

**П**

равительства и корпорации контролируют наши мысли

**р**

бота выдвинула Бернейса среди медиа-историков

**о**

т отца связей с общественностью

**п**

равдивая и наполненная практически подробностями книга Бернейса позволяет познакомиться с наиболее мощными и влиятельными институтами современной капиталистической демократии индустриального строя, — говорит Ноам Хомски

**а**

ктивное согласие общественного мнения является непременным условием успеха любой деятельности монархического, конституционного, демократического или коммунистического правительства

**г**

оворя коротко, идея пропаганды строится на том, что новые идеи проникают в общество и овладевают массами с помощью активно мыслящего меньшинства

**а**

ктивное влияние на политику, социологические изменения и равенство полов и рас

**н**

евидимое правительство, которое и является реальной правящей силой

**д**

емократическое общество нуждается в манипуляции сознанием, мнением и привычками масс

**а**

ты умешь отслеживать пропаганду?



Эдвард Бернейс

**Пропаганда**

«Питер»

1928

УДК 60.524.1  
ББК 316.3

## **Бернейс Э.**

Пропаганда / Э. Бернейс — «Питер», 1928

ISBN 978-5-4461-1625-6

Эдвард Бернейс (1891–1995) – племянник Зигмунда Фрейда, «отец пиара» и первооткрыватель научной техники формирования и управления общественным мнением. Каждый из нас много раз за день сталкивается с пропагандой, даже не понимая, что является ее мишенью. Заходя в магазин, какие продукты вы выбираете? Просматривая телеафишу, на именах каких актеров останавливаете взгляд? От кого зависит ваш выбор? Вы уверены, что от вас?! По мнению Бернейса, пропаганда строится на том, что новые идеи проникают в общество через активно мыслящее меньшинство. Общественное мнение является непременным условием успеха любой деятельности монархического, конституционного, демократического или коммунистического правительства – по сути, оно и правительством-то является исключительно с согласия масс. Бернейс – создатель современной пропагандистской машины, пионер использования в PR-индустрии психологии и других социальных наук. Этот научный метод создания общественного мнения он назвал «инжиниринг согласия» и в своей книге раскрывает идею об использовании пропаганды для управления коллективным разумом в различных областях: политике, искусстве, науке и образовании.

УДК 60.524.1

ББК 316.3

ISBN 978-5-4461-1625-6

© Бернейс Э., 1928

© Питер, 1928

# Содержание

Глава I	7
Глава II	12
Конец ознакомительного фрагмента.	15

# Эдвард Бернейс Пропаганда

Propaganda

By

EDWARD L. BERNAYS

1928

Переводчик *И. Малкова*

© ООО Издательство "Питер", 2020

## Глава I

# Организация хаоса



Сознательное и умное манипулирование сформированными привычками и мнениями масс является важной составляющей демократического общества. Те, кто манипулирует этим незримым механизмом общества, составляют тайное правительство, которое является истинной правящей силой в нашей стране.

Нами управляют, наш разум формируют, наши вкусы устанавливают/направляют/приводят в соответствие нужным стандартам/обрабатывают по шаблону, наши идеи формулируют за нас/нам навязывают/нам внушают – по большей части те люди, о которых мы никогда не слышали. Это логичное следствие того, как устроено наше демократическое общество. Огромное количество людей должно сотрудничать именно таким образом, если им необходимо сосуществовать друг с другом в хорошо организованном/упорядоченном обществе.

Во многих случаях наши тайные правители ничего не знают о личностях других членов этого внутреннего кабинета.

Они управляют нами благодаря своим врожденным лидерским качествам, умению формулировать нужные идеи и тому, что занимают ключевые позиции в структуре общества. Мы можем по-разному к этому относиться, но факт остается неизменным: практически во всех наших ежедневных поступках – касаются ли они общественного поведения и моральных норм, политической жизни или деловых взаимоотношений – нами управляет весьма небольшая группа лиц, которая ничтожно мала по сравнению с общим количеством наших сограждан (сто двадцать миллионов), однако при этом знает все о механизмах человеческого мышления и социального устройства. Именно эти лица дергают за ниточки, контролирующие массовое сознание, именно они поставили себе на службу издавна известные общественные силы, именно они изобретают все новые способы компоновать элементы мира и придавать им нужное направление.

