

Главное предостережение

Пропаганда (каким бы словом не называлось это явление на разных языках) представляет собой в современном мире весьма важный феномен². Политический режим привносит в это понятие мало отличий, скорее социальный уклад, но особенно его толкование на национальном уровне. В современном мире существуют три главных носителя пропагандистских идей с точки зрения их глубокого внедрения в общество и взаимосвязи с другими формами социальной жизни: СССР, Китай и США. Эти три представителя являют собой тем не менее три совершенно разных типа, три отличных друг от друга модели пропаганды.

В других странах мы находим похожие, в разной степени разработанные, но пока еще мало эффективные по сравнению с тремя вышеперечисленными странами модели пропаганды: в социалистических странах Европы и Азии, таких как Польша, Чехословакия, Венгрия, Югославия, Восточная Германия, Северный Вьетнам — они копируют пропагандистскую модель СССР, но, в силу недопонимания важности и нехватки ресурсов, не могут достичь такой же высокой степени воздействия. С другой стороны Западная Германия, Франция, Испания, Египет, Вьетнам и Корея также занимаются пропагандой, но не слишком усердно. В других странах, где раньше это явление имело место, в настоящий момент оно практически не используется.

Каким бы ни были различия между странами и способ употребления этого оружия, есть то, что их объединяет: забота об эффективности пропаганды³. Если уж заниматься пропагандой, то прежде всего по необходимости, т. е. с целью предоставить политикам надежное средство управления общественным мнением в расчете придать их решениям долгосрочный эффект⁴. Кто бы ни использовал этот инструмент, он всегда должен помнить об эффективности и ориентироваться на этот наиглавнейший фактор при анализе этого феномена. Неэффективную пропаганду нельзя назвать пропагандой. Этот инструмент принадлежит глобальному техногенному обществу, и, более того, является его характерной чертой и связан с ним неразрывно. Пропаганда это не просто технология, но еще, в чем позднее мы сможем убедиться, она является необходимым условием технического прогресса и конституциональным законом техногенной цивилизации. Пропаганда, как и любая технология, должна быть нацелена на результат. Но исследование эффективности технологии обычно тем легче происходит, чем точнее определено поле исследования, а изучение такого сложного феномена, как пропаганда, сталкивается с многими трудностями.

Можно, конечно, с самого начала убедить себя в том, что вокруг этого явления царит неразбериха, обусловленная в первую очередь моральными и политическими предрассудками. Пропаганда — это зло, гласит распространенное мнение, что, собственно, и создает трудности для исследования, ведь для того, чтобы изучить этот феномен со всех сторон, надо отказаться от идеи брать в расчет этические нормы. Возможно, конечно, что в конце пути нам придется задуматься и над этической составляющей, но только после того,

как будут исследованы все его причины, свойства и условия эффективности.

Второй аспект этой неразберихи заключается в убеждении, в основе которого лежит предшествующий опыт, и он убеждает нас в том, что пропаганда в основном представляет собой распространение “слухов”, основанных на лжи. Основываясь на подобном заблуждении, мы оказываемся в ловушке прошлых представлений об этом явлении, которые ничего общего не имеют с истинным положением дел в современном мире.

Как бы то ни было, даже если мы не станем обращать внимания на эти препятствия, нам будет очень непросто дать определение явлению пропаганды в сегодняшнем понимании слова и понять, кто этим занимается и зачем. Так как это — тайна за семью печатями. Мы вынуждены действовать двумя путями: либо признать вместе Дрианкур⁵, что “все является пропагандой”, так как в самом деле вся информация в политической или экономической сфере пропитана пропагандой или даже смоделирована ею, или вместе с некоторыми американскими учеными социологами вообще отказаться от этого термина, так как не просматривается возможность наполнить его конкретным содержанием. Но мы не можем себе позволить такую хитрость. Признать ту или иную точку зрения значит отказаться от детального изучения феномена, которое существует в реальной жизни и поэтому должно быть определено.

Таким образом, мы оказываемся в крайне затруднительном положении пока не найдем подходящего определения для данного явления.

Нам следует сразу же отказаться от упрощенных определений, предложенных Оглом⁷, типа “Пропагандой является любое действие, направленное на изменение мнения или на формирование определенной точки зрения”, “Пропагандистом является тот, кто сообщает свои мысли с целью воздействовать на слушателя”. Под это определение попадет и священник, и преподаватель, как, впрочем, любой человек, общающийся с другим человеком на неважно какую тему. Такие определения, вроде бы понятные на первый взгляд, ничего толком не объясняют в таком специфическом и сложном явлении, как пропаганда.

