



ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ

Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды — как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс



Теории манипулирования массами

Сергей Зелинский

**Информационно-психологическое
воздействие на массовое сознание.
Средства массовой коммуникации,
информации и пропаганды –
как проводник манипулятивных
методик воздействия на
подсознание и моделирования
поступков индивида и масс**

Издательско-Торговый Дом "СКИФИЯ"

2018

Зелинский С. А.

Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс /

С. А. Зелинский — Издательско-Торговый Дом "СКИФИЯ",
2018 — (Теории манипулирования массами)

ISBN 978-5-903463-17-6

Данная книга многогранный результат труда, одновременно скрупулезного и масштабного. Автор анализирует тексты, синтезирует данные исследований и систематизирует большие объемы информации из разных областей знаний, раскрывая многоплановую картину манипуляции сознанием индивида и массы. Заинтересованный читатель найдет полезную информацию о манипулятивном воздействии и в области психологии и в области социальных наук, особенно в области политологии и политики.

© Зелинский С. А., 2018

ISBN 978-5-903463-17-6

© Издательско-Торговый Дом
"СКИФИЯ", 2018

Содержание

1. Информационно-психологические войны	7
2. Современные массы. Сосредоточение глупости	40
3. Проблемные аспекты влияния СМК на массовое сознание подростающего поколения. Пути противостояния	59
Конец ознакомительного фрагмента.	62

Сергей Зелинский
Информационно-психологическое
воздействие на массовое сознание.
Средства массовой коммуникации,
информации и пропаганды – как
проводник манипулятивных методик
воздействия на подсознание и
моделирования поступков индивида и масс

© ИТД «СКИФИЯ», 2018

© Зелинский С. А., 2008

* * *

Данная книга многогранный результат труда, одновременно скрупулезного и масштабного. Автор, анализирует тексты, синтезирует данные исследований и систематизирует большие объемы информации из разных областей знаний, раскрывая многоплановую картину манипуляции сознанием индивида и любой массы людей.

Заинтересованный читатель найдет полезную информацию о манипулятивном воздействии и в области психологии и в области социальных наук, особенно в области политологии и политики.

Имея собственный взгляд на течение новейшей истории, С.А. Зелинский приводит данные и тексты, которые помогут и единомышленнику и критику найти полный обзор материала и погрузиться в поиск ответа на поставленные вопросы.

Автор приводит обзор теоретических оснований для описания психологического механизма получения человеком информации на уровне сознания и подсознания, систематизированные ряды методов манипуляции, описание путей сознательного преодоления негативного воздействия. В книге представлено много фактического материала, который можно использовать для обсуждения на практических занятиях с обучающимися, как в курсе теории и практики средств массовой коммуникации, так и в спецкурсах по информационным технологиям.

Данная книга может стать полезной для студентов, аспирантов, преподавателей, учителей, для широкой аудитории, интересующейся проблемами информационно-психологического воздействия на сознание отдельного человека и масс.

Людмила Серафимовна Нагавкина
Александр Викторович Фёдоров

«На разрушение духовного и психологического каркаса советского народа была направлена большая кампания, названная «перестройкой». Демонтаж народа проводился сознательно, целенаправленно и с

применением сильных и даже преступных технологий... применялись средства информационно-психологической... войны».

С. Г. Кара-Мурза

«...”Соединенные Штаты” стали нормой функционирования западного сверхобщества.... Именно оно и ведет мировую войну. Оно осуществляет глобализацию. Когда говорят о международных экономических связях, мировой экономике, это прежде всего экономика западная, экономика этого западного сверхобщества.

Все средства коммуникации – это прежде всего средства коммуникации культуры этого общества.... Цель этого сверхобщества – мировое господство».

А. А. Зиновьев

«Если бы научные истины были окончательными, наука прекратила бы свое существование как таковая – как исследование, как новые эксперименты, и вся научная деятельность свелась бы к популяризации уже открытого».

А. Грамиш

«...Нелепо отрицать роль фантазии и в самой строгой науке...»

В. И. Ленин

1. Информационно-психологические войны

Следует обратить внимание, что психологическая война инициируется с целью воздействия на массовое сознание и использует расширенный арсенал манипулятивных методик, направленных на формирование общественного мнения в ключе, необходимом манипуляторам. Для этого используются различные способы пропаганды и идеологической обработки граждан. Цель психологической войны – достижение устойчивого результата в формировании общественного мнения в заданном манипуляторами ключе, закладывание паттернов поведения – устойчивых механизмов, при воздействии на которые произойдет запланированная (ожидаемая) реакция – в подсознании.