Обычно мы и не догадываемся, насколько важны эти незримые правители для бесперебойного функционирования нашей общественной жизни. В теории каждый гражданин может голосовать за того, за кого ему вздумается. Наша Конституция не рассматривает политические партии как один из элементов правительственной машины – по всей видимости, ее создатели и представить себе не могли, какие элементы будут формировать современное национальное политическое устройство. Однако американские избиратели быстро пришли к выводу, что их индивидуальные голоса, отдаваемые десяткам и сотням различных кандидатов, обернутся разве что путаницей для всех, если руководство процессом не будет организовано должным образом. Почти мгновенно появились первые политические партии – как видимое воплощение тайного правительства. С тех пор мы ничего не имеем против того, что поле выбора должно быть сужено до двух, максимум трех-четырех кандидатов – из чисто практических соображений, для удобства и простоты.

Теоретически каждый гражданин принимает собственные решения по любым вопросам – и личным, и общественным. Однако на практике если бы всем людям приходилось всякий раз самостоятельно разбираться в экономических, политических и нравственных премудростях, то в результате они вряд ли пришли бы к какому-либо заключению о чем бы то ни было.

Поэтому мы добровольно позволили незримому правительству отсеивать ненужную информацию и делать акцент на значимых моментах, что сузило наше поле выбора до практически приемлемых размеров. Наши лидеры используют средства массовой информации, чтобы сообщать общественности необходимые сведения по всем важным вопросам. От наставника в области нравственности, будь то священник, популярный писатель или просто господствующее в обществе мнение, мы получаем стандартизированный код социального поведения, которому по большей части следуем.

В теории все мы приобретаем самые лучшие и самые дешевые товары из тех, что предлагаются на рынке. Однако на практике если бы мы собирали информацию о ценообразовании и тестировании химического состава перед тем, как приобрести один из сотен сортов мыла, ткани или хлеба, имеющихся в продаже, экономическая жизнь безнадежно забуксовала бы. Чтобы избежать такой путаницы, общество соглашается сократить поле выбора, принимая во внимание лишь те товары и идеи, о которых ему сообщают разнообразные формы пропаганды. Следовательно, постоянно прикладываются массивные усилия, направленные на то, чтобы определенные товары, идеи и принципы захватывали наши умы.

Очень может быть, что правильнее было бы заменить предвзятую пропаганду неким советом мудрецов, которые определяли бы, кто будет нашими правителями, как нам себя вести, во что одеваться и что есть. Однако наше общество предпочло противоположный метод – открытую конкуренцию, и понадобилось найти способ, благодаря которому она могла бы функционировать без помех. Общество согласилось считать наиболее приемлемым способом организацию свободной конкуренции с помощью лидеров и пропаганды.

Критике подвергаются определенные составляющие данного процесса: манипулирование новостями, раздувание масштабов личности и общая шумиха, с помощью чего в массовое сознание внедряются конкретные политики, идеи и товары. Существует вероятность злоупотребления инструментами, которые служат для формирования и управления общественным мнением. Однако подобное формирование и управление необходимы для организации жизни нашего общества должным образом.

По мере усложнения цивилизации и формирования все более очевидной потребности в невидимом правительстве были изобретены и усовершенствованы технические средства, с помощью которых стало возможно регламентировать общественное мнение.

Печатный станок, газеты, железные дороги, телефон и телеграф, радио и самолеты позволили распространять идеи по всей Америке быстро и даже мгновенно.