В Соединенных Штатах стоит отметить весьма характерную эволюцию в отношении определения этого понятия: с 1920 и до примерно 1933 года особое внимание уделялось именно психологическому характеру воздействия пропаганды: она представлялась манипуляцией психологическими символами с определенной целью, которую слушатель не мог осознать⁸.

Однако после исследований Ласуэлла было признано, что пропаганда может осуществляться разными способами и с конкретной задачей. Стали принимать во внимание роль и место пропагандиста. А в последних исследованиях особое значение придают необходимости формировать общественное мнение, особенно в области политики, экономики и общественных наук — что и стало особенностью пропаганды в наши дни. Именно в таком порядке и по мере того, как развивались идеи, мы и предлагаем определить, что есть пропаганда и кто такой пропагандист. С последним — просто: тот, чьи слова и поступки являются пропагандой, и есть пропагандист.

Но создается впечатление, что американские ученые так и остановились на определении, которое они придумали под влиянием идей Ласуэлла⁹ в Институте анализа пропаганды: “это умышленное выражение мнения или осуществление определенных действий человеком или группой лиц с целью повлиять на мнение или поступки других людей или групп, преследуя определенные и заранее продуманные цели с использованием методов психологического воздействия”¹⁰.

К этому можно добавить и другие определения! Например такое, которое мы находим у итальянского ученого Мьётто¹¹: “техника общественного давления, направленная на формирование унифицированной в общественном или психологическом плане общности, путем придания однородности эмоционального и умственного состояния включенных в ее состав личностей”. Или еще определение американца Добба¹², главного специалиста современности: “попытка изменить личность и контролировать поведение индивидуума в зависимости от целей, которые нельзя считать научными или ради сомнительных ценностей какого-либо общества в конкретное время”.

Мы можем найти и другие определения, еще более удаленные от сути, если обратимся к немецким или русским исследователям.

Но мы сейчас не собираемся придумывать своё определение. Наша задача всего лишь показать, что нет единства среди специалистов в этой области по данному вопросу, как нет и определения, которое бы всех удовлетворило. Нам представляется более уместным приступить к изучению и описанию признаков и свойств пропаганды как вполне реального и распространенного социального феномена, но в начале следует на наш взгляд уточнить этот термин. Мы будем исследовать практику пропаганды в том виде, в котором она существует ныне или существовала когда-то (так как мы не можем исключить из нашего исследования пропаганду, которая использовалась в гитлеровской Германии, сталинской России или фашистской Италии). Нам представляется это очевидным, хотя может быть это и не так. Другие исследователи рисуют себе картинку, дают ей некое определение и начинают изучать то, что соответствует этому определению, и более того, уступая соблазну предпринять научное исследование, они берут небольшую группу испытуемых и воздействуют на нее небольшой дозой направленной информации. Им кажется, что они исследуют свойства пропаганды, но она в подобных условиях таковой не является. Чтобы понять, о чем идет речь, следует обращаться не к психологу, а к пропагандисту, и изучать не группу подопытных, а целиком всю нацию, подвергшуюся воздействию эффективной и действенной пропаганды. Разумеется, это не делает подход к исследованию более научным (или хотя бы статистическим), но зато мы, по крайней мере, сохраняем целостность предмета изучения, тогда как другие ученые слишком жестко ограничивают поле исследования, что приводит к искажению предмета исследования. Нам, напротив, интересно понять, в чем сущность пропаганды как таковой повсюду, где она применяется и где очевидна ее эффективность.

Пора, наконец, объяснить, что мы понимаем под термином “пропаганда” в ее самом широком смысле и как мы собираемся анализировать это явление. Предлагаем принять к сведению понятия, которыми мы будем оперировать в ходе исследования:

— психологическое воздействие происходит с использованием психологических инструментов с целью изменить общепринятое мнение, иногда сочетается с образовательными задачами и направлено к своим согражданам;

— психологическая война: здесь, напротив, речь идет о влиянии на внешнего оппонента, на противника, с целью найти психологические методы, чтобы разрушить его “мораль”, заставить сомневаться в правильности того, что он думает и делает¹³;

— преобразование и промывка мозгов: сложные методы, позволяющие превратить противника в союзника, но применение которых допускается только в отношении заключенных;

— public и human relations: мы готовы ввести оба этих понятия в наше исследование о пропаганде, даже если это спровоцирует скандал, но в действительности речь пойдет исключительно о той пропаганде, которая позволяет адаптировать личность к обществу, к потреблению, к социальной жизни, и мы это докажем: следует привести к общему знаменателю все, что касается истинных целей любой пропаганды.

