



Олег Иванов

МАНИПУЛЯЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

16+

Олег Борисович Иванов
**Манипуляция общественным
сознанием: теория и практика**

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67942904
SelfPub; 2022*

Аннотация

Информационное общество ежедневно, а то и ежеминутно ставит перед сложными вызовами и государства, и социальные группы, и каждого отдельного человека. Трудно не заблудиться в потоке новостей и мнений, осознавать собственные интересы, строить планы, в соответствии с собственными, а не навязанными разными – от политических до коммерческих – интересами. В книге рассмотрена история манипуляции сознанием, ее основные методы и техники, а также изменения в них, связанные с появлением новых типов информационного и коммуникационного пространств – интернет-СМИ и социальных сетей.

Содержание

От автора	4
ЧАСТЬ I	7
Глава 1. Понятие манипуляции	7
1.1 Манипуляция в исторической перспективе	15
1.2 Задача, причины эффективности	22
Глава 2. Манипуляция сознанием. Приемы, техники, цели.	36
2.1. Слово и его могущество	36
Конец ознакомительного фрагмента.	55

Олег Иванов

Манипуляция

общественным сознанием:

теория и практика

От автора

Информационное общество ежедневно, а то и ежеминутно ставит перед сложными вызовами и государства, и социальные группы, и каждого отдельного человека. Трудно не заблудиться в потоке новостей и мнений, осознавать собственные интересы, строить планы, в соответствии с собственными, а не навязанными разными – от политических до коммерческих – интересами.

Интересы государства зачастую идут вразрез с интересами общества и конкретного индивида, но для обеспечения выживания и стабильности государство вынуждено применять те или иные технологии управления обществом. Основных таких систем всего две – основанная на насилии и основанная на убеждении. Первая система использует механизм государственного принуждения, вторая – работает с массо-

вым сознанием, убеждением граждан в правоте государства и его деятельности на пользу каждому гражданину. Однако разъяснять свою позицию и добиваться согласия по каждому конкретному вопросу у государства возможности нет. Поэтому власть прибегает к манипуляции общественным сознанием, то есть, с помощью сложных приемов и технологий заставляет общество принимать его позицию

Разумеется, в чистом виде этих систем не существует. Все государства в той или иной степени используют и насилие, и манипуляцию – кто-то большей, кто-то меньшей. Если в Древнем мире, в Средние века и вплоть практически до середины прошлого столетия почти повсеместно применялось «законное насилие», то в наше время, когда по всему миру торжествуют гуманистические ценности, а гражданское общество укрепляется, властям приходится искать более эффективные методы влияния на него.

В тоталитарных и авторитарных государствах с сильной исполнительной властью для управления обществом активнее применяется механизм государственного принуждения. В демократических же государствах, где гражданское общество – довольно самостоятельный и сильный институт, чаще используется манипуляция сознанием.

В этой книге будет рассмотрена история манипуляции сознанием, ее основные методы и техники, а также изменения в них, связанные с появлением новых типов информационного и коммуникационного пространств – интернет-СМИ и

социальных сетей. Надеюсь, вам будет интересно и полезно прочитать ее!

Олег Иванов, руководитель
Центра урегулирования
социальных конфликтов

ЧАСТЬ I

Глава 1. Понятие манипуляции

Первоначально слово «манипуляция» (от лат. *manipulus* – пригоршня, пучок) использовалось как обозначение сложного ручного действия, требующего определенного навыка и ловкости. В медицине «манипуляцией» является, например, забор анализов, осмотр пациента, при котором врач прикасается руками к пациенту или такая сложная процедура как гастроскопия, при которой специальный прибор (эндоскоп) вводится в желудок пациента и является как бы продолжением руки доктора. Манипуляцией можно называть и ручное управление механизмами вроде ручного тормоза в автомобиле или стоп-крана в поезде.

Однако в межличностных отношениях, а также в социальной психологии манипуляцией сознанием в общем виде называется *скрытое управление мнениями, желаниями и поведением людей*, психологическое воздействие, направленное на подсознательное, неявное побуждение объекта к совершению определенных действий (или, напротив, к бездействию) в целях манипулятора или – реже – манипулируемого.

Манипуляция в целях манипулируемого называется аль-

триистической и используется в основном в отношениях близких людей, например, в воспитании детей – как в семье, так и в детских учебных заведениях. Эта традиция имеет давние корни и определенные ритуалы вроде уговоров ребенка: «Съешь ложечку за папу, ложечку за маму, ложечку за кошечку и т.д». Родитель тут преследует несомненно важную цель – накормить нежелающего есть ребенка. Однако совсем другое дело, когда из тех же благих побуждений родитель пугает и дезориентирует ребенка: «Не доешь, оставишь на тарелке всю свою силу»¹. Если в первом случае мы имеем дело пусть и с фантазийной, но мотивирующей манипуляцией, то во втором – с запугиванием при столь же фантастических основаниях.

Так или иначе действие манипулятивного характера, которые можно наблюдать в семье, среди близких людей, направлены на их реальное или воображаемое манипулятором благо.

Таким образом *исключительно* негативное восприятие этого термина не представляется оправданным. Все люди в той или иной степени являются манипуляторами. Мы манипулируем своими детьми, чтобы они лучше учились, больше читали, лучше ели, когда поддаемся им в играх, а они –

¹ Наверняка почти все мы слышали такие наставления в детстве. Однако, несмотря на современные представления о культуре питания, а также расстройствах пищевого поведения и их причинах, подобные правила до сих пор с легкостью находятся в интернете. См. например https://www.astromeridian.ru/magic/edu_ostavlyat_na_tarelke_primeta.html?amp

нами, когда им что-то от нас нужно. Родственники, друзья и коллеги манипулируют друг другом в каких-то своих целях, практически каждый день мы взаимодействуем со своим окружением через этот способ коммуникации.

Социолог Сергей Кара-Мурза в своей книге «Манипуляция сознанием» выделяет манипуляцию из межличностных отношений, по его мнению, «манипуляция – это часть технологии власти, а не воздействие на поведение друга или партнера», которую нужно отличать от *ритуала*, *этикета* и даже *обмана*.

В социологическом смысле *ритуал* – это сложившаяся в течение долгого времени практика заявлять о своих намерениях, выражать свои чувства. Например, ритуал ухаживания включает в себя определенный набор действий – цветы, приглашения в кино и театр, прогулки, личные разговоры и т.д. – с помощью которых мужчина демонстрирует женщине, что она ему нравится и он готов к серьезным отношениям с ней. Тот же ритуал требует от женщины определенных реакций на внимание мужчины – кокетства. Если же оно ей неприятно, то она отказывается от приглашений и подношений; а если принимает их, то так же показывает готовность вступить в отношения. По мнению, Кара-Мурзы важнейшим отличием манипуляции от любовного ритуала является искренность намерения. Если кто-то из участников ритуала оболъщения преследует иную, чем желание быть вместе, *скрытую* цель (вступить в выгодный брак, самоутвер-

диться за счет влюбленности и обожания партнера), то социально одобряемое поведение, конкретный образ которого укоренен в каждой культуре, превращается в манипулятивное.

Кара-Мурза также не считает манипуляцией *этикет*. Исследователь предполагает, что этикет – это не просто правила вежливости, принятые в том или ином обществе или сообществе, а «воздействие на поведение окружающих с помощью иносказаний и умолчаний, языка знаков, понимаемых только в определенной культуре». Для современного человека, данное толкование этикета выглядит слишком уж специальным, поскольку глобализация, с одной стороны, привела человечество к некоему «усредненному» этикету, с другой – в исследованиях социальных антропологов описывается такое количество неочевидных для постороннего взгляда знаков конкретных культур, что любой, кто планирует оказаться и как-то действовать в непривычной среде, может ознакомиться с этими исследованиями и чувствовать себя среди «чужих» как рыба в воде. Вопрос только с какими – искренними или корыстными – намерениями. Вообще распространение всевозможной информации о «жизни других» в наши дни является мощнейшим инструментом манипуляции сознанием, но об этом – в следующих главах.

