место в соответствии со значением своего вклада в общее дело. Он живет в позитивной уверенности своей значимости в этом мире, это придает ему силы и позволяет благополучно забыть о материальных трудностях, которые он испытывает в быту. Он иначе смотрит на эти неприятности, потому что человек социалистического общества живет надеждой.

Надежда внушает ему, что мир, который будет построен его руками, станет справедливым, а точнее он будет таким, где рабочий человек окончательно займет главное место. Подобные представления приводят к убеждению, что его каждодневный труд имеет цель: он служит делу построения социалистического общества. В то время как при капиталистическом строе труд — всего лишь источник зарплаты, которой все равно не хватает, а пользу приносит только капиталисту. Поэтому труд при капитализме приводит трудящегося к чувству фрустрации, а при социализме — вызывает чувство удовлетворения.

То, о чем сказано выше, не представляют собой фактическое изменение положения рабочего человека, реальное улучшение условий его жизни и труда, но только иное видение, другой угол зрения на жизнь со всеми ее проблемами, другие убеждения, надежды. По сути — это единственное новшество, которое появилось благодаря социалистическому учению³⁸.

Но приходится признать эффективность такого рода трансформации сознания, действительно, трудящиеся работают лучше, отдаются труду всем сердцем, с готовностью подчиняются строгой дисциплине — и все это по убеждению, а не по принуждению.

Стоит вспомнить слова Милтона Фридмана³⁹ по поводу влияния психологического фактора на производительность труда. Он утверждал, что только в условиях социализма психология человека может быть учтена при организации труда, и поэтому только там, где трудящиеся лишены комплексов и раскрепощены, они могут позволить себе всей душой отдаться своей работе.

Однако, как бы там ни было, ничто не доказывает, что это решение — единственное. Сам по себе факт существования и деятельность *publics relations* показывает, что учет психологических особенностей может кардинально изменить не только общую атмосферу на рабочем месте, но и внутренние убеждения каждого рабочего, сделать так, чтобы каждый почувствовал свою причастность к общему делу своего предприятия. Пока еще это явление не затронуло все сферы производственных отношений, но, по всей видимости, мы вскоре станем свидетелями глубоких изменений в рабочем классе в связи с деятельностью *publics relations*.

Длинное отступление, которое мы себе позволили, привело нас к утверждению, что решить проблему рабочего класса можно с одной стороны — улучшив фактическое его положение, с другой — приняв во внимание психологическую составляющую. Но, честно говоря, пока ни одно учение, ни социальное, ни политическое, ни экономическое не предлагает удовлетворительного решения. Условия труда и жизни трудящихся таковыми и остаются. Можно, конечно, сделать рабочего человека счастливым, обеспечив его безопасность, принять паллиативные меры, хорошо известные и иногда применяемые на практике, и, тем самым, смягчив последствия этих условий, но, строго говоря, сами условия при этом останутся прежними. Остается признать, и в какой-то степени при этом ввести в заблуждение рабочий класс, что по некоторым проблемам пока не найдено решения.

А вот с точки зрения психологии решение, похоже, уже есть. Трансформацию сознания рабочего человека, добиться которой удалось социалистам, можно, оказывается, получить и другими средствами, предложив иные способы вовлечения в трудовую деятельность, сформировав иные убеждения, создав иные надежды⁴⁰. Как только удалось понять, что, к сожалению, социалистический строй изменил не структуру трудовой деятельности, а лишь подправил психологическое отношение к ней, стало ясно, что это — дело пропаганды. раньше буржуазия угнетала рабочий класс и водила его за нос, а теперь это делают коммунисты, но на свой манер. Другая сторона вопроса: как только коммунисты увидели, каких успехов добивается буржуазия, используя пропаганду в политической сфере, они решили использовать ее у себя в отношении социальных проблем и в плане трудовых отношений. Таким образом, рабочий вопрос был снят с повестки дня, а на те трудности, которые не удалось разрешить, решено не обращать внимания. Речь идет, как и в любой другой пропаганде, ввести человеку допинг в виде психологической обработки, чтобы он смог перенести такие условия, какие в обычном состоянии показались бы ему невыносимыми, или искусственно внушить ему обоснования, согласно которым он продолжал бы делать свою работу и делал бы ее хорошо. Нет сомнений, что только пропаганда способна выполнить такую задачу, и если она справится с этим, то рабочий будет интегрирован в общество, точнее, почувствует себя таковым, и с радостью будет исполнять свою тяжелую работу. Неважно, каким способом, но только пропаганда сможет «разрешить» проблемы рабочего класса, по крайней мере, пока они будут оставаться

