



ЭДВАРД БЕРНЕЙС

ПРОПАГАНДА

*Книги, изменившие мир.
Писатели, объединившие
поколения.*

Э К С К Л Ю З И В Н А Я К Л А С С И К А

Эдвард Бернейс

Пропаганда

Серия «Эксклюзивная классика (АСТ)»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70272538

ISBN 978-5-17-158552-5

Аннотация

Написанная в 1928 году на волне успеха предыдущих работ автора, «Пропаганда» принесла Бернейсу звание отца-основателя технологий связи с общественностью и по сей день считается одной из фундаментальных книг по своей тематике. Опираясь на результаты социологических исследований и приводя многочисленные примеры из реальной жизни, Бернейс рассказывает о том, как происходит управление поведением масс, и объясняет, почему пропаганда так важна при любом общественном строе, что требуется для ее успеха, как формируются нужные мнения, ценности и гражданские позиции, зарождаются новые идеи в обществе и как влияет на широкие слои населения активно мыслящее меньшинство.

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

Содержание

Глава 1	5
Глава 2	15
Конец ознакомительного фрагмента.	21

Эдвард Бернейс

Пропаганда

Моей жене Дорис И. Фляйшман

Некоторые из идей и материалов, приведенных в этой книге, ранее были использованы в статьях для журналов The Bookman, The Delineator, Advertising and Selling, The Independent, The American Journal of Sociology, которым автор выражает свою признательность.

Глава 1

Упорядоченный хаос

Осознанное и грамотное манипулирование организованными привычками – важный элемент демократического общества. Люди, которые незримо ими управляют, и есть то самое невидимое правительство, представляющее собой истинную правящую силу в нашей стране.

Нас контролируют, наше сознание программируют, наши вкусы воспитывают, идеи внушают, и делают это люди, которых мы не знаем. Так логично проистекает из самого устройства демократического общества. Если огромные массы хотят жить в мире, где эффективно действуют законы, они вынуждены координировать свои усилия.

Круг правителей узок, но многие его участники не знают, кто еще управляет народом вместе с ними.

Они контролируют нас, поскольку по своей натуре рождены лидерами, способны предлагать нужные идеи и занимать ключевые посты в структуре общества. Можно относиться к ним по-разному, факт остается неизменен: почти каждое действие нашей обыденной жизни в любой сфере – от политики и бизнеса до поведения и этики – мы совершаем по указке сравнительно небольшой группы лиц, составляющих ничтожную долю от наших ста двадцати миллионов

— тех, кто понимает, как устроены мыслительные процессы и социальные структуры. Именно они дергают за ниточки, управляющие общественным сознанием, именно они руководят существующими силами и изобретают новые способы контролировать мир и направлять его в нужную сторону.

Мало кто сознает, что эта невидимая власть необходима для гармоничного существования общества. Теоретически каждый гражданин вправе голосовать на выборах за кого угодно. В американской Конституции не прописан такой элемент правительственного механизма, как политические партии; ее создатели, видимо, не представляли, что в национальной политике возникнет потребность в подобной единице. Однако вскоре избиратели обнаружили, что отдают свои голоса десяткам и даже сотням разных кандидатов, тем самым устраивая истинный хаос. Так в какой-то момент в виде зачатков политических партий возникло невидимое правительство. Для простоты и удобства люди договорились, что существование партий позволит сузить поле выбора до двух кандидатов или, самое большее, трех или четырех.

В теории каждый гражданин сам принимает решения в общественной и личной жизни. На практике же если бы людям пришлось делать выбор самостоятельно, вникая в сложные экономические, политические и этические обстоятельства каждого дела, определиться было бы невозможно. Мы добровольно соглашаемся, чтобы невидимое правительство фильтровало для нас исходные данные и выделяло самые

важные проблемы, сужая поле выбора до разумных пределов. Наши лидеры с помощью средств массовой информации, которые нужны для общения с электоратом, передают нам факты и доказательства, представляющие важность для социальной жизни; специалисты же в области этических вопросов, будь то священники или популярные писатели, предлагают нам свод правил и норм поведения, которые мы стараемся по возможности соблюдать.