Обман часто путают с манипуляцией, но сам по себе он является лишь ее частным случаем, приемом, поскольку сам по себе он не может оказывать манипулятивное воздействие.

Популярнейшая в начале 1990-х и неоднократно пытавшаяся возродиться в последующие годы финансовая пирамида МММ обещала своим участникам многократное быстрое обогащение. И действительно, тогда многим людям удалось удачно «сыграть в МММ». Обманом в ситуации МММ являлось то, что гражданам обещали бесконечный рост дохода от вложенных средств, не объясняя, что МММ, как и любая финансовая пирамида не имеет бесконечного ресурса и рано или поздно, количество вкладчиков желающих получить свои в несколько раз выросшие вклады превысит количество новых, да и просто количество средств у компании. Однако это было именно обманом, сокрытием информации, что в принципе является характерной чертой хеджированного (с высокой степенью риска) бизнеса. Манипуляция сознанием началась с появлением рекламных роликов, объявлявших вкладчиков МММ «не халявщиками, а партнерами», то есть, людьми, принимающими решения фактически на равных с руководителями пирамиды и, в случае форс-мажоров, рассчитывающих на их поддержку. Разумеется, все это оказалось фикцией, МММ быстро разорилась, вкладчики понесли серьезные потери, многие, вдохновившись мнимым «партнерством» даже продали свое жилье. Хотя до роликов о «партнерах» граждане относились к МММ с осторожностью, как к некой игре, которая может принести немного лишних денег в семейный бюджет («Куплю жене сапоги!»), то публичное объявление простых вкладчиков «партнера-

ми», а не «халявщиками» спровоцировало их нести в МММ все больше и больше денег, относясь к чужому бизнесу как к собственному проекту. То есть была достигнута основная цель манипуляции как психического воздействия: не только заставить человека сделать что-то, чего хотят от него другие, но и заставить его захотеть именно этого.

Пример МММ доказывает, что никакая манипуляция невозможна без взаимодействия манипулятора и манипулируемого. Эту связь подчеркивают и исследователи, по их мнению, человек становится жертвой манипуляции только в том случае, если включается в нее как соучастник, а то и соавтор, который пересматривает свои первоначальные намерения под воздействием внешних сигналов и следует навязанной программе, при этом считая ее своей собственной. По словам С. Кара-Мурзы, манипуляция – это не насилие, а соблазн, которому может противостоять лишь человек, обладающий свободой воли и духа. Впрочем, манипуляторы часто обращаются к объектам манипуляции, используя именно понятие *свободы, свободы выбора, ответственности* за себя и свои решения. Другое дело, что выбор, который предлагает манипулятор, как правило, оказывается в лучшем случае мнимым, а, как правило, ложным. Например, в ноябре 2013 года украинская оппозиция спровоцировала граждан выйти на Майдан под лозунгом: «нет – Таможенному союзу (с Россией и Белоруссией), да – вступлению в ЕС». И хотя переговоры о вступлении в Таможенный союз в тот мо-

мент украинским руководством не велись, да и о полном членстве в Евросоюзе речи не было, граждане вышли на улицы в защиту не существовавшего в реальности выбора. Украинские оппозиционеры просто намеревались свергнуть тогдашнего президента страны Виктора Януковича, чего и добились спустя несколько месяцев, когда о первоначальной идее, заставившей людей выйти на майдан, уже забыли или почти забыли. Подробнее о манипуляциях в ходе «цветных революций» мы поговорим ниже.

Итак, манипуляция – это не обман, не злоупотребление доверием, не мошенничество; скорее, это можно сравнить со «спором наоборот». Если в споре каждая сторона открыто высказывает свои аргументы и пытается опровергнуть аргументы другой стороны, то манипулятор не спорит, а «наводит» оппонента на определенную мысль, при этом оппонент должен быть уверен в том, что он пришел к этой мысли, к этим выводам самостоятельно, без помощи извне.

Условно можно выделить два основных вида манипуляции:

- в целях манипулятора (наиболее распространен и не всегда вреден для манипулируемого или третьих лиц);
- в целях манипулируемого (встречается существенно реже, как правило, при взаимодействии манипулятора со своими детьми и другими близкими людьми).

Тут необходимо отметить, что манипуляция – это в первую очередь умение пользоваться определенными техно-

логиями воздействия на людей и осознание применения этих технологий. Манипуляцией нельзя назвать случайное совпадение событий («после» не означает «вследствие»): взрослый подходит к заплакавшему ребенку не потому, что тот «манипулирует», а чтобы узнать, что произошло и успокоить. Истеричного человека называют «манипулятором» исключительно на бытовом уровне, манипулировать сознанием, особенно большого количества людей могут только профессионально подготовленные люди, способные просчитать и этапы манипуляции и ее последствия. Прославленные в литературе и особенно в кинематографе самородки вроде «Талантливого мистера Рипли» (Патриция Хайсмит, 1955; экранизирован в 1960-м и в 1999-м) или героя недавнего сериала «Медиатор» (START, 2021) успешны только в выдуманной реальности, да и то лишь в начале истории. И хотя в современном информационном поле бытовой манипуляции и особым способностям к ней уделяется колоссальное внимание, предметом этой книги она не является – скорее наоборот, ниже будет рассмотрена и та особенность современной культуры, в которой почти любое взаимодействие между людьми объявляется манипулятивным.

Также важно отметить, что для успешной манипуляции необходимо и формирование контекста – фальшивой или искаженной действительности. Какими методами и как именно это происходит, будет рассказано во второй части этой книги.

Как уже говорилось выше, саму по себе манипуляцию нельзя рассматривать как однозначно негативное явление, манипуляция – это прежде всего технология, а технология по определению не может быть плохой или хорошей, вопрос только в том, с какими намерениями она используется.

Государство применяет эту технологию для достижения общественного согласия, одной из главных (наряду с силой) составляющих управления государством.

1.1 Манипуляция в исторической перспективе

Наиболее архаической формой манипуляции являются магическая и религиозная – шаманы, жрецы, священнослужители любых конфессий, даже гадалки и знахари за счет своего авторитета, умения использовать в собственных целях разнообразные природные явления и представления о психологии человека, а также апеллируя к «высшему разуму» способны влиять на настроения общества и сообществ, призывать их к чему-либо или запрещать, объявлять те или иные проявления человеческой жизни приемлемыми или неприемлемыми. Нужно истолкование «знамений», «чтение» по бараньей кости или линиям на ладони, явления святых и умелое распознавание признаков грядущего конца света используется с древнейших времен. Верующие люди до сих пор убеждены, что всякая власть (кроме атеистической,

естественно) – от Бога, и это помогает государству создавать взаимовыгодные альянсы с религиозными организациями. Для государства религия – оплот и поддержка традиционных ценностей и существующего социального порядка, религиозным организациям господдержка помогает расширять круг своих адептов. Ну а человек не может жить в ценностном вакууме, а религия дает ему необходимую опору в жизни – идеологию, мораль, ценности, то есть, насыщенную духовную жизнь, что, безусловно, идет во благо и человеку и обществу. Другое дело, что, когда религия становится государственной, она превращается в инструмент манипуляции и даже принуждения к определенному образу мыслей и поведению, как, например, «Талибан»² в Афганистане.