важным политическим фактором в структуре современного общества.

Только те, кто не знаком с возможностями современной пропаганды, могут сомневаться в целесообразности подобного решения, и в его справедливости. Разумеется, чтобы пропаганда, направленная на интеграцию рабочего класса удалась, следует соблюдать определенные условия: прежде всего нужно, чтобы материальные условия жизни трудящихся стали лучше. Мы всегда указывали на то, что существует неразрывная связь между пропагандистскими посулами и реальными реформами на местах. Но этого далеко не достаточно. Может произойти обратное: улучшение условий жизни и труда станут трамплином для усиления революционной агитации, как история нам не раз демонстрировала. Необходимы также повышение культуры и развитие системы технического образования: чем ближе простой рабочий к уровню технического сотрудника, тем в большей степени ему свойственен конформизм как мировоззрение, и в то же время, на фоне повышения культурного уровня он легче поддается пропаганде благодаря механизмам, о которых мы раньше уже рассказывали.

В отношении психологических методов воздействия следует соблюдать некое единообразие в подходах. Дело в том, что рабочий находится под влиянием разных организаций (рабочая партия, профсоюз), где он подвергается жесткой пропаганде, которая настраивает его против интеграции, происходит изолирование и как следствие — расслоение общества, о котором мы писали выше. Стоит отметить интересный факт, что в социалистической системе профсоюзы, используя ту же пропаганду, напротив, являются фактором сплочения общества. Синдикаты в США, защищая права своих членов, прекрасно вписываются в систему американского общества и никогда и ни в чем не подвергают сомнению American Way of Life. Следовательно, роль синдикатов в интеграции американских рабочих в общество, очень важна. Можно предположить, впрочем, что организованная в направлении интеграции пропаганда меняет и характер деятельности профсоюзов.

Также как и политические партии, профсоюзы давно уже согласились с тем, что пропаганда необходима. Можно утверждать, что большинство уже изученных эффектов, связанных с использованием пропаганды политическими партиями, в равной степени свойственны и профсоюзам. Нет необходимости возвращаться к этому вновь. Но есть и исключительные особенности, связанные с тем, что по природе своей профсоюзы — это орган защиты, орган борьбы, и потому в той или иной степени, но все-таки определенно являются по отношению ко всему остальному обществу чужеродный элемент. Будь то капиталистическое общество или любое другое, у профсоюза есть, за что бороться, так как в этом — смысл и оправдание существования профсоюза.

Как только профсоюзы осознали, что без пропаганды не обойтись, им стало очевидно, что им также нужны СМИ. приобретать инструменты для пропаганды, либо прибегать к финансовой помощи из разных источников, иногда сомнительных или рискованных.⁴¹

Но если профсоюз ведет пропаганду, которая имеет успех, ему, в конце концов, удастся завоевать общественное мнение. Он использует это мнение на благо трудящихся, заостряя внимание на проблемах социального неравенства, направляя его в ту или другую сторону. Хотим мы этого или нет, но в этом суть пропаганды. Последствия пропаганды в результате