В теории мы покупаем самые качественные и дешевые товары, представленные на рынке. Однако вообразите, что вам приходилось бы выбирать из десятка сортов мыла, тканей или хлеба, выложенных на витрине, предварительно изучая химический состав продукта и вопросы ценообразования. Экономическая жизнь безнадежно застопорилась бы. Дабы избежать хаоса, общество готово ограничить свой выбор, рассматривая лишь те товары или идеи, которые предлагает ему пропаганда. Следовательно, нашему сознанию навязывают некую программу, товар или идею.

Возможно, вместо пропаганды и рекламы было бы лучше создать комитет из мудрецов, которые выбирали бы нам правителей, диктовали бы нормы поведения, принимали бы решения о том, какую одежду носить и какую пищу потреблять. Но мы предпочли другой метод – открытую конкуренцию. Тогда возник вопрос: как сделать так, чтобы свободная конкуренция реализовалась на практике без потерь? В качестве выхода общество согласилось отдать ее под контроль

лидеров и пропаганды.

Некоторые аспекты этого явления – манипуляция в новостях, культ личности, шумиха, с помощью которой политики, коммерсанты и идеологи доводят свои идеи до сознания масс – обоснованно подвергаются критике. Инструменты, которые формируют и направляют общественное мнение, могут использоваться не по назначению, однако без организации и контроля упорядоченная жизнь невозможна.

По мере того как развивалась цивилизация и все острее возникала потребность в невидимом правительстве, появлялись и новые технические средства, позволявшие регулировать общественное мнение.

Возникли печатный станок и газета, железная дорога, телефон, телеграф, радио и самолеты – и идеи стали стремительно, даже мгновенно распространяться по всей стране.

Огромный потенциал этих изобретений осознал, например, Герберт Уэллс, когда написал в *New York Times*:

«Современные средства массовой коммуникации – та власть, которую даруют нам печать, телефон, радио и прочие изобретения, – позволяют быстро доводить важные стратегические или технические сведения до всех заинтересованных лиц, получать обратную связь и организовывать дискуссии. Все это порождает принципиально новый мир политических процессов. Высказывания и идеи становятся более значимы, нежели личностные качества или общественные интересы. Любой замысел получает документальное

воплощение и потому защищен от искажений и предвзятости. Его можно уточнять и дополнять, не допуская влияния личных, локальных или групповых заблуждений».

Все, что мистер Уэллс говорил о политических процессах, с тем же успехом может быть сказано про процессы экономические, социальные и прочие. Сегодня массовые объединения не подвластны «локальным и групповым» установкам. В те годы, когда принимали Конституцию, единицей общества была деревенская община, которая самостоятельно производила большую часть необходимых товаров и формировала мысли и мнения с помощью личных контактов и бесед с согражданами. Сегодня же, поскольку идеи могут быть мгновенно переданы на любое расстояние и любому количеству людей, географическое деление не столь важно и граждане вправе объединяться по многим другим признакам. Если у них есть общие интересы и представления, они могут вести совместную деятельность, даже находясь в тысячах километров друг от друга.

Таких объединений в нашем мире несметное число, их точное количество даже не представишь. Они формируются по социальным, политическим, экономическим, расовым, религиозным или этническим признакам и имеют сотни разновидностей внутри себя. Возьмем, к примеру, *World Almanac*, где содержится информация о зарегистрированных сообществах, и приведем список на букву «А»:

Ассоциация за отмену войны; Ассоциация за отмену

смертной казни, Американский институт бухгалтеров; Ассоциация акционерного капитала актеров; Американская ассоциация актуариев; Ассоциация рекламы; Ассоциация воздухоплавания; Академия истории и искусства Олбани; Ассоциация прихожан; Американская академия в Риме; Американское антикварное общество; Ассоциация борьбы за права американских граждан; Американская федерация труда; «Аmore» (Орден розенкрейцеров); клуб «Анди-рон»; Американо-ирландская историческая ассоциация; Ассоциация борьбы с курением; Ассоциация борьбы с ненормативной лексикой; Ассоциация археологов Америки; Ассоциация лучников; Общество пения «Арион»; Американская ассоциация астрономов; Ассоциация заводчиков айришских коров; Ацтекский клуб 1847 года.

Причем перечень этот отнюдь не полон, организаций на букву «А» найдется немало.