Средневековая католическая инквизиция объявляла еретиками, колдунами и ведьмами политических и религиозных оппонентов. И дело тут не только в несогласии с официальной позицией церкви по какому-либо вопросу, «охота на ведьм», пытки и жестокие публичные казни служили не только наказанию и устрашению, но и объяснению «происками еретиков» неурожаев, эпидемий и других катастрофических событий в жизни средневекового человека. Нельзя с уверенностью утверждать, что сами инквизиторы не верили в то, что делают, и сжигали своих противников на кострах только ради управления толпой, но очевидно, что манипуляция сознанием в публичных казнях и обвинениях без сомне-

² Организация запрещена на территории Российской Федерации.

ния присутствовала. Интересно, что недавно, в рамках уже «новой этики» в Испании были реабилитированы несколько тысяч «ведьм», сожженных в Средние века.

В конце V века до н.э. в Афинах появляются политики-демагоги – выходцы «из низов» Клеон и Гипербол, аристократические противники обвиняют их в безответственности и популизме, заигрываниями с самыми низменными инстинктами толпы. Приемы, которыми ораторы-демагоги добивались своих целей (ошибочные силлогизмы, подмена тезиса, концентрация на частностях, переход от обсуждения предмета спора к обсуждению личности, ложные дилеммы и др.) используются и в современных манипуляциях сознанием. Так или иначе демагог всегда считает правильным только тот аргумент, который направлен на достижение его цели; истинное положение вещей его не интересует.

Чуть позже возникает герменевтика – наука о толковании текстов. Первоначально она была посвящена изучению и интерпретации древних текстов. В контексте манипуляции общественным сознанием «интерпретация» – это восстановление неявных или скрытых связей с контекстом (С.Кара-Мурза); заданность интерпретации того или иного события лежит в основе манипуляции. В то же время именно умение человека самостоятельно мыслить и интерпретировать события защищает его от манипуляции и позволяет ему самому принимать решения.

В Средние века основным предметом герменевтики ста-

ло толкование Священного Писания. Бесконечные богословские диспуты порождали все новые и новые «ереси», ну а судьбы еретиков находились в руках Святой Инквизиции, которая легко отправляла на костер чрезмерно, на ее взгляд, увлекшихся толкованием Писания богословов.

Флорентийский философ и государственный деятель Николо Макиавелли (1469-1527) переносит принципы герменевтики в политику. Он отбрасывает схоластические (формально-религиозные) принципы политики и заменяет их рационализмом и реализмом – «цель оправдывает средства». Макиавелли утверждал, что в политических интересах можно преступать законы религии, морали, нравственности и т.д. Он первым заявляет, что власть держится на *силе* и *согласии* («макиавеллиевский кентавр»), из чего следует, что обязанностью правителя является разнообразными способами поддерживать согласие (лояльность) подданных, а также умело разделять неоднородные группы населения, провоцировать конфликты между ними, а самому выступать единственной сдерживающей справедливой силой. Макиавелли считается «отцом» манипуляции сознанием, более того, до недавнего времени саму эту технологию называли «макиавеллизмом»³.

³ Сейчас термин «макиавеллизм» в значении «манипуляция и эксплуатация других, пренебрежение моралью, сосредоточенность на собственных интересах» используется в психологии. Наряду с нарциссизмом и психопатией, макиавеллизм является частью т.н. «темной триады» – характеристики асоциальной, не способной к адаптации в обществе личности.

Николо Макиавелли считал, что слова и действия политиков всегда нуждаются в интерпретации, от точности которой зависит успех власти. Да и сам он, как выяснили исследователи в конце XX века, интерпретировал идеи античных философов – Платона, Теренция, Ливия.

После выхода трактата Макиавелли «Государь» и исторически совпавшим с этим периодом европейских буржуазных революций философско-политическая мысль начинает развиваться стремительно: доктрина «реальной политики» оказывается крайне востребованной в новом буржуазном обществе – с ее помощью новый социальный класс буржуазия начинает утверждать свои политические и властные права.

Буржуазия стремилась к власти, но без участия народа, особенно городского населения, отобрать ее у монархов не могла, следовательно ей нужно было как-то объяснить гражданам необходимость перемен, чтобы спровоцировать революции и удержать их достижения. Тогдашние ученые вносили свой гигантский вклад в правильное для буржуазии поведение масс. И хотя основные принципы и методы манипулирования общественным сознанием были сформулированы и разработаны в XX веке, их основы были заложены именно в тот период.

В частности, Томас Гоббс создал ключевой и для современного капитализма тезис о «войне всех против всех». В его трактовке человек предстает одиночкой, вынужденным отстаивать свои интересы в этой войне.

Мыслители эпохи Просвещения во Франции подготовили общественное сознание к слому старого порядка. Сергей Кара-Мурза называет их деятельность «организованной кампанией» по манипуляции сознанием населения: богатейшие люди страны привлекали писателей и ученых, чтобы те воздействовали на общественное мнение и смогли переключить недовольство городской бедноты новой буржуазией на недовольство режимом в целом. Оружием богачей стало именно то, что им в принципе враждебно, – стремление граждан к свободе, равенству и справедливости.

В ходе Великой Французской революции стало понятно, что важнейшим средством власти, определяющим ее идеологию, является *язык*. Именно он помогает контролировать две важнейшие сферы духовной и социальной деятельности человека – *познание* и *общение*. Поданное в правильной идеологической парадигме знание и идеологически верные практики и темы общения власти с народом как ничто другое способствует поддержанию согласия в государстве.

Идеологи Великой Французской революции начали создавать новый язык: они поменяли названия месяцев, разработали метрическую систему, создали новый тип школы, где с самого начала ученики делились на тех, кто в дальнейшем сможет манипулировать чужим сознанием в собственных и властных интересах, и тех, кому предстояло поддаваться этим манипуляциям. Понятное дело, что последних было большинство.

В XX веке, с появлением средств массовой информации нового типа – кино, радио, телевидения, интернета – искусство манипуляции достигло поистине небывалых высот: скорость распространения каждого сообщения и параметры его аудитории изменились в тысячи раз. Если еще в начале XX века газеты были доступны только грамотным людям, да и то не везде: новость о каком-либо событии в провинции могла неделями добираться до столиц и наоборот, то на протяжении столетия скорость распространения информации постоянно увеличивалась и в наши дни достигает буквально нескольких секунд (например, стримы с украинского майдана-2013 или протестов в Белоруссии в августе-сентябре 2020 года показывали происходящее в режиме реального времени); ну а для того чтобы получать информацию теперь не нужно никакой подготовки, да даже и особенного желания – она сама находит человека. В наши дни воспринимать, да и самостоятельно «производить» и передавать информацию теперь может любой человек, у которого есть мобильное устройство с камерой и/или диктофоном и постоянным выходом в интернет. Казалось бы, такое богатое меню для познания, а с появлением социальных сетей и общения за рамками личного и/или рабочего круга должно было бы минимизировать эффективность манипуляции (каждый ведь может разобраться в любой ситуации сам!), однако получилось совсем наоборот: манипуляции сознанием стало еще больше. Особенно с появлением социальных сетей, видеосерви-

1.2 Задача, причины эффективности

Итак, основная задача манипуляции общественным сознанием – с помощью различных методов (убеждение, критика иных государств и обществ, пропаганда, «демократические» выборы, политические ток-шоу, различного уровня «зрелища» на любой вкус и цвет) создать в обществе такое информационное пространство, которое убедит граждан в том, что все (или большинство) государственных решений принимаются им во благо. Иными словами – создать такое общество, в котором большинство граждан было бы лояльно действующей власти. Разумеется, достижение лояльности и согласия – цель любой власти и в общем-то не противоречит целям самого общества, другое дело, что достигать этого можно с помощью реальных успехов в экономической и социальной политике, развитым институтам гражданского общества, эффективной исполнительной власти, справедливому распределению ресурсов, но это, к сожалению, скорее, мечта, в реальности власти чаще используют манипуляции общественным сознанием. Можно сказать, создают «правильную» оптику для восприятия и оценки своих действий. Причем манипуляция может быть как ситуативной, касающейся конкретного события, так и системной, относящейся к поддержке функционирования необходимых для

существования государства социальных институтов, процессов и норм – армии, родительства, выборов и т.д.