Г.-Дж. Уэллс прекрасно ощущал огромный потенциал этих изобретений, публикуя в газете *New York Times* следующие размышления:

«Современные средства коммуникации – та власть, которую мы обрели с помощью прессы, телефона, радио и других подобных изобретений, позволяющих оперативно донести важные стратегические или технические сведения до большого количества сотрудничающих пунктов, получить быстрый ответ и провести эффективное обсуждение – открыли абсолютно новый мир политических технологий. В наши дни концепциям и высказываниям можно придать гораздо большую эффективность, чем любой личности, и большую силу, чем сила интересов любой группы людей. Можно задокументировать общий замысел, защитив его от искажений и злоупотреблений. Его можно постепенно дорабатывать и развивать, не опасаясь недоразумений на уровне отдельной личности, местности или социальной группы».

То, что Уэллс написал о политических технологиях, в равной степени применимо к коммерческим и социальным процессам, а также ко всем проявлениям общественной активности.

Общественные объединения и организации отныне не подчиняются ограничениям, налагаемым «местностью или социальной группой».

В те времена, когда принимали Конституцию, минимальной административной единицей была сельская община, самостоятельно производившая большую часть нужных ей товаров и формулировавшая общественные взгляды и суждения путем личного взаимодействия граждан и общения их между собой. Но сегодня благодаря тому, что сведения можно моментально передавать на любое расстояние и любому количеству людей, объединение жителей страны по географическому принципу дополнилось множеством различных групп. Поэтому люди со схожими взглядами и интересами могут быть объединены общими действиями даже в том случае, если они живут на расстоянии нескольких тысяч миль друг от друга.

Чрезвычайно непросто разобраться, насколько многочисленны и разнообразны эти группы в нашем обществе. Люди могут объединяться по социальному, политическому, экономическому, расовому, религиозному или этическому признаку, и внутри каждого подобного сообщества могут быть сотни подразделений. Для примера приведем группы, перечисленные во «Всемирном альманахе» (World Almanac) на букву А: Лига борьбы за отмену смертной казни; Антивоенная ассоциация; Американский институт бухгалтеров; Актерская ассоциация борьбы за справедливость; Американская страховая ассоциация; Международная ассоциация рекламы; Национальная ассоциация воздухоплателей; Институт истории и искусства Олбани; Ассоциация ревностных прихожан; Американская академия в Риме; Американское общество антикваров; Лига борьбы за права американских граждан; Американская федерация труда; Орден розенкрейцеров; Клуб каминной подставки (объединяющий преподавателей и старшекурсников колледжей), Американско-ирландская ассоциация любителей истории; Лига борьбы с курением; Лига борьбы со сквернословием; Археологическая ассоциация Америки; Национальная ассоциация лучников; Общество любителей пения «Арион»; Американская астрономическая ассоциация; Ассоциация заводчиков крупного рогатого скота айрширской породы; Ацтекский клуб 1847 года.

И это далеко не все организации, упоминаемые во «Всемирном альманахе» на букву А. В Справочнике американских газет за 1928 год приведено 22 128 периодических изданий, издающихся на территории Соединенных Штатов. Я наугад выбрал печатные издания на букву N, которые выходят в Чикаго. Вот этот список: Narod (ежедневная чешская газета); Narod-Polski (польский ежемесячник); N.A.R.D. (фармацевтический журнал); National Corporation Reporter (вестник корпораций); National Culinary Progress (для шеф-поваров гостиниц); National Dog Journal (журнал для любителей собак); National Drug Clerk (журнал для работников аптек); National Engineer (издание для инженеров); National Grocer (издание для бакалейщиков); National Hotel Reporter (вестник отелей); National Income Tax Magazine (журнал на темы, связанные с подоходным налогом); National Jeweler (журнал для ювелиров); National Journal of Chiropractic (издание для мануальных терапевтов); National Live Stock Producer (журнал для заводчиков домашнего скота); National Miller (для мельников); National Nut News (орехи и их производство); National Poultry, Butter and Egg Bulletin (птицеводческий бюллетень); National Provisioner (для упаковщиков мяса); National Real Estate Journal (журнал для специалистов по недвижимости); National Retail Clothier (издание для торговцев тканями и одеждой); National Retail Limber Dealer (для агентов по продаже сучкорезных машин); National Safety News (вопросы безопасности); National Spiritualist (издание для спиритуалистов); National Underwriter (журнал для участников рынка ценных бумаг); The Nation's Health (издание, освещающее вопросы здоровья населения); Naujienos (ежедневная литовская газета); New Corner (еженедельное издание Республиканской партии для итальянцев); Daily News (новости); The New World (католический еженедельник); North American Banker (издание для банкиров); North American Veterinarian (журнал для американских ветеринаров).