В справочнике американских газет за 1928 год перечислено 22 128 периодических изданий, выходящих на территории Америки. Я наугад выбрал список чикагских газет на букву «N». В него входят:

Narod (ежедневное издание на чешском языке); *Narod-Polski* (ежемесячник на польском языке); *N.A.R.D.* (издание для фармацевтов); *National Corporation Reporter*; *National Culinary Progress* (издание для шеф-поваров гостиниц); *National Dog Journal*; *National Drug Clerk*; *National Engineer*; *National Grocer*; *National Hotel Reporter*; *National Income Tax*

Magazine; National Jeweler; National Journal of Chyropactic; National Live Stock Producer; National Miller; National Nut News; National Poultry, Butter and Egg Bulletin; National Provisioner (для упаковщиков мясной продукции); National Real Estate Journal; National Retail Clothier; National Retail Lumber Dealer; National Safety News; National Spiritualist; National Underwriter; The Nation's Health; Naujienos (ежедневная газета на литовском языке); New Comer (республиканский еженедельник для итальянцев); News Daily; The New World (католический еженедельник); North American Banker; North American Veterinarian.

Тираж некоторых изданий весьма солиден. Так, *The National Life Stock Parker* выходит в количестве 155 978 экземпляров, *The National Engineer* – 20 328, *The New World* – около 67 000. Больше половины перечисленных газет и журналов, взятых мною наугад, выходят тиражом более 10 000 экземпляров.

С первого же взгляда видно, сколь все эти издания разные. При этом они дают лишь самое поверхностное представление о раздробленности нашего общества и транслируют факты и мнения, значимые только для отдельных его категорий.

Вот перечень мероприятий, запланированных в Кливленде (штат Огайо); он приводится в одном недавнем выпуске *World Conention Dates*. Это лишь малая доля из пяти с половиной тысяч съездов и митингов:

Съезд Американской ассоциации фотогравировщиков;

пикник Ассоциации писателей; съезд Рыцарей святого Иоанна; встреча Лиги стрелков; Съезд Национальной ассоциации вязальщиц верхней одежды; съезд Рыцарей святого Иосифа; съезд Королевского ордена Сфинкса; съезд Ассоциации ипотечных банкиров; встреча Международной ассоциации государственных служащих; встреча клуба Kiwanis в Огайо; съезд Американской ассоциации фотографов-граверов; выставка автопроизводителей Кливленда; съезд Американского общества инженеров теплоснабжения и вентиляции.

Помимо них в 1928 году проходили встречи Ассоциации производителей протезов; Национальной ассоциации любителей цирка Америки; Американской ассоциации натуропатов; Американской ассоциации стрельбы по мишеням; Техасской фольклорной ассоциации; Ассоциации отельных портье; Ассоциации заводчиков лис; Ассоциации производителей инсектицидов и дезинфицирующих средств; Национальной ассоциации производителей упаковки для яиц; Американских производителей газированных напитков; а также Национальной ассоциации упаковщиков соевых, не говоря уже про Черепаши бега, причем большинство встреч сопровождалось банкетами и речами.

Даже попытайся мы привести полный список всех зарегистрированных организаций и учреждений (который никогда не составлялся), все равно он был бы не полон, ведь есть огромное количество сообществ, существующих неофициально, но ведущих активную деятельность. Люди обменива-

ются идеями и убеждениями во время игры в бридж, утверждают свой авторитет с помощью общественных акций и любительских представлений. Тысячи женщин, сами того не зная, вступают в невидимое сообщество, когда следуют законам моды, заявленной кем-то из влиятельных персон.

Эту мысль высмеял журнал *Life* в сатирической статье, где американец отвечает британцу, восхищавшемуся тем, что в стране нет классов и каст.

«Ага, у нас всего-то четыреста богатейших семейств, „белые воротнички“, бутлегеры, воротилы с Уолл-стрит, бандиты, Дочери американской революции, Ку-клукс-клан, Колониальные дамы Америки, масоны, ротарианцы¹ с прочими волонтерами, „Рыцари Колумба“, Благотворительный орден охраны лосей, Фонд цензоров, Общество знатоков искусств, мормоны, Женский христианский союз трезвости, политики, менкенисты², пизжоны, иммигранты, радиоведущие, а еще богачи и бедняки».

Следует, однако, помнить, что эти сообщества тесно переплетены друг с другом. Условный Джон Джонс может быть не только ротарианцем, но и состоять в университетском братстве, в политической партии, в благотворительной организации, в профессиональном союзе, в местной торговой

¹ Ротарианцы – члены ротари-клубов, гуманитарно-благотворительных организаций. Первый клуб был основан 23 февраля 1905 года.