Рассмотрим, как осуществляется системная манипуляция на этих трех примерах.

Итак, армия.

Любому государству необходимо защищать себя и проводить свою политику не только дипломатическими, но и военными средствами. Для этого каждая страна содержит вооруженные силы – армию. Ученые, как правило, выделяют внутренние и внешние функции этого социального института:

а) внешние – сохранение неприкосновенности границ, обеспечение суверенитета государства, благоприятных условий для осуществления внутреннего комплекса задач, решения проблем, имеющих общечеловеческое значение, помощь жертвам агрессии, союзникам;

б) внутренние – обеспечение власти господствующей социальной группе, прекращение и предотвращение внутренних социальных конфликтов, грозящих развалом государству, т.е. сохранение его территориальной целостности, воспитание у граждан готовности защиты своей Родины, формирование навыков нравственного поведения в последующей трудовой деятельности, морально-психологическая подготовка молодежи к жизненным трудностям.

Армия бывает призывной и контрактной, в большин-

стве стран, впрочем, действует смешанная система, но вне зависимости от нее государству нужно привлекать в вооруженные силы новых бойцов, а также обеспечивать армии уважение общества. Для этого используются как реальные, так и манипулятивные средства. К реальным относятся разнообразные льготы (например, при поступлении в вуз или на работу в силовые ведомства, военная ипотека и т.д.), приобретение во время службы полезных жизненных и профессиональных навыков – водительских прав, гражданских профессий и т.д.; обеспечение возможности связать свою жизнь с армией (сверхсрочная служба). Манипулятивно-пропагандистскими являются попытки стимулировать интерес к службе с помощью искусства – книг и особенно фильмов, в которых создается «потемкинская деревня» условий службы и отношений между сослуживцами – см., например, сериалы «Граница», «Осторожно, Задов!», комедию «ДМБ», посмотрев которые, можно представить себе службу в армии сплошным алкогольно-любовным приключением в компании веселых и остроумных людей, которые непрерывно совершают какие-то идиотические поступки, но вместо наказания получают лишь мудрые советы от добрых и внимательных наставников-офицеров. Понятно, что в реальности служба в армии сильно отличается от того, что показывают с кино- и телеэкранов.

Кроме того, патриотическое воспитание начинается буквально с детского сада – мальчиков одевают в военную фор-

му, отправляют в военизированные походы по местам боевой славы. Сам по себе патриотизм является нормальным качеством взрослой личности, но проявляться он может не только в форме службы в армии, но и в работе на военную промышленность и медицину, да и просто любой человек, честно и профессионально работающий на своем месте, укрепляет обороноспособность своей родины.

Другое дело, что служба в армии часто подается как необходимость для каждого будущего мужчины: «не служил – не мужик», «мужиками становятся только в армии», «мужчина должен родину защищать». Все это настойчиво внедряется и в частном порядке – учителями в школе, старшими родственниками, и на уровне массовой культуры. В результате внушения таких паттернов служба в армии начинает восприниматься не как долг гражданина, а как необходимая инициация молодого мужчины, повинность, которую обязательно нужно отбыть. В нашей стране призыву подлежат все мужчины, подходящие по здоровью, однако в странах, где армия является контрактной, отношения к службе в ней примерно такое же.

Справедливости ради, нужно отметить, что существует и контрпропаганда службы в армии, которая также основана на манипуляции сознанием. Некоторые СМИ специально подают информацию об армейских буднях в таком ключе, что у родителей призывников начинается паника и они всеми силами стараются добиться для своих детей возмож-

ности не служить. Статьи и репортажи о «дедовщине», плохом питании, непомерных нагрузках, невозможности после службы восстановить учебные навыки, а также само убеждение в том, что «армия – это потерянный год», заставляют молодежь, особенно из крупных городов, всячески избегать призыва.

Родительство – тоже является вариантом системной манипуляции. Понятно, что каждое государство заинтересовано в росте населения, для этого принимаются различные социальные программы, назначаются выплаты родителям, льготы при ипотеке и т.д. Вместе с тем происходит и идеологическая обработка населения – снимаются фильмы и сериалы, где основным тезисом является «семья без детей – не семья», героини которых стремятся к материнству любой ценой, даже в ущерб себе и своим жизненным планам. Логика государственной манипуляции в вопросах материнства сейчас совпадает с традицией православной церкви: детей должно быть много, аборт – убийство и соответственно смертный грех; и, как ни парадоксально, с рекламной логикой – о детях говорится не как о будущих гражданах, которых нужно достойно воспитать, а в идеале – дать им хорошее образование и надежную профессию, а как аксессуар, необходимый для счастливой жизни. В рекламе дети едят шоколад, кормят собак, выбирают квартиры вместе с родителями – словом, являются маркером семейного счастья.

В результате этой манипуляции сознанием женщины

стремятся к материнству в первую очередь ради того, чтобы не вызывать у окружающих лишних вопросов: «когда уже ты родишь?». И зачастую рожают детей, не особенно задумываясь о возможности их достойного содержания и воспитания, руководствуясь народной мудростью «дал Бог ребенка, даст и на ребенка». Такое слепое следование поддерживаемому в обществе стереотипу приводит к разочарованию в материнстве, распаду семей, домашнему насилию. Трудно же смириться с тем, что реальное родительство оказывается куда более финансово и эмоционально затратным, чем это показывается в рекламе и кино, а пособий едва хватает на самую примитивную еду и одежду для ребенка. В социальном плане женщину также поджидает множество трудностей, вопреки заявляемому в сериалах – молодая мать вовсе не становится объектом всеобщей помощи и умиления, наоборот, она начинает испытывать трудности и с устройством на работу, и с общением, и даже с реализацией материнских прав: вспомним регулярно возникающие в СМИ сообщения о том, как мать, кормящую ребенка, выгнали из кафе или музея, неизменно вызывающие волны хайпа в социальных сетях. Или колоссальные проблемы при устройстве детей в детские сады – все это депривирует молодых матерей, вгоняет их во фрустрацию, но задача власти оказывается выполненной: ребенок рожден и растет, так что страна получила нового гражданина, который либо родит следующего, либо отправится служить в армию.

Выборы

В странах представительной демократии с развитым гражданским обществом индивиды (граждане) наделены равными частицами власти (голосами) по принципу «один человек – один голос». Никто, кроме гражданина, не имеет права определять его выбор. Более того, граждане наделены не только правом выбирать, но и правом быть избранными. Однако, еще со времен Великой Французской революции известно, что равенство перед законом не означает равенства перед фактом. Граждане не равны в имущественных и политических правах. Более того, это неравенство является необходимым условием существованием капиталистического общества.

Тут, конечно, уместно вспомнить выборы в СССР, где в избирательный бюллетень, как правило, вписывалась фамилия только одного кандидата, из которого и предстояло «выбрать» народу и предлагалось выбрать своего представителя во власти. В конце 1980-х, во времена Перестройки, по этому поводу много шутили и доказывали, что «на Западе»⁴ выборы устроены совершенно не так, и любой гражданин страны, не пораженный в правах «избирать и быть избран-

⁴ Выражение «На Западе» в статьях того времени, а отчасти и до сих пор, представляет собой обобщенную, конструкцию, которая не учитывает конкретных обстоятельств и аспектов права и повседневности в той или иной стране, а является исключительно манипулятивным образом места, где «все делается и решается правильно».