Некоторые из этих изданий просто поражают своими тиражами. Заявленный тираж *The National Live Stock Producer* составляет 155 978 экземпляров; *The National Engineer* – 20 328 экземпляров; *The New World* – приблизительно 67 000 экземпляров. Большая часть перечисленных изданий, наугад отобранных из общего списка в 22 128 наименований, выпускаются тиражом более 10 000 экземпляров.

Разнообразие этих изданий бросается в глаза с первого взгляда. Однако вся эта пресса дает лишь слабый намек на то огромное количество объединений, существующих в нашем обществе, и представляет собой каналы передачи информации и руководящих распоряжений отдельным группам.

Взглянем на список ассоциаций, которые собираются проводить свои конференции в Кливленде (штат Огайо). Все эти мероприятия перечислены только в одном недавнем выпуске *World Convention Dates* (Всемирный бюллетень конференций). Это лишь малая часть от общего количества в пять с половиной тысяч запланированных собраний и конференций.

Американская ассоциация фотогравюров; Ассоциация писателей-натуралистов; Орден рыцарей Св. Иоанна; Лига Вальтера<sup>1</sup>; Национальная ассоциация производителей верхней трикотажной одежды; Орден рыцарей Св. Иосифа; Королевский орден Сфинкса; Ассоциация ипотечных банкиров; Международная ассоциация представителей государственного сектора; Клуб «Киванис» (Огайо)<sup>2</sup>; Автопроизводители Кливленда; Американское общество инженеров-теплотехников и специалистов по вентиляции.

Среди организаций, запланировавших провести в 1928 году свои съезды, есть и такие: Ассоциация производителей искусственных конечностей; Американская национальная ассоциация любителей цирка; Американская ассоциация натуропатов; Американская ассоциация стендовой стрельбы; Техасская фольклорная ассоциация; Ассоциация рекламы отелей; Ассоциация заводчиков лисиц; Ассоциация дезинфекции и дезинсекции; Национальная ассоциация производителей упаковки для яиц; Американская ассоциация производителей газированных напитков и Ассоциация упаковщиков солений; необходимо упомянуть и черепахи бега. По большей части подобные мероприятия сопровождаются банкетом и торжественными речами.

Если бы даже удалось перечислить тысячи всех этих формальных организаций и структур (а их полного списка не существует), то они все равно представляли бы собой лишь незначительную часть менее формальных, но чрезвычайно активных объединений. В местном клубе игроков в бридж делятся суждениями и вырабатывают общие взгляды. Правители укрепляют свою власть с помощью общественных кампаний и любительских театров. Тысячи женщин могут, даже не отдавая себе в этом отчета, принадлежать к сообществу поклонниц моды, задаваемой одной-единственной популярной личностью.

Журнал *Life* выразил эту идею в сатирической форме – в виде ответа американского гражданина на слова британца, расхваливающего Америку за отсутствие высших и низших классов и каст:

«У нас-то всего и есть четыре сотни самых богатых семей, белые воротнички, бутлегеры, магнаты с Уолл-стрит, преступники, “Дочери революции”, Ку-клукс-клан, “Колониальные дамы”, масоны, киванисты и ротарианцы, Рыцари Колумба<sup>3</sup>, члены Ордена Лосей, цензоры, знатоки искусств, безумцы, герои, как Линди, Женский христианский союз за воздержание, политики, последователи Менкена, простакки, иммигранты, радиоведущие и, само собой, богатые и бедные».