² Менкенисты – последователи Генри Луи Менкена, американского эссеиста, который широко комментировал социальную жизнь, литературу и современные ему движения. Идеино близки к анархистам (здесь и далее прим. переводчика).

палате, в лиге борцов за права или ограничения, в обществе за или против снижения тарифов, а заодно в гольф-клубе. Идеи, которые он впитал как ротарианец, он стремится распространить и в других сообществах, где может пользоваться немалым авторитетом.

Эта невидимая и запутанная сеть союзов и есть тот самый механизм, с помощью которого демократия формирует коллективный разум и упрощает групповое сознание. Отрицать его существование – все равно что требовать от общества, чтобы оно изменилось до неузнаваемости. Признавать же его наличие, но думать, будто этот механизм не используется, – глупо и бессмысленно.

Эмиль Людвиг описывал Наполеона как человека, *«внимательно следящего за общественным мнением и трепетно прислушивающегося к гласу народа, который неподвластен никаким расчетам. „Знаете, что поражает меня более всего? – писал император в свое время. – Что власти бессильны им управлять“».*

Цель моей книги – объяснить действие механизмов, которые контролируют общественное мнение, и описать, как их используют специалисты, решившие внушить аудитории определенную идею или предложить ей товар. Также мы попытаемся выяснить, какое место новая пропаганда занимает в современном демократическом обществе, и сформулировать некоторые этические правила и рекомендации.

Глава 2

Новая пропаганда

В пору расцвета монархии Людовик XIV скромно заметил: «Государство – это я». И был совершенно прав.

Однако шли годы. Паровой двигатель, печатный станок и государственная школа, великая триада промышленной революции, лишили королей власти, отдав ее простому люду. Политическая власть немыслима без власти экономической, а та оказалась под контролем народа. Сама история промышленной революции наглядно показывает, как власть переходила из рук королей и аристократии к представителям буржуазного класса. Всеобщее избирательное право и школьное образование усилили эту тенденцию – и вот даже буржуазия стала пасовать перед рядовыми гражданами. На престол вошли массы.

Тем не менее сегодня возникает обратная тенденция. Набирают силы меньшинства, которые нашли отличный инструмент для давления на большинство. Оказывается, сознание масс можно контролировать и направлять в строго заданную сторону. При нынешнем устройстве общества это неизбежно. Все, что сегодня имеет сколь-нибудь важное значение – будь то политика, финансы, промышленность, сельское хозяйство, благотворительность, образование, лю-

бая другая сфера, – делается с помощью пропаганды. Пропаганда – главный инструмент невидимого правительства.

Предполагалось, что распространение грамотности позволит обычному человеку контролировать свое окружение. Как только он научится читать и писать, то обретет и способность к управлению. Так гласит главный принцип демократии. Однако вместо осознанности всеобщая грамотность дала человеку лишь набор штампов: рекламные слоганы, срочные новости, обрывки научных фактов, бред из таблоидов и прочие банальности, начисто лишенные оригинального смысла. У всех людей, несмотря на их количество, набор штампов совершенно одинаков, а значит, если подвергнуть их воздействию одних и тех же стимулов, эффект будет един. Возможно, это кажется преувеличением, но американская общественность получает большинство своих идей именно таким оптовым способом.

Разносить идеи в столь значимых масштабах нам позволяет пресловутая пропаганда, в широком смысле понимаемая как организованные усилия по распространению определенной веры или доктрины.

Я отдаю себе отчет в том, что слово «пропаганда» для многих имеет негативный оттенок. Однако качество пропаганды, будет ли она «хорошей» или «плохой», зависит исключительно от значимости продвигаемых идей и достоверности распространяемых сведений.

Само по себе слово «пропаганда» имеет вполне конкрет-

ное значение, которое, как и большинство понятий в нашем мире, приобретает положительный или негативный оттенок только в зависимости от обстоятельств. В «Словаре Фанка и Вагнольса» дается четыре определения этого термина:

1. Сообщество кардиналов, надзирателей иностранных миссий; см. также Коллегиум пропаганды в Риме, учрежденный папой Урбаном VIII в 1627 году для обучения священников-миссионеров; Конгрегация пропаганды веры.

2. Соответственно любая организация или план действий для распространения доктрин или систем.