ным», может с легкостью добраться до высот, а то и вершины государственной власти. Интересно, что первые же выборы народных депутатов, проведенные в СССР, «как на Западе», то есть с большим количеством кандидатов в бюллетенях (1989 год), вывели из советского парламента почти всех профессиональных идеологов и управленцев и заменили их яркими ораторами-популистами, представителями экзотических для того времени националистических и религиозных организаций, а также откровенными сумасшедшими.

В капиталистическом обществе граждан сплачивает в гражданское общество страх перед личной бедностью, делает их активными в политическом смысле гражданами. Перспектива утратить свои деньги – инвестиции, стабильный доход, цену принадлежащего имущества, привилегии и т.д. – заставляет граждан сплываться вокруг той или иной политической силой, чьи обещания и действия выглядят наиболее понятно и привлекательно для определенных социальных групп. Таких «активных граждан» – последовательно отстаивающих свою политическую позицию на выборах (например, поддерживающих «демократов» или «республиканцев» в США) в обществе примерно две трети. Еще треть – недовольны таким порядком жизни, именно их пытаются отстранить от выборов или привлечь на свою сторону с помощью ситуативных манипуляций сознанием. Американские демократы, например, очень любят разыгрывать перед выборами карту латиноамериканских мигрантов, обещая амни-

стию для нелегалов или смягчение правил въезда в страну, таким образом они рассчитывают привлечь голоса уже натурализовавшихся в США латиноамериканцев, которые тем не менее заинтересованы в воссоединении своих семей, да и поддерживают свою диаспору в США. Республиканцы в свою очередь каждый раз обещают ужесточение миграционной политики, 45-й президент США Дональд Трамп, например, обещал в 2016 году построить стену вдоль границы с Мексикой, которая так и не была достроена, несмотря на то что Трамп выиграл выборы, но финансирования на полноценное строительство от Палаты представителей не получил.

Так или иначе предвыборные обещания политиков, как правило, носят популистский, сугубо манипулятивный характер, поскольку конкретное выполнение большей части из них оказывается связанным с изменением действующего законодательства, поправки в которое, по разным причинам оказывается невозможно внести.

Например, на Украине в 2000-2014 годах многие политические силы в рамках своих предвыборных кампаний обещали сделать русский язык вторым государственным, и на волне этого крайне важного для большого количества русскоязычных избирателей обещания получали нужные им голоса для обеспечения своего представительства в парламенте и других органах власти. Однако, как только доходило до выполнения этого предвыборного обещания, избирателям сообщалось, что для признания русского языка вторым госу-

дарственным, необходимо не простое численное преимущество депутатских голосов, но конституционное большинство (300 голосов), собрать которое по этому вопросу депутаты были не в силах. Так что от предвыборных обещаний русский язык никак не менял свой статус, а избирателям объявлялось, что голосовали они недостаточно активно, так что выполнения этого обещания придется ждать до следующего раза, когда за давшее популистское обещание силу будет отдано большее число голосов.

Таким образом получается, что любое предвыборное обещание можно дезавуировать без особого ущерба для репутации политика или политической силы, всего лишь пользуясь действующими законами и конституцией страны. Нужно отметить, что популистские силы часто выигрывают выборы, поскольку не скупятся на обещания, которые не собираются выполнять, поскольку их целью является власть, а не изменения в обществе.

Кроме того, выборы сами по себе являются манипуляцией, необходимой для поддержания в обществе согласия – ответственность за власть перекладывается на самого гражданина: ведь никто (якобы!) не заставлял его делать неудачный выбор. Он сам, будучи мыслящим существом, взвесил все «за» и «против», ознакомился с программами партий, кандидатами и сделал свой осознанный выбор. На самом деле, это, конечно, не так (по крайней мере, в большинстве случаев), но человеку стыдно признаться даже самому себе, что

к выбору его кто-то подтолкнул, он стал жертвой манипуляции, что обидно и разрушает самооценку, поэтому он начинает *рационализировать* – объяснять себе и окружающим и свой выбор, и поведение власти (или оппозиции, если голосовал за оппозиционного кандидата) в наиболее комплементарном, позитивном ключе. То есть, манипуляция не просто решает конкретную задачу привести кандидата во власть, ее воздействие оказывается более долгим – она создает дополнительную лояльность, как бы бесконечно продлевает саму себя. А человек становится стойким сторонником обманувшей его политической силы.

* * *

Почему манипуляция общественным сознанием, про существование которой в наше время уже хорошо и многое известно, до сих пор так эффективна? Потому что большинство граждан не желает критически пропускать через себя «входящие данные», фильтровать получаемую информацию, критически ее воспринимать. Тем более в современном мире, где количество регулярно обрушивающейся на человека и постоянно обновляющейся информации возросло и продолжает возрастать в прогрессии. Более того, сообщения приобретают все более сложные и трудно разгадываемые «упаковки».

Еще в середине XX века американские социологи Пауль

Лазарсфельд и Роберт Мертон писали: «Те, кто контролирует взгляды и убеждения в нашем обществе, меньше прибегают к физическому насилию и больше к массовому внушению. Радиопрограммы и реклама заменяют им запугивание и насилие». Исследователи также обратили внимание на «наркотизирующую дисфункцию СМИ»⁵, по их мнению, несмотря на обилие информации самого разного характера – политического, культурного, общественного, даже рекламного – участие населения в политической жизни страны снижается, поскольку вся эта информация делает человека лишь поверхностно осведомленным о чем-либо, причем сам человек не может понять глубины своего понимания той или иной темы. Споры в соцсетях наглядно демонстрируют нам, как десятки, а то и сотни людей отстаивают свою точку зрения по какому-либо вопросу, искренне уверенные в том, что именно они являются носителями самого правильного знания, приводя ссылки на авторитетные и экспертные мнения, исследования и т.д., а их оппоненты при этом занимаются тем же самым, только «правильной» картины мира не возникает ни у тех, ни у других. И это касается вовсе не идеологических споров, права в которых зависит от личного мнения, а споров сугубо бытовых: как правильно делать салат оливье? Как лечить насморк? Как дешевле добраться из пункта А в пункт Б и т.д. По мнению Лазарсфельда и Мер-

⁵ П.Лазарсфельд, Р.Мертон «Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие» (1948).

тона, степень влияния средств массовой коммуникации на аудиторию связана не только с тем, о чем говорится, но и о чем не говорится. Причем последнее оказывается более важным, поскольку, с одной стороны, «скрытая» информация говорит об устройстве общества куда больше, чем навязываемая СМИ, а с другой – вызывает повышенный интерес и доверие, а также быстрее распространяется (эффект Стрейзанд⁶). Таким образом, способствуя конформизму и минимизируя возможности проявления критических настроений в обществе, коммерческие средства массовой коммуникации опосредованно, но эффективно препятствуют развитию реального критического мировоззрения граждан.

Итак, далеко не все, что сообщают нам ТВ, СМИ, а уж тем более интернет соответствует действительности вообще и в частности. Чтобы распознать манипуляцию, человек не обязательно должен быть специалистом в этой сфере, но необходимо и достаточно обладать элементарными знаниями об основах государственного устройства, подачи и восприятия информации, public relations и т.д. Однако обывателю это не слишком интересно. Развитие человека как личности – процесс сложный и тяжелый, затратный с психологический, финансовой, физиологической точек зрения. Повышение уровня правосознания, общественного, политическо-

⁶ Эффект Стрейзанд – термин, описывающий социальный феномен, когда попытка скрыть и/или изъять информацию приводит к ее большему распространению.

го сознания – это сложная процедура, на это нужно тратить силы и средства, «выходить из зоны комфорта». Поэтому, конечно, людьми менее образованными гораздо легче манипулировать. О том, как именно это происходит, – в следующих главах.