обработки общественного мнения таким образом проявляется двояко: с одной стороны неуклонно растет число сторонников профсоюза, что неудивительно, но потом именно из-за эффекта массовости мы наблюдаем следующее: чем больше разрастается профсоюз из-за притока новых членов, тем меньше он проявляет активности, смягчаются его революционные настроения, а его лидеры теряют боевой дух. Вроде как массовость должна добавить солидности его требованиям, но на самом деле они уже не так категоричны и гораздо менее радикальны. Огромная численность профсоюза делает его политику менее конфликтной, он обзаводится бюрократическим аппаратом, рабочие выступления происходят все реже и реже, центральные органы отдаляются от ячеек на местах, возникает расслоение и обособление элит от простых членов. Вот, что происходит обычно, когда пропаганда начинает будоражить общественное мнение в среде трудящихся.

С другой стороны последствия возникают и у власти, когда до нее, в конце концов, доносится возбуждение, произведенное пропагандой снизу. Возникает желание отрегулировать законами существование рабочего движения. Когда власти удается легализовать деятельность профсоюзов, она замечает, что между ними возникают некие отношения, и эти отношения отнюдь не конфликтного характера. Легальный статус приносит изменения и в деятельность профсоюзов, они понимают, что нужно перевести социальную борьбу в законную плоскость и знают, как это сделать: надо заключить с государством юридический договор. Жаль, что уже никак не согласуется с первоначальными целями.

Можно считать новое положение профсоюза в структуре общества следствием пропаганды: отныне он имеет «крышу над головой», считает себя важной составной частью социума, имеет влияние на социальные процессы. Это ли не доказывает полную интеграцию профсоюза в общество? Он уже больше не оппозиция, не чужеродный элемент: точнее, оппозиционное положение искусственно поддерживается, на самом деле это — фикция, видимость. К чему бы он отныне не относился, к капиталистическому обществу, как в США, или к социалистическому строю, как в СССР, результат тот же. Профсоюз добивается опоры на общественное мнение, приспосабливаясь в нему, ориентируясь на запросы той части общества, где он хочет найти сторонников, где соберется аудитория, готовая его выслушать, а лучше — поддержать. Такая политика благодаря использованию пропаганды приводит к конформизму, причины и последствия которого мы описали выше.

Отношения пропаганды и религии

Имеет смысл упомянуть последствия первого порядка, возникшие в результате влияния пропаганды, распространившиеся во все сферы современной жизни. Нет необходимости доказывать, что верующие, как и другие члены общества, подвержены влиянию пропаганды, а главное, что их реакции в ответ на производимое ею влияние примерно такие же, как и у всех. То есть рано или поздно у них возникает противоречие между христианскими заповедями и соблюдением их в реальной жизни. Христианская вера остается, как и прежде, источником духовной силы и внутренним делом каждого, а вот поведение определяется принадлежностью христианина к определенному слою общества, а также под влиянием пропаганды. Разумеется, всегда есть определенное расхождение

между «идеальным поведением» и «реальным поступком», но в наши дни это расхождение принимает глобальный и систематический вид, характерный для всех слоев общества. Безусловно, причина этого, а особенно в обобщении и систематизации, лежит в проникновении пропаганды в политическую и экономическую сферу, а если присовокупить к этому и рекламу, то также и в частную жизнь.

Христиане, находясь под воздействием пропаганды разного рода, совершенно не понимают, как в такой ситуации следует поступать, то ли прислушиваться к тому, что диктует им христианская мораль, то ли делать то, к чему подталкивает светская пропаганда. Они воздерживаются по разным причинам, а иногда и терзаясь сомнениями, от того, чтобы принять ту или иную сторону, следуя назойливому воздействию пропаганды с разных сторон. Они, как и все другие, принимают за реальность политическую и экономическую картину мира, какой его рисует та или иная пропаганда, не отдавая себе отчета, что это — выдумка, иллюзия, но им обязательно надо увидеть хоть где-то в этой искусственной панораме христианское начало. Их обвели вокруг пальца, как и всех других, но эта мистификация освобождает их от ответственности перед Богом.