3. Систематические усилия, направленные на получение общественной поддержки того или иного мнения или курса действий.

4. Принципы, внедряемые с помощью пропаганды.

В недавнем номере журнала Scientific American был опубликован призыв вернуть уважительное значение этому «прекрасному старому слову».

«В английском языке не найдется других понятий, чей смысл искажается столь печальным образом, как у слова „пропаганда“. Оно кардинально поменяло свое значение в годы недавней войны, когда термин приобрел явно злоеущий оттенок.

Обратившись к Нормативному словарю английского языка, вы обнаружите, что изначально этим словом обозначали собрание кардиналов, призванных надзирать за иностранными миссиями, которое было учреждено в Риме в

1627 году. Также оно применялось в отношении Коллегиума пропаганды веры в Риме, основанного папой Урбаном VIII для обучения священников-миссионеров. Со временем слово стало использоваться для обозначения любой организации, созданной с целью распространения в обществе той или иной теории или доктрины.

Исходя из этого определения, можно увидеть, что в своем истинном значении пропаганда является совершенно естественной формой человеческой деятельности. Любое сообщество: и социальное, и религиозное, и политическое, которое придерживается определенных убеждений и стремится распространять их в доступной ему форме, занимается именно пропагандой.

Истина сильна и должна быть превыше всего. Если какая-либо группа людей уверена, что обнаружила ценное знание, распространять его – не только их право, но и прямая обязанность. Когда члены сообщества поймут (а это должно случиться довольно скоро), что распространять истину для широких масс можно лишь с помощью организованных усилий, они начнут использовать печатный станок и трибуну – поскольку это самые эффективные способы сообщить о своем открытии. Пропганда станет злом и заслужит порицания лишь в том случае, если авторы сознательно и намеренно будут распространять ложные сведения или стремиться к выгоде в ущерб общему делу.

„Пропганда“ в своем исходном значении – совершенно

приличное слово с честным происхождением и славной историей. Тот факт, что сегодня оно приобрело негативный смысл, говорит лишь о том, сколь сильны во взрослых людях детские заблуждения. Возьмем группу активистов, которые выступают в поддержку определенной позиции по какому-либо спорному вопросу, полагая, что их мнение отвечает интересам общества. Пропаганда? Никоим образом! Просто открытое высказывание истины. Но вот их оппоненты, они демонстрируют иные взгляды – и мы навесим на них злоеший ярлык пропагандистов...

Есть одна старая мудрая пословица: „Меряй всех одной мерой“. Давайте же вернем этому прекрасному древнему слову истинное значение, чтобы наши потомки не стеснялись его использовать».

Поразительно, как часто исход дела зависит исключительно от пропаганды. Откройте любую газету, начните читать между строк – и поймете, какую власть она оказывает на общественное мнение. Например, сегодня, когда я писал эту главу, на первой полосе *New York Times* были опубликованы восемь новостных сюжетов. Четыре из них – то есть половина – явно имеют пропагандистский характер. Случайный читатель увидит лишь простые новости. Но так ли это на самом деле? Вот заголовки:

ДВЕНАДЦАТЬ СТРАН ПРЕДУПРЕЖДАЮТ: КИТАЙ ПОЛУЧИТ ПЕРЕДЫШКУ ЛИШЬ В СЛУЧАЕ ПРОВЕДЕ-

НИИ НАСТОЯЩИХ РЕФОРМ

ПРИТЧЕТТ СООБЩАЕТ О ГРЯДУЩЕМ КРАХЕ СИОНИЗМА

РИЕЛТОРЫ ТРЕБУЮТ СОЗДАНИЯ ТРАНЗИТНОЙ СПРАВОЧНОЙ СИСТЕМЫ

ОТЧЕТ ФОНДА ГУВЕРА: НЫНЕШНИЙ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ – САМЫЙ ВЫСОКИЙ ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ СТРАНЫ

Внимательно прочитаем материалы по порядку. В статье про Китай приводятся выдержки из коллективного отчета Комиссии экстерриториальности в Китае и излагается позиция властей по поводу беспорядков в стране. Однако содержание не так важно – куда интереснее подтекст. В материале приводится информация, «озвученная Государственным департаментом», – с целью показать американцам позицию Госдепа. Источник придает публикации немалый вес; американская общественность, как правило, испытывает склонность поддерживать позицию своих властей, поскольку убеждена в их правоте.

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.