Глава 2. Манипуляция сознанием. Приемы, техники, цели.

2.1. Слово и его могущество

Каким же образом осуществляется манипуляция сознанием? Как заставить человека видеть и понимать реальность именно так, как нужно манипулятору? Какие особенности человеческого мышления и восприятия при этом задействуются?

Понятно, что детали тех или иных приемов манипуляции подвергаются постоянной ревизии (одна и та же манипуляция не может работать вечно и давать один и тот же нужный результат), меняются в соответствии с новыми научными открытиями, возникновением и расширением новых технологий – от демагогических выступлений ораторов в Древней Греции к блогерам-инфлюэнсерам в социальных сетях, однако базовые принципы, на которых построена сама возможность манипулирования остаются неизменными.

Как известно, человек постигает мир с помощью *вещей* и *знаков*. Вещи относятся к предметному миру, знаки – к их отражению в человеческом сознании. У каждой вещи есть свое название, но ее отражение в памяти и внутреннем мире человека может быть совсем иным. Более того, на каждую

вещь предметного мира можно посмотреть по-разному, обозначить ее форму, материал, функцию, которые могут совпадать, а могут и совсем не совпадать друг с другом. Существует и эмоциональная составляющая, которая придает вещам совсем иной, знаковый смысл. Скажем, школьная форма – это не только одежда, в которой ходят в школу, но и знак определенного возраста, ностальгический момент детства, который был у каждого. То есть, любая вещь может быть знаком или образом несводимым к материальным вещам.

Итак, что бы ни происходило, но пока что главной системой восприятия реальности остается язык – множество слов, превращающихся в понятия, из которых в свою очередь возникают наши мысли и суждения. Исследователи называют этот мир слов *логосферой*.

Сергей Кара-Мурза считает «внушаемость посредством слова – глубинным свойством психики, возникшим гораздо раньше, нежели способность к аналитическому мышлению». По его мнению, первоначально слово имело *суггесторное* значение – то есть, воздействовало не на рассудок, а на чувства. Так, например, происходит у детей раннего возраста, которым не нужно никаких логических обоснований обещаний или запретов: «Мама не разрешает» или «Мама скоро придет» – в детском сознании не подвергаются ни сомнению, ни критике. Ребенок воспринимает не столько слова, сколько «предшественников слова» – разного рода звуки, интона-

ции, в принципе «язык тела».

С суггесторным восприятием слова связаны некоторые магические обряды у древних и примитивных народов. Их вожди и шаманы умели издавать определенные звуки-символы, которые снимали у древнего человека невротические состояния и в то же время побуждали его к определенным действиям: идти в бой, затаиться в засаде, вызывали праздничную эйфорию или нагоняли ужас. Так проявилась та функция слова, которая отвечает не за информационное содержание, а за внушение.

Суггесторная функция слова проявляется не только в побуждении к конкретным действиям или бездействию. Часто слова вне зависимости от их содержания служат триггером, «спусковым крючком» конфликта. Это явление имеет широкое распространение и в быту, и в коллективной деятельности. К тому же его часто показывают в фильмах про серийных убийц: «не смей называть меня так!», – кричит маньяк и возбуждается еще сильнее...

По мере развития человеческой цивилизации суггесторная функция слова в пропаганде или манипуляции никуда не девается. «Большая масса людей всегда подчиняется могуществу слова», – признавался Гитлер. А анализировавшие его речи исследователи пришли к выводу, что большинство его выступлений представляет собой полубесмысленный набор слов, перемежаемый суггесторными лозунгами и призывами. Интересно, что примерно по такому же принци-

пу устроены многие тексты «русского рока» середины-конца 1980-х. Например, песня группы «Алиса» «Мы вместе» или большая часть творческого наследия Егора Летова. Другое дело, что цель у музыкантов была не идеологической, а сугубо творческой – создавать на своих концертах атмосферу единения и ощущения себя единым организмом. Впрочем, если посмотреть милицейские сводки того времени, то можно увидеть, что иногда объединенная и разгоряченная толпа после рок-концертов выплескивалась на улицу и громила все, что попадалось ей на пути.

Такую же суггестию можно наблюдать в «кричалках» футбольных фанатов, имеющих мало смысла, но мобилизующих и зрителей, и команду:

*Чемпион одет всегда
В красно-белые цвета!
(«Спартак», Москва)*

А также устрашающие противника:

*Справа мусорная яма
Это общество «Динамо»*

*Слева – мусорный бачок,
То московский «Спартак»
(«Зенит», Санкт-Петербург)*

*«Терек» – гордость и почёт
Фаны «Терека» – улёт!
Терек – грозная река
В ней утоним мы ЦСКА.
(«Терек», Грозный)*

В этих «кричалках» можно увидеть и отголоски древней традиции похвалы перед сражением, которая также была призвана суггестивно воздействовать на воинов, чтобы разъярить их и вселить в них боевой дух.

Конечно, суггестивное воздействие на сознание людей важно, но для длительной манипуляции, вызывающей искажение или изменение картины мира, его явно недостаточно. Тут уж приходится обращаться к сознанию и познанию. Философ Бэкон считал, что знание является властью, а стремление к нему – по сути, означает жажду власти. Британскому банкиру Натану Ротшильду принадлежит афоризм: «Кто владеет информацией, владеет миром». И сейчас, в современности, можно видеть, как недостаточная или наоборот избыточная или неправдивая информация о чем-либо толкает не только людей, но и целые общности к действиям, существенно меняющим, а, как правило, и ухудшающим текущее положение вещей. Вспомним, например, сообщения о наличии у Саддама Хусейна оружия массового поражения, которая послужила легитимации вторжения США в Ирак. И

хотя впоследствии эта информация не подтвердилась страны оказались втянуты в многолетнюю кровопролитную войну.

Возвращаясь к языку и его функциям, следует отметить, что в XVIII веке, с подачи французского химика Антуана Лавуазье начинает изучаться и аналитическая функция языка. «Аналитический метод – это язык; язык – это аналитический метод; аналитический метод и язык – синонимы», – утверждал он. «Границы моего языка означают границы моего мира», – заявил в своем «Логико-философском трактате» австрийский философ Людвиг Витгенштейн, показывая тем самым, что мир и язык являются отображением друг друга. По его мнению, язык является буквальным образом реальности, но не одного возможного мира, а всех возможных миров. Реальность воспринимается и передается языком, который «пересоздает» ее внутри себя и тем самым творит образ мира и конкретной культуры, можно сказать, язык конструирует реальность, проецирует эту реальность в социум. Где значения слов – это образы, возникающие в результате ассоциативной связи со словами. Язык является не только объектом исследований, но и инструментом: для воспроизведения мыслей, он сам формирует мысли человека, говорящего на этом языке, помогает познать мир, изменить себя и управлять другими. Люди, говорящие на разных языках, по-разному смотрят на мир и на окружающие их явления и действительность. Язык существует в неразрывном единстве с миром/культурой народов, говорящих на этих языках, он

является зеркалом культуры, в котором отражается не только реальный окружающий человека мир, но и мировидение народа, его обычаи и традиции, мораль, система ценностей, бытовая культура, национальные особенности, повседневное поведение, привычки и связанные с ними мимические и пантомимические коды, используемые носителями данного языка.

Именно поэтому манипуляция общественным сознанием часто связан с созданием нового, искусственного, языка, нового понятийного аппарата. Опираясь на синонимические ряды, смещения смыслов, просто создавая новые слова, можно изменить и реальность человека, и его отношение к ней. Когда вместо силы главным средством управления массами становится манипуляция сознанием, государству понадобилась свобода слова (т.е. слово, очищенное от всех глубинных смыслов, превращенное в безличный инструмент).