---

<sup>1</sup> Учреждена в память американского лютеранина Карла Фердинанда Вильгельма Вальтера. – *Примеч. пер.*

<sup>2</sup> Международная благотворительная организация. – *Примеч. пер.*

<sup>3</sup> Католическое братство. – *Примеч. пер.*

Не следует забывать о том, что все эти тысячи групп пересекаются между собой. Какой-нибудь Джон Джонс, являясь членом Ротари-клуба, может при этом быть прихожанином церкви, состоять в тайном обществе, политической партии, благотворительной организации, профессиональной ассоциации, местной торговой палате, союзе сторонников или противников сухого закона, лиге борцов за или против снижения тарифов, а также посещать гольф-клуб. Принципы, усвоенные в Ротари-клубе, он будет распространять в других объединениях, в которых имеет вес.

Эта незаметная совокупность взаимосвязанных группировок и ассоциаций является тем механизмом, с помощью которого демократия сформировала общественное мнение и рационализировала процесс мышления народных масс. Осуждать существование этого механизма – все равно что требовать от общества стать таким, каким оно никогда не было и никогда не будет. Соглашаться же с наличием подобного механизма, но ожидать при этом, что он не будет использоваться, неблагоприятно.

Эмиль Людвиг пишет, что Наполеон «всегда был начеку и отмечал выражение общественного мнения; всегда прислушивался к гласу народа, не поддающемуся никаким расчетам. “Знаете ли вы, – сказал он однажды, – что удивляет меня более всего? Неспособность власти хоть что-либо упорядочить”».

Цель данной книги – объяснить структуру механизма, который контролирует общественное мнение, и рассказать, как специалисты, стремящиеся обеспечить признание публикой какой-либо идеи или товара, используют этот механизм. В то же время эта книга представляет собой попытку выяснить, какое место занимает новая пропаганда в системе современной демократии, и предположить, какой будет постепенная эволюция морального кодекса и применения его на практике.

## Глава II

### Новая пропаганда



В те времена, когда короли еще были настоящими королями, Людовик XIV скромно заметил: «Государство – это я». При этом он почти не погрешил против истины.

Однако времена изменились. Паровой двигатель, печатный станок и государственные школы – это трио промышленной революции – отняли власть у королей и передали ее народу. Простой человек на самом деле приобрел власть, которую утратил король. Ведь экономическая власть неизбежно связана с политической, а история промышленной революции показывает, как власть перешла от короля и аристократии к буржуазным кругам общества. Всеобщее избирательное право и всеобщее образование усилили эту тенденцию, и в конце концов даже буржуазия стала испытывать страх перед обычными людьми, поскольку массы грозили занять королевский трон.

Однако в наши дни маятник качнулся в обратную сторону. Меньшинство обнаружило прекрасный способ влияния на большинство. Оказалось, что можно формировать мнение масс таким образом, что они будут направлять обретенные силы на нужные цели. В современной структуре общества такая практика неизбежна. Любые социально значимые действия – в политике, финансовой сфере, промышленности, сельском хозяйстве, благотворительности, образовании и других областях – должны сегодня предприниматься с помощью пропаганды. Пропаганда является исполнительным органом невидимого правительства.

Первоначально считалось, что всеобщая грамотность поможет обычному человеку управлять окружающей его средой. Как только он научится читать и писать, его разум получит возможность править. Так утверждала демократическая теория. Однако вместо разума всеобщая грамотность подарила человеку не разум, а набор шаблонов, щедро сдобренных рекламными призывами, передовицами, обнародованными научными данными, чепухой из бульварной прессы и историческими банальностями – что угодно, но только не оригинальное мышление. Шаблоны каждого человека в точности воспроизводят шаблоны миллионов других людей, и когда эти миллионы подвергаются воздействию одних и тех же стимулов, те оставляют на них идентичные «отпечатки». Широкие массы американцев получают большинство своих идей именно таким образом – «оптом», хотя это утверждение, возможно, и выглядит как преувеличение. Механизм широкомасштабного распространения идей и есть пропаганда в широком смысле этого слова – как совокупность организованных усилий по внедрению в умы того или иного убеждения или теории.