Действуя в том же духе, пропаганда продолжает психологическую обработку сознания, и распространение христианских идей становится затруднительным. Психическая организация индивидуума, подверженная влиянию пропаганды, не способна воспринимать христианские ценности. В социальном плане это совершенно оправдано. В итоге пропаганда ставит христианскую религию перед выбором: либо она отказывается от пропаганды, но тогда человек мало-помалу, пусть нехотя, но тем не менее отворачивается от Церкви, толпа возбуждается под влиянием информации, исходящей от СМИ, а у людей, посещающих храм, создается впечатление, что они остаются за бортом истории, что жизнь бурным потоком проносится мимо них, а они, оставаясь на берегу, не в силах вмешаться, чтобы что-либо изменить; либо Церковь берет пропаганду на вооружение. Это решение, по сути, самое суровое из тех, что церковь когда-либо принимала. Так как человек, как только пропаганда начинает его обрабатывать, постепенно становится невосприимчив к духовному просвещению и все менее расположен следовать христианской морали.

На наших глазах происходит жуткая по своим последствиям трансформация религии, христианская вера, становясь благодаря мифам и идеалистическим воззрениям легкой добычей для пропаганды, постепенно становится одним из ее инструментов.

Следует уделить внимание тому, что происходит с верующими по мере того, как церковь склоняется к идее использовать пропаганду.

Сначала небольшая ремарка: мы не раз уже говорили о глобальном характере пропаганды. У христиан были попытки разделить материальные средства воздействия пропаганды от технологий ее воздействия на психику, то есть разрушить систему. Ну, например, использовать радио и телевидение, но отказаться от применения психологических рычагов воздействия, которые эти средства предполагают. Или же использовать их, но не способствовать формированию условных рефлексов, не создавая мифов и т.д. Или же использовать их, но не часто и с осторожностью... Единственно, что можно ответить на эти скромные притязания — не стоит даже пытаться, т.к. это будет неэффективно. Если

Церковь все-таки решалась использовать пропаганду и хочет, как и все другие, добиться успеха, то надо использовать систему во всей ее полноте, не следует пытаться отобрать только то, что подходит, так как отказ от одних в пользу других разрушит действенность, ради которой Церковь согласилась на пропаганду. Такова уж эта система, либо соглашаться использовать ее по полной, либо отказаться от нее целиком.

Если Церковь принимает это решение, то надо быть готовым к следующим важным последствиям. Прежде всего христианство, распространяемое таким образом, уже не христианство. Мы уже видели, во что превращается идеология благодаря пропаганде. На самом деле вот, что произойдет с религией, как только Церковь возьмет пропаганду на вооружение: христианская вера снизойдет до уровня обычной идеологии или станет простым светским учением⁴².

Весь исторический опыт это подтверждает. Каждый раз, когда Церковь соглашалась на использование пропаганды, характерной для того времени, наблюдались отход от веры, утрата истинных ценностей, потеря аутентичности. Так было в IV веке, в IX и в XVII веках и т.д. (Разумеется, мы не хотим этим сказать, что христиане исчезли).

В эти смутные времена человеческой истории христианская вера утрачивала силу влияния на умы и сердца людей, способность определять духовную жизнь, переставала быть ориентиром для институционализации шкалы ценностей во всех проявлениях жизни. Она становилась светской идеологией, подходила для всех без исключения членов общества, устремлялась в русло мистификации. Вот откуда многочисленные сладкие сказочки, одурманивающие впечатлительного невежду, но девальвирующие благородную христианскую мысль только ради того, чтобы понравиться широкой публике.

Подправленная и подкрашенная таким образом, скатившись до уровня идеологии, она стала простеньким инструментом в руках пропагандиста, очень удобным для использования. И сейчас мы можем сказать об этой особой идеологии то же, что и раньше уже говорили о любой другой. То, что получилось, действительно поможет Церкви привлечь на свою сторону толпы сподвижников, но это уже больше не христианство. Это некая доктрина, сохранившая от христианства некие принципы (но вряд ли надолго), пользующаяся пока еще ее вокабуляром.