Современный «правильный» язык устроен очень прихотливо. Он сочетает в себе множество «подъязыков» – жаргонов, сленгов, дискурсов, корпоративных языков. С одной стороны, это позволяет манипулировать, заменяя одни слова другими, вызывающими у человека нужную коннотацию; с другой – подкрепляя авторитет сказанного, например, научным или высококультурным дискурсом; с третьей – знание специфических языков и форм словоупотребления служит маркером для опознавания «свой/чужой».

Специалисты по тоталитарным сектам отмечают, что по-

что в каждой из них существует собственный, специально изобретенный и довольно непростой язык, в котором многие слова и термины несут вовсе не ту смысловую или эмоциональную нагрузку, которая заложена в них языком и культурой изначально. Адепты тоталитарных сект с удовольствием и при любой возможности используют эти слова в общении друг с другом и с окружающими. Интересно, что в мягкой форме эта технология используется и в бизнес-корпорациях как один из инструментов тимбилдинга: молодым сотрудникам важно ощущать себя причастными к большой структуре, команде и они готовы употреблять внутренний сленг к месту и не к месту, другое дело, что по мере упрочения своего положения на работе и роста профессиональных навыков, понимания себя как специалиста, они перестают сильно увлекаться субкультурой компании и начинают разговаривать нормально. И тем отличаются от неофитов и адептов сект, чьи язык и манеру общения религиовед Александр Дворкин называет «эффектом магнитофона». «Человек совершенно не воспринимает того, что вы говорите, и только отдельные ваши слова играют роль пальца, нажимающего на кнопку. Человек выхватывает какое-то одно слово, кнопка срабатывает, и он выдает соответствующий текст. То, что вы говорите дальше, проходит мимо его сознания, хотя вы и говорите с ним по-русски – на его родном языке. Он не может уже воспринимать вашей речи», – пишет Дворкин⁷.

⁷ <https://religion.wikireading.ru/187373>: Дворкин А.Л. «Сектоведение»

Вытеснение привычных слов новыми, зачастую имеющими иностранное происхождение, процесс, продолжающийся в нашей стране уже не первое десятилетие. Тут уместно вспомнить и попытки «переделать» язык под новую реальность, которые предпринимались еще в 1920-е годы. Университеты и институты, например, превратились в безликие «вузы», мужа и жены – в «товарищей», сиротство в «беспризорничество» и т.д. Эти, казалось бы, малозначащие синонимические замены, на самом деле отражают тектонические сдвиги в сознании граждан и восприятии ими тех или иных социальных институтов и явлений.

В конце 1980 – начале 1990-х это процесс набрал новые обороты. Вместе с экспансией в Россию иностранного капитала и иностранных принципов делопроизводства деловое общение практически полностью англоизировалось, иногда доходя до забавных вариантов вроде «менеджера по клинингу», заменившего «уборщицу», но чаще – размывая понятия и преобразуя привычное понимание трудовых систем и отношений.

Да и вообще замены привычных слов и понятий новыми приводят к изменению в обществе отношения ко многим вещам. Меняя негативное «сожительство» на «гражданский брак»⁸, «наемного убийцу» на «киллера», «уголовного авто-

⁸ Термин «гражданский брак» в смысле совместная жизнь без штампа в паспорте зачастую используется в российских СМИ и повседневных разговорах неправильно: правильное значение этого термина – «брак, заключенный в органах гражданского состояния», а не в церкви.

ритета» на «авторитетного предпринимателя», проститутку на «сотрудницу сферы секс-услуг» и т.д., СМИ как бы легитимизируют эти понятия в глазах общества, меняют смысл и отношение.

В то же время существует и тенденция придавать тем или иным учреждениям солидности с помощью «переназвания». В начале 1990-е ПТУ массово переименовывались в колледжи и лицеи, заштатные вузы в университеты. Разнообразные мелкие конторы в «центры», а гастрономы и булочные в супер- и минимаркеты.

В соцсетях постоянно появляются мемы, демонстрирующие фрагменты современной деловой переписки, в которых из-за количества вульгарных англицизмов не понять ни слова. Но заметно, что участники этих переписок чувствуют себя причастными великим тайнам.

Так или иначе все неологизмы, заимствованные слова и понятия являются частью *манипулятивной семантики*.

Еще в середине XX века американский социолог Гарольд Лассуэлл обратил внимание на важность слова в пропаганде и манипуляции сознанием и стал проводить семантический анализ пропагандистских текстов. Он разработал специальный метод, позволявший изучать «ключевые лозунги, призывы, доктрины под углом того, как их понимают люди». Исследователю удалось понять систему подбора слов, которые помогают при создании политических мифов.

Системы замены привычных слов и понятий новыми ха-

рактены для создания и утверждения идеологии нового государственного строя. В 1920-е годы этим занимались в Советской России – многочисленные аббревиатуры, сложно-составные слова призваны были продемонстрировать, с одной стороны, новизну и отличие от прошлого «нового мира» («Мы наш, мы новый мир построим»), с другой – подчеркивали изменившийся характер коммуникации между людьми и социальными институтами. Джордж Оруэлл писал: «Слова «Коммунистический интернационал» приводят на ум сложную картину: всемирное человеческое братство, красные флаги, баррикады, Карл Маркс, Парижская коммуна. Слово же “Коминтерн” напоминает всего лишь о крепко спаянной организации и жесткой системе доктрин. Оно относится к предмету столь же легко узнаваемому и столь же ограниченному в своём назначении, как стол или стул. «Коминтерн» – это слово, которое можно произнести, почти не размышляя, в то время как «Коммунистический Интернационал» заставляет пусть на миг, но задуматься».

В романе-антиутопии «1984» Оруэлл создает специальный язык тоталитаризма «новояз», в котором привычные слова сокращаются, меняют смысл, сокращаются правила их употребления. Скажем, слово «свободный» можно употреблять исключительно в контексте «никем не занятый»: «место свободно», «туалет свободен». Оруэлл придавал языку пропаганды и манипуляции колоссальное значение: «Политический язык (это можно отнести практически ко всем по-

литическим партиям, начиная с консерваторов и заканчивая анархистами) создан, чтобы заставить ложь выглядеть правдоподобно, и вынуждает нас, позабыв обо всех приличиях, признать непоколебимой истиной то, что является чистейшим вздором».

По горькой иронии судьбы, миры, созданные Оруэллом в его антиутопиях «1984» и «Скотный двор», да и сам образ писателя конце XX-начале XXI вв. стали использоваться в целях манипуляции общественным сознанием. В публицистике часто можно встретить восклицания вроде «Это уже Оруэлл!», «Ну это по Оруэллу!», «у нас наступил 1984-й!», призванные продемонстрировать возврат к тоталитаризму или реализацию его новых граней в нашей социальной и политической повседневности.

Тем не менее, значение всех возможных «новозов» в манипуляции сознанием недооценить трудно. Разные политические системы пытались и пытаются приспособить язык под свои нужды. Известны разработки муссолиниевских и гитлеровских теоретиков: разрыв связей между словом и вещью, лексические средства применялись в «геббельсовской» пропаганде для придания ложных смыслов бесспорным фактам (С. Кара-Мурза).

В фашистской идеологии функциональное (информационное) значение слова подменялось духовно-мистическим (магическим), что объяснялось не только задачами управления массами, но и интересом правителей гитлеровского Рей-

ха ко всему «окультурному».

Похожими языковыми экспериментами занимались и в СССР 1920-30-х. Тут работа шла в основном по принципу создания новых слов и понятий, включающих даже летоисчисление, например, «пятилетка» – одновременно «план на пять лет» и период, за который этот план нужно выполнить. «Передовики», «ударники» – из сленговых сокращений эти слова переместились в официальный язык, превратились в звания, обеспечивавшие своим лауреатам определенные привилегии.