Пропаганда в широком смысле этого слова объединяет разнообразные действия, а в узком понимании имеет всего лишь институциональный характер. То, что относится к этому понятию, это — совокупность разнообразных техник для организации пропаганды и определенные действия в этом направлении.

Таким нам представляется достаточно широкое поле нашего исследования.

Имея в виду это всеобъемлющее понимание пропаганды, я сознательно обхожу вниманием некоторые аспекты, которые обычно является предметом исследований, посвященных этому явлению, а именно:

— исторический аспект возникновения и употребления пропаганды особенно в недавнем прошлом: в 1914 году или в 1940 и т.д.;

— пропаганда и общественное мнение, имея в виду, что для общественного мнения пропаганда является большой проблемой с точки зрения его формирования и т.п., а в отношении самой пропаганды — всего лишь незначительная часть, один из многих инструментов в частности для формирования и изменения общественного мнения;

— психологические основы пропаганды, а именно: какие предрассудки, тенденции, страсти, заблуждения использует пропагандист, на каких физиологических и психологических струнах играет, чтобы достичь поставленной цели;

— технологии пропагандистского воздействия: какие педали в психике человека нажимает пропагандист, как каким образом ему удастся подтолкнуть его к действию;

— средства пропаганды: масс-медиа и прочие средства коммуникации.

Такими нам представляются пять основных направлений исследований, которые мы встречаем повсюду. Немного реже встречаются исследования, посвященные анализу особенностей основных типов пропаганды: гитлеровской, сталинской и американской. Все эти впечатляющие объекты исследования мы оставляем в стороне по той причине, что они в достаточной мере уже изучены. Читатель найдет в библиографическом приложении все, что можно почитать по каждому из этих направлений исследований. Я же попытался изучить достаточно редко попадающие в поле зрения ученых такие аспекты пропаганды, которые далеки от классического представления, предложить другой взгляд на этот феномен, используя не только статистические или абстрактные методы исследования, изучая его новые аспекты, но опираясь, однако, на предшествующие выводы, например в области описания психологических эффектов. Читатель узнает рано или поздно, что эта книга — не Энциклопедия обо всем, что касается Пропаганды, но в опоре на все, что уже известно, а именно психологические основы, технологии и средства пропаганды и пр., сделает шаг вперед, осознав, что человек в современном мире, окруженный пропагандой со всех сторон, должен научиться противостоять этому явлению, которое обуславливает его поведение и заставляет принимать решения.

Я со своей стороны пропагандой считаю все. Часто суждения с точки зрения этики относятся к целям, а сама пропаганда рассматривается как средство их достижения. Демократия — это хорошо, диктатура — это плохо, пропаганда на службе у демократии — это хорошо, хотя по методам воздействия она всегда одна и та же: она меняет свойства, даже природу объекта воздействия. Точно также и Социализм — это хорошо, Гитлеризм — это плохо, поэтому и пропаганда становится плохой, если она находится в плохих руках.¹⁴ Мы уже раньше отмечали этот феномен: что в Китае, что в СССР, США или Алжире пропаганда всегда одна и та же: технологии похожи, разве что технические средства воздействия в той или иной мере отличаются по степени совершенства и организации; люди, занимающиеся процессом, могут быть более или менее эффективными, но это не меняет в корне существо проблемы, так как те, кто этим занимается, признают в целом принципы пропаганды и используют методики и средства ее распространения, рано или поздно совершенствуют методы, чтобы стать более успешными и результативными¹⁵. Отсюда следует, что пропаганда в любых руках, будь то даже человек с самыми добрыми намерениями, всегда приводит к одинаковым последствиям, будь то гитлеризм, коммунизм или западная демократия, и эти неизбежные последствия для человека или для группы людей, независимо от того, какие идеи, распространяемые с помощью пропаганды, лежат в основе режимов. Иначе говоря, у гитлеризма имелись некие специфические особенности, и пропаганда, используемая этим режимом, имела особые черты, которые нет смысла отрицать. Но если не брать во внимание специфическую идеологию, эту исключительно данному режиму присущую специфику, то остается нечто общее для всех типов пропаганды, некие общие характерные черты, свойственные всем режимам и вне зависимости от идеи и способа ее распространения. Именно на этом мы решили сфокусировать наше исследование, посвященное пропаганде, оставив в стороне технологию ее распространения. И мы уже дали достаточно объяснений по этому поводу и не будем повторять в этой книге то, что уже раньше было сказано ранее о технологиях распространения пропаганды¹⁶.