Я понимаю, что слово «пропаганда» у многих вызывает неприятные ассоциации. Однако в любом случае то, будет пропаганда хорошей или плохой, зависит исключительно от того, что именно она популяризирует, а также от точности обнародованной информации.

Само по себе слово «пропаганда» имеет определенное утилитарное значение, которое, подобно большинству вещей в мире, «становится хорошим или плохим только под воздействием традиции». В словаре Фанка и Вогнеллса (Funk and Wagnalls' Dictionary) я нашел четыре определения данного слова:

1. Сообщество кардиналов, кураторов иностранных миссий; Колледж пропаганды в Риме, учрежденный папой Урбаном VIII в 1627 году для обучения священников-миссионеров; Священная коллегия Конгрегации пропаганды.

2. Отсюда – любая организация или план действий для распространения в обществе той или иной теории или системы.

3. Систематические усилия, направленные на получение общественной поддержки определенных взглядов или действий.

4. Принципы, внедряемые с помощью пропаганды.

В недавнем номере *Scientific American* автор одной из статей умоляет вернуть достойное значение старому доброму слову «пропаганда». В частности, он отмечает следующее:

«Нет другого слова в английском языке, значение которого подверглось бы таким сильным искажениям, как слово “пропаганда”. В основном его смысл изменился в ходе последней войны, когда этому термину стали придавать явно злоеший оттенок.

Если вы обратитесь к Нормативному словарю английского языка (*Standard Dictionary*), то обнаружите, что этим словом называли созданную в Риме в 1627 году конгрегацию (собрание) кардиналов, призванных заботиться об иностранных миссиях и надзирать за их деятельностью. Это же слово имело отношение и к Коллегиуму пропаганды в Риме, основанному папой Урбаном VIII для обучения священников-миссионеров. Постепенно этим словом стали обозначать любую организацию или план действий, созданные для распространения в обществе той или иной теории или системы.

Исходя из этого определения мы видим, что пропаганда в своем изначальном смысле была абсолютно законным видом деятельности. Любое объединение людей, будь оно социальное, религиозное или политическое, которое обладает определенными убеждениями и заявляет о них в письменной или устной форме, занимается пропагандой.

Истина сильна и должна быть превыше всего, и если какая-либо группа людей считает, что открыла важную истину, то ее распространение – это не привилегия, а их обязанность. Если они поймут (а они должны быстро понять это), что широкомасштабное и эффективное тиражирование данной истины возможно только с помощью организованных усилий, то они воспользуются печатным станком и поднимутся на трибуну, поскольку это наилучшие инструменты для ее распространения. Пропаганда становится злом и достойна осуждения лишь в случае, если ее авторы осознанно и намеренно распространяют заведомую ложь или же когда стремятся к действиям, наносящим урон общему благу.

Пропаганда в истинном значении этого слова – достойное слово с благородным происхождением и почтенной историей. Тот факт, что сегодня оно получило отрицательный оттенок, показывает лишь, сколько ребяческого остается в среднестатистическом взрослом. Вот одна группа граждан пишет статьи и произносит речи в поддержку того или иного решения спорного вопроса, полагая, что это решение лучше всего отвечает интересам общества. Пропаганда? Ни в коей мере. Всего лишь энергичное утверждение истины. Но стоит другой группе выразить свои прямо противоположные взгляды, и ее мнение сразу же получит позорный ярлык “пропаганда”...

Старая мудрая пословица гласит, что надобно всех мерить одной мерой. Так давайте же незамедлительно, не откладывая в долгий ящик, вернем это прекрасное старое слово на его исконное место и восстановим его благородный смысл, чтобы наши дети и внуки могли пользоваться им».

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.