В послевоенные и, особенно в брежневские годы, язык советской пропаганды все больше утрачивал героический созидательный пафос, все больше формализуясь для обслуживания уже в общем-то малопонятной большинству населения идеологии. Вот как описывает это явление культуролог Алексей Юрчак в своей книге «Это было навсегда, пока не кончилось»: «В результате с конца 1950-х годов и до начала перестройки (середина 1980-х) советский идеологический дискурс претерпел значительные изменения именно на уровне формы. Это проявилось, с одной стороны, в возрастающей нормализации и стандартизации формы идеологических высказываний, а с другой – в ее одновременном усложнении. (...) форма идеологических высказываний становилась более застывшей, предсказуемой, переносимой из одного контекста в другой почти без изменений; но при этом постепенно нарастала громоздкость и неуклюжесть этой фор-

мы. Результатом этих изменений было то, что теперь, для успешного функционирования различных идеологических высказываний их не обязательно было понимать на уровне буквального смысла (во всяком случае, в большинстве контекстов)». То есть, речь идет вовсе не о том, чтобы слово становилось магическим, наоборот те или иные высказывания становятся обязательными по форме, но совершенно безликими по существу, превращаясь словно бы в обязательные для заполнения графы анкеты. Исследователь приводит пример первомайской демонстрации, реакции на нее в тогдашних СМИ и реального отношения к ситуации граждан: «Описанные изменения на уровне формы идеологических высказываний в этот период отразились и на том, как советские граждане воспринимали эти высказывания и как они принимали участие в их производстве, повторении и распространении. (...) Хорошо известно, что большинство советских граждан регулярно принимало участие в демонстрациях по поводу 1 Мая (День международной солидарности трудящихся) или 7 Ноября (годовщина Великой Октябрьской социалистической революции). В больших городах эти демонстрации, в которых участвовало до нескольких миллионов человек, занимали практически целый день. Их апофеозом было прохождение колонн граждан (трудящихся предприятий, студентов вузов, учащихся школ, просто жителей города) по центральной площади перед трибунами, с которых их приветствовало местное партийное и государ-

ственное руководство. Огромная человеческая масса демонстрантов отзывалась многоголосыми криками “ура” на приветственные призывы, доносившиеся из громкоговорителей. Единый порыв многотысячной толпы создавал полное впечатление всеобщей поддержки советскими гражданами линии партии и правительства. Именно так описывались демонстрации в советской печати. В 1981 году «Правда» в очередной раз известила трудящихся о том, что многомиллионная Первомайская демонстрация в Москве «убедительно продемонстрировала нерушимый союз партии и народа...» Однако на практике большинство участников демонстрации не особенно вникали в буквальный смысл лозунгов и призывов. Не знали они и имен большинства членов и кандидатов в члены Политбюро (не считая нескольких первых руководителей), портреты которых были изображены на огромных стендах, плавших над колоннами демонстрантов. Буквальный смысл всех этих высказываний авторитетного дискурса был теперь не столь важен (что, однако, не означает, что эти высказывания превратились в пустые и бессмысленные символы, – просто их смысл поменялся)»⁹.

В этой же связи можно упомянуть знаменитые лозунги того времени вроде «Миру – мир» или «Экономика должна быть экономной». По своему существу они, конечно, не являлись манипуляцией сознания, но создавали информационно-идеологический фон, который имитировал для гражд-

⁹ Юрчак А. «Это было навсегда, пока не кончилось», НЛО, М., 2014. С.55-56.

дан СССР бурную работу КПСС на экономическом, международном и идеологическом направлениях.

Впоследствии неинформативность и отчасти нелепость подобных лозунгов, как и всего «коммунистического» языка была использована как важнейший элемент манипуляции сознанием при развале Советского Союза, о чем будет подробно рассказано ниже.

Пока же вернемся к важному в манипулятивной семантике искусственному языку. Сергей Кара-Мурза выделяет два направления этой работы: *денотацию* и *коннотацию*.

Денотация – это диапазон смыслов слова: от основного до третьестепенного (в толковых словарях такие значения обычно помечаются цифрой), для искусственного манипулятивного языка выбирается значение, которое, хоть и является малоупотребительным в определенном контексте, но существует и не является прямой ложью. Например, во время грузино-абхазской войны 2008 года вмешательство российских военных в конфликт называлось «*принуждением к миру*». А армейские части, несшие службу в Афганистане в 1979-1989 гг., официально назывались «ограниченный контингент советских войск в Демократической республике Афганистан» – из такого названия не возникает понимания задач, которые ограниченный контингент должен был выполнять, чем умело пользовалась тогдашняя пропаганда, в зависимости от сиюминутных задач рассказывавшая то о строительстве силами советских солдат домов и посадке де-

ревью, то о кровопролитных боях с «душманами» – американскими наемниками из числа местного населения. Притом что слово «партизаны» в отношении них использовать было нельзя, поскольку «партизаны» в советской традиции – это исключительно положительные герои, мирные жители с оружием в руках, вставшие на защиту родной земли от «захватчика» или «агрессора».

Таким образом использование в пропаганде денотации плавно переходит и в использование *коннотации*, той ассоциации или тех ассоциаций, которые пробуждает произнесенное или прочтенное слово.

Уже много десятилетий, начиная с войны во Вьетнаме, официально называвшейся «программой умиротворения», правительства почти всех стран мира всячески избегают использования в своих приказах и распоряжениях, а также в СМИ слова «война»: анти- и контртеррористические операции, конфликт, принуждение к миру, «зачистка» и т.п. Эвфемизмы используются для обозначения военных действий как на своей территории, так и на территориях других государств. Американские военные любят давать своим вооруженным вмешательствам в политику других государств разнообразные пафосные названия. Впрочем, основоположниками этой традиции стали немцы в годы Первой мировой войны. Их генеральный штаб пришел к выводу, что «совокупность стратегических и тактических действий вооруженных сил» хотя бы из соображений безопасности необходи-

мо как-то именовать. Оказалось, что это не только способствует безопасности, но и очень удобно: получившая имя задача легко запоминалась, а на ее описание не нужно было тратить время. Довольно быстро эту идею подхватили во всем мире. Британцы даже составили список кодовых слов, которыми можно было называть то или иное мероприятие – так, чтобы имя никак не указывало ни на место проведения тех или иных операций, ни на их характер. В 1942 году Объединенный комитет начальников штабов одобрил введение «Межведомственного индекса кодовых слов». Наиболее важным операциям названия присваивались только после тщательной проверки. Особую роль в утверждении названий и принципах этой работы сыграл британский премьер-министр Уинстон Черчилль: он очень любил придумывать названия самостоятельно. Черчилль считал, что операции, в которых может погибнуть много людей не должны носить гордые и «самоуверенные» названия; навевать уныние или унижать достоинство. «Какой матери будет приятно узнать, что ее сын погиб в операции “Чепуха?” Следует избегать совсем обычных слов, используемых в повседневной речи, а также имен ныне живущих людей», – писал британский премьер. Правда, названия этих операций были рассекречены только после их окончания и не доходили до населения.

О важности общественного восприятия, «завоевании умов и сердец» граждан в США задумались после 1945 года. Ну а в ходе Корейской войны генерал Макартур разрешил

рассекречивать названия операций сразу после их начала, а не ждать окончания войны. Однако вначале эта стратегия работала скорее против вооруженных сил и их имиджа. Названия вроде «Операция “Убийца” (Корейская война) или «Давилка» (Masher; Вьетнамская война) вызывали шквал критики и откровенных издевательств прессы. В частности, после скандала в Белом доме «Давилку» пришлось срочно переименовывать в «Белое крыло».

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.