Мы посвятим страницы этой книги объяснению того, как в наше время пропаганда стала необходимостью, объясним также и то, что нет никакой возможности избежать ее влияния. Жизненный опыт подсказывает мне, что именно здесь находится источник чудовищной ошибки. Для современного человека вера в факт заменяет религию, т. е. факт — это доказательство бытия, против него нет аргументов, человек убежден в том, что факт — это объективная реальность, факт сам по себе и явление, и доказательство реальности этого явления, ценности и убеждения вторичны по отношению к факту, человек готов подчиниться необходимости, что, кстати, сопровождает прогресс. Вследствие этого такое идеологически обусловленное и повсеместное отношение неизбежно приводит человека к тому, что, больше не задумываясь о том, было ли событие, он начинает рассуждать о его значимости. Так как сам факт является критерием и нужно, чтобы он соответствовал истине. Отсюда неизбежно вытекает то, что тот, кто сообщает ему этот факт (даже не вынося о нем никаких суждений), поддерживает и одобряет его: тот, кто говорит, что компартия приведет его к выборам, тут же становится сторонником компартии, тот, кто утверждает, что технологии все больше внедряются в человеческую деятельность во всех сферах, тут же объявляется технократом и т.п.

Раз уж мы тут анализируем проникновение пропаганды в жизнь человека, ее неизбежный характер, ее внедрение во все структуры современного общества, то читатель тут же постарается приписать нам одобрение этого явления. Поскольку пропаганда неизбежна и необходима обществу, значит, подобное издание призвано пропагандировать пропаганду, развивать ее. Хочу подчеркнуть здесь, что у меня и в мыслях этого нет, и что подобное умозаключение может сделать только тот, кто свято верит в верховенство и могущество факта. На мой взгляд, необходимость явления не может его узаконить, а общество, где господствует необходимость, является несовершенным и слабым, иначе говоря, отрицает природу человека. Утверждать, что какое-то явление неизбежно, означает для меня, что человек тут ни при чем, т. е. обнаруживается могущество этого явления, но не его превосходство. Но перед лицом этой необходимости и признание существования этого феномена является для человека первым шагом на пути к тому, чтобы одержать над ним верх. И по мере того, как человек отрицает саму необходимость существования этого явления, он возвышается над ним, уходит из-под его влияния, выбирая окольный путь, принимает реальность происходящего, считая себя «свободным вопреки», потому что он действительно свободен. Именно в тот момент, когда человек находит в себе силы признать, что этот факт затмил его разум, его свобода начинает постепенно проявляться, и стоит ему, собрав свои силы, дистанцироваться от того, что заставляет его думать и поступать так или иначе, к нему приходит понимание происходящего.

Таким образом, очевидно, что вся мощь пропаганды обрушивается на человека. Остаётся вопрос, в какой степени это для него опасно. Чаще всего ответ аргіогі догматический и неосознанный. Именно поэтому коммунисты, не признающие природу человека, а только человеческий статус, считали, что воздействие пропаганды всемогуще (когда сами коммунисты её осуществляют) и служит делу создания нового человека завтрашнего дня. Американские социальные психологи, опираясь на научные достижения, старались минимизировать воздействие пропаганды, так как, из последних сил сохраняя веру в человеческий разум, не хотели признавать, что мыслящий человек, основа демократии, может так легко сдаться под ее натиском. Я поначалу тоже предполагал, что человек в силу

