

Вступление к первой главе

Настоящая пропаганда в нашем обществе — это явление, находящееся в наши дни в центре научных исследований. Обычная точка зрения заключается в том, чтобы считать пропагандой совокупность «трюков, приемов и практик» более или менее глубоко разработанных¹. Достаточно часто как психологи, так и социологи не признают научный характер этого явления. Со своей стороны мы абсолютно согласны с тем, что пропаганда — это технология, а не наука². Но, добавим, что речь идет о приемах и практиках, обладающих всеми признаками современной технологии, т.е. основанных на научном подходе. То есть она — производное наук об обществе, о человеке, их прикладной аспект, вместе с ними она развивается, доказывает их достоверность или обнаруживает их недостатки. Мы уже далеко ушли от того времени, когда пропагандистом мог стать любой, у кого есть чутье на настроение в обществе, кто мог изобрести какой-либо ловкий трюк или придумать формулировку. У нас есть четыре аргумента, чтобы доказать присутствие научного подхода в пропаганде.

Прежде всего, современные методы пропаганды основаны на научном анализе, основанном на знании законов психологии человека и законов существования человеческого общества. Теперь нужно знать психологию человека, понимать его потребности и желания, обладать знанием в области психологии личности, а также в сфере социальной психологии, чтобы изобретать пропагандистские приемы и методы. Средства воздействия пропагандист основывает на законах формирования сообществ и правилах их разрушения, на умении влиять на массы, управлять толпой, понимая механизмы ограничения этой деятельности. Без научных исследований в области психологии человека и современной социологии пропаганда не будет иметь успеха, оставаясь на примитивном уровне эпохи Перикла или императора Августа. Разумеется, не все пропагандисты в достаточной степени владеют вышеназванными науками, может быть даже некоторые совсем в них не разбираются или, напротив, придают излишне большое значение осторожным заключениям психологов, применяя их выводы относительно психики человека там, где их совсем не нужно применять. Но так обычно и происходит в начале пути (нельзя забывать, что психология и социология — молодые науки, всего лишь полвека прошло с тех пор, как они выделились как самостоятельные сферы знания). Главное, что пропагандисты готовы заниматься своим ремеслом, опираясь на научные исследования в этих областях. Конечно, среди психологов это вызовет скандал, так как они могут заявить, что пропаганда для их науки — не лучшее применение³, но какое это имеет значение. Это напоминает переживания физиков по поводу атомной бомбы. Ученый должен как минимум предвидеть, что он живет в таком мире, где результаты его научных изысканий могут быть использованы в любой другой сфере жизни. Может случиться так, что пропагандисты, все более вникая в психологию и социологию, найдут достижениям этих наук наилучшее применение.

Кроме того, пропаганда и сама мало-помалу становится наукой, изобретая, исходя из практического опыта, новые правила, более жесткие и строгие. Любой пропагандист

невольно изобретает все более действенные приемы и изощренные методы, которыми любой другой может воспользоваться. Как и в других сферах, обобщенные технологические приемы становятся научной базой для дальнейшего развития отрасли.

Третье место среди аргументов в защиту научного характера пропаганды занимает тщательный анализ условий, в которых она уместна, а также тех людей, для которых она предназначена. Теперь уже недостаточно отдать дело в руки гениального мастера, способы пропаганды, содержание, условия предъявления уже просчитаны досконально (или должны быть просчитаны!). Известно, что определенный тип пропаганды дает отличный результат в одних условиях, но может быть совершенно бесполезен в других, и если уж предпринимать пропагандистскую акцию с целью добиться определенного результата, то следует заранее продумать способы воздействия, используя социологические методы и психологические приемы для оценки ситуации. Они уже известны, но для хорошей подготовки специалистов в области пропаганды необходимо тщательно продумать систему подготовки соответствующих кадров.

Наконец, последнее доказательство научности в сфере пропаганды. В последнее время особое внимание уделяется контролю в применении того или иного типа пропаганды, измерению результативности и оценке эффектов. Это достаточно сложно, но профессиональный пропагандист в наше время не ограничивается констатацией результата на глаз, он старается его спланировать заранее и с точностью оценить действенность. Политические последствия его больше не удовлетворяют, ему важно количественно оценить успех и понять, каким образом он был достигнут. Таким образом, мы имеем дело с научным экспериментом и качественной и количественной оценкой его результатов. То есть, с этого момента можно утверждать, что в этой сфере применяется научный метод. Следует отметить, что это происходит в настоящее время не слишком часто, и тот, кто анализирует последствия пропаганды, не является действующим пропагандистом, скорее, этим занимаются философы. Как бы то ни было, этот факт всего лишь свидетельствует о разделении труда в этой сфере, не более того. Но не вызывает сомнений, что пропаганда уже не есть случайный набор приемов и практик, но продуманный и научно обоснованный способ действий.

Есть еще одно соображение на этот счет. Часто приходится слышать от серьезных ученых, занимающихся психологией, что пропагандисты используют псевдонаучные данные, пытаются обосновать свои методы воздействия, что они якобы прикрываются наукой для солидности. «Психология, которой они пользуются, это не научная психология, а результаты социологических исследований, которые они привлекают для доказательства эффективности, также далеки от настоящей науки». Но если попытаться точнее определить предмет разногласий, то можно прийти к такой точке зрения: сталинская пропаганда в значительной мере опиралась на учение И.П.Павлова об условных рефлексах; гитлеровская пропаганда привлекала отчасти психоанализ Фрейда о принудительном возбуждении либидо и сексуальной энергии; американцы ссылались на теорию Дьюи о тренингах. Так что, научная теория под тот или иной вид пропаганды всегда найдется, но если пропагандист не согласен с теорией об условных рефлексах, если он не готов утверждать, что подобные рефлексы легко формируются у человека, так же, как у собак, если ему претит психофизиологическая интерпретация Павлова о типах высшей нервной

деятельности, он может объявить пропаганду, основанную на этой теории, псевдонаучной и несерьезной. То же и в отношении Дьюи, Фрейда и кого угодно еще.

О чем это говорит? О том, что у пропаганды нет солидной научной базы? Вовсе нет! Просто современные ученые в области психологии и социологии не могут прийти к согласию между собой в отношении научных подходов, методов оценки и интерпретации особенностей человеческой природы. Психолог, готовый развенчать теорию своих собратьев, отрицает в ней научную составляющую, но не следствия, которые практик-пропагандист готов из нее извлечь. Как же можно предъявлять к нему претензии, если он доверяет тому психологу или тому социологу, чьи теории в данный момент и в данной стране признаются как вполне научные. Не будем забывать при этом, что в том случае, если теория, применяемая пропагандистом в его практической деятельности, дает положительный результат и обеспечивает успех основанному на ней пропагандистскому воздействию, она тем самым проверяется опытным путем и злой критики со стороны научного сообщества уже недостаточно, чтобы ее опровергнуть.

Версия #1

Зверобой создал 20 января 2026 00:30:39

Зверобой обновил 20 января 2026 00:31:00