Что касается прочих последствий, то они полностью зависят от самой Церкви. Когда она использует пропаганду для привлечения сторонников, она ничем не отличается от других структур в государстве, которые это делают. Она воздействует на массы, обрабатывает коллективное мнение, направляет общественную мысль в нужное русло и многих людей приобщает к мнимой христианской вере. Пока это еще возможно, даже в нашем ни во что не верующем мире. Но занимаясь этим, Церковь сама превращается в обман. Она приобретает влияние и вес, типичные для любой структуры нашего общества, и тем самым интегрируется в наше общество.

Церковь с точки зрения христианина должна постоянно подавлять суетные порядки и соблазны, царящие в миру, вдохновляясь божественным словом и идущим от Бога влиянием, но как только она взяла на вооружение пропагандистские приемы и, более того, преуспела

в этом, она окончательно превратилась в чисто светское мероприятие. В ней отсутствует духовная составляющая, так как она транслирует ложное христианское учение, основные аспекты ее жизнедеятельности протекают по правилам мирской жизни, Церковь подчиняется законам эффективности, чтобы приобрести влияние и вес в мире, и на самом деле у нее это получается: она имеет в нашем мире и влияние, и вес, но этот выбор привел к тому, что истина куда-то пропала.

С тех пор, как Церковь использует в своей деятельности пропагандистские средства и технологии, она все время старается найти этому приемлемое оправдание, обычно она это делает двумя способами: сначала она убеждает всех в том, что применяет эти столь эффективные средства убеждения исключительно во имя Иисуса Христа. Но стоит немного подумать, как становится понятно, что это — пустые слова. То, что используется во имя Иисуса Христа, это — то, чьи свойства, в том числе и эффективность, получены от Иисуса Христа. Как только в руках у нас оказываются средства, эффективность которых им присуща по природе своей, чье предназначение и характеристики содержатся в них самих, они по определению не могут быть ради Иисуса Христа, они существуют по собственным законам, и нет там никакого высшего предназначения и какого бы то ни было теологического смысла, как бы наивная аргументация не пыталась бы внушать обратное. В данном случае мы имеем дело даже не с разумными объяснениями с позиции этики, а с неуклюжей попыткой подsunуть благочестивую формулировочку без смысла и содержания.

Для того, чтобы найти выход из затруднительного положения, Церковь иногда говорит, что нет причин ей запрещать использовать такой удобный инструмент для распространения влияния или доказательств своего могущества, при условии, разумеется, что никто не собирается в него верить. Мы помним библейское предостережение о том, что верить можно только Господу Богу, иначе не избежать наказания. Но в таком случае возникает вопрос, если не доверять этим средствам, не верить в их способность принести пользу, зачем же тогда их использовать? Если Церковь согласна с их применением, значит, она верит в их эффективность и способность удовлетворить ее запросы. Отрицание очевидного — лицемерная попытка скрыть истинные намерения. Разумеется, в этих рассуждениях мы имеем виду настоящую пропаганду Церкви, а не те коротенькие статьи в прессе или получасовые передачи с трансляцией воскресной мессы по радио.

По итогам проведенного краткого анализа следует заключить следующее: пропаганда является самым действенным фактором в мире по искоренению христианства: посредством изменения психики человека, с помощью идеологического потока догм, рассчитанного на одурманивание сознания масс, разрушение христианской идеи и сведение веры до уровня идеологии, бесконечных соблазнов и искушений, предлагаемых церковью, - весь этот арсенал формирует мировоззрение, чуждое христианству. Это действие, возможное благодаря средствам пропаганды, разрушает христианскую веру гораздо эффективнее, чем все вместе взятые антихристианские доктрины.

Версия #1

Зверобой создал 20 января 2026 00:49:54

Зверобой обновил 20 января 2026 00:50:14