своего интеллекта неуязвим к внешним воздействиям, но мои дальнейшие наблюдения ясно показали, что он слаб и податлив, не слишком уверен в себе, готов следовать любой доктрине, плыть по течению и из него как из глины можно вылепить что угодно. Но учтите, по мере того как на страницах этой книги нам придется доказывать силу пропаганды и вскрывать глубочайшие изменения, которые она производит в умах людских, это вовсе не значит, что мы настроены антидемократично. Допустим, что все изложенное продемонстрирует один из главных изъянов демократии, пусть так! Но я тут совершенно ни при чём. И хотя я всей душой стою за демократию, мне жаль, что из-за пропаганды соблюдение демократических норм в полном объеме практически невозможно, однако я не могу себе позволить строить иллюзии как в отношении преимуществ демократии, так и по поводу силы воздействия пропаганды. В этом деле нет ничего ужаснее, чем жить в плену заблуждений. Предупредить режим о грозящей ему опасности не предполагает брать на себя ответственность за нее, но означает оказать этому режиму большую услугу. То же и в отношении человека: предупредить его о его слабостях не значит толкнуть его на путь разрушения, но предложить ему укрепить свою природу, подготовить к трудностям на пути. Со стороны можно подумать, что это — надменная позиция гордого аристократа, считающего себя стоящим над проблемой, свободного от влияния пропаганды, испытывающего презрение к *profanum vulgus*, которую он считает управляемой толпой, подверженной влиянию. Но это не так. Как убедить человека, что я стараюсь ради его блага, что я на его стороне и ни в коем случае не пытаюсь отстраниться от толпы, подвергая и себя влиянию пропаганды, чтобы почувствовать ее воздействие, проанализировать, ощутить на себе ее тлетворное влияние и понять, в чем угроза, которую она несет человечеству.

Для того, чтобы понять реальный размах пропаганды, надо каждый раз сопоставлять ее с контекстом той цивилизации, в которой она применяется. Возможно, это — самая большая трудность многочисленных исследований, посвященных этому вопросу. Здесь мы имеем дело с распространенной позицией, которая заключается в том, чтобы изучать социополитические явления, не объясняя существующие между ними взаимодействия, а это как раз позволяет в лучшем случае обосновать ценность Системы и остановиться на этом. Когда ученые берутся за изучение демократии, они подразумевают, что граждане, как составляющие ее элементы, независимы от государства, что общественное мнение существует само по себе, и предоставляют другим ученым право изучать это общественное мнение и влияющую на его формирование пропаганду, в то время, как специалисты в области изучения общественного мнения полностью доверяют суждениям специалистов в области права и находят подходящую для их исследований форму демократии. Изучая особенности техногенного общества, никто не берет в расчет возможности его влияния на психику человека, при анализе рабочего движения не учитывается психологический потенциал, ставший возможным благодаря трансформации сознания и т. п. Нам бы хотелось напомнить читателю, что следует постоянно соотносить возможности и цели пропаганды с особенностями техногенного общества, ведь она призвана приспособить человека к индустриальной цивилизации, устранить несоответствие устарелых форм мышления, интегрировать индивидуума в технический прогресс. Пропаганда в этом смысле гораздо менее представляет собой орудие в руках политического режима (но не перестает им быть!), но стремится воплотить идеи техногенного общества, которое поглощает всего человека, чтобы стать Обществом единым, однородным. Пропаганда в этом смысле представляет собой явление внутреннее, неопределенное, изолированное от этой

тенденции. Она должна находиться в центре возрастающей роли Государства, правительственного управления, порядков, устанавливаемых от имени власти (обычно говорят, что все зависит от того, какое именно государство использует пропаганду, но этот вопрос больше не встанет, когда мы поймём, какова роль государства в технократическом обществе!). Пропаганда — центральное звено в механизме, в устройстве любого порядка, обеспечивающего сцепление шестеренок, отвечающих за функционирование общества. В этой системе пропаганда позволяет избегать крутых мер принуждения, заставляя человека подчиняться общей воле как бы по своей доброй воле. Как только человек привыкнет к этому обществу, как только он с энтузиазмом начнет исполнять все, что от него требуется, полагая, что то, что ему предлагает общество, и есть высшее благо, тогда принуждение не будет ощутимо, точнее даже, оно перестанет быть принуждением и полиция останется не у дел. Гражданский энтузиазм в технократическом обществе и миф о всеобщем социальном благе, созданные пропагандой, окончательно решат все проблемы человека.

Версия #1

Зверобой создал 20 января 2026 00:28:47

Зверобой обновил 20 января 2026 00:29:03