В достижении подобного результата активно используются средства массовой коммуникации, информации и пропаганды, с помощью которых происходит идеологическая обработка психического сознания масс с целью реализации соответствующих установок Запада или представителей пятой колонны, заинтересованных в претворении идей, предварительно заложенных в их подсознание со стороны идеологов держав, ведущих психологическую войну, в частности, против нашей страны.

Психологическая война, в отличие от войн, в которых задействуется военная техника, происходит информационным способом, оказывающимся в результате значительно эффективней по охвату аудитории и непричинению разрушений материальных средств, которые позже (после победы) можно использовать в своих целях. Поэтому за незначительным исключением в специфике терминологии, на наш взгляд, не следует отделять ведение психологических войн от информационных, потому как это суть одного и того же, ибо информация, как мы уже заметили, является основным двигательным механизмом ведения психологических войн.

Основную направленность удара в результате информационно-психологических войн, как мы уже заметили, принимает на себя психическое сознание масс. Таким образом, происходит определенное формирование общественного мнения. На это обращали основное внимание идеологи, потому как понимали, что сформированные соответствующим образом установки в массах способны в итоге изменить жизнь человека, то есть изменить, если потребуется, способ существования, изменив в том числе и социальный уклад населения, общественный строй. «Сила привычки миллионов и десятков миллионов – самая страшная сила», – писал В. И. Ленин¹. Вообще стоит заметить, что труды Ленина еще до конца не изучены, особенно в контексте произошедшей с нашей страной действительности после победы Запада в психологической войне 1917–1991 годов. Но и до сих пор необходимо помнить, что в настоящее время не прекращается война Запада против России. Мы, как заметили выше, ведем речь о т. н. информационно-психологических войнах. Войнах, победа в которых во все времена была эффективнее применения каких-либо иных видов оружия (включая оружие массового поражения).

Начало подобной войны было положено во времена существования СССР. Тогда, после революции 1917 года, президент США Вудро Вильсон считал, что «все белогвардейские правительства на территории России должны получить помощь и признание Антанты; Кавказ – это часть проблемы Турецкой империи; Средняя Азия должна стать протекторатом англосаксов; в Сибири должно быть отдельное правительство, а в Великороссии – новое (то есть не советское). После победы над «красной чумой» Вильсон планировал отправить в Россию отряды из молодежных христианских ассоциаций «для морального обучения и руководства русским народом». В 1918 г. американские войска вошли во Владивосток, и выгнать их окончательно с русской территории удалось лишь к 1922 году. В Архангельске янки отличились тем, что

¹ Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 41. С. 27.

посадили в концлагерь 38 тысяч человек, 8 тысяч из которых были расстреляны и еще 1 тысяча умерла от голода и избиений. Еще 23 декабря 1917 года Клемансо, Пишон и Фош от Франции, лорды Мильнер и Сесиль от Англии заключили тайную конвенцию о разделе сфер влияния в России: Англии – Кавказ, Кубань, Дон; Франции – Бессарабия, Украина, Крым. США формально в конвенции не участвовали, хотя фактически держали в руках все нити, особо претендуя на Сибирь и Дальний Восток... Географическая карта, подготовленная госдепартаментом США для американской делегации на Парижской конференции, показывала это со всей наглядностью графического документа: Российское государство занимало лишь Среднерусскую возвышенность. Прибалтика, Белоруссия, Украина, Кавказ, Сибирь и Средняя Азия превращались на «госдеповской» карте в «самостоятельные», «независимые» государства².

Хорошо известна также директива 1945 года Алена Даллеса в отношении СССР.

«Правительство вынуждено в интересах развернувшейся ныне политической войны наметить более определенные и воинственные цели в отношении России, – писал А.Даллес. – ...Наши основные цели в отношении России, в сущности, сводятся всего к двум:

а) свести до минимума мощь и влияние Москвы;

б) провести коренные изменения в теории и практике внешней политики, которой придерживается правительство, стоящее у власти в России.

...Наша цель – свержение Советской власти... Мы должны ожидать, что различные группы предпримут энергичные усилия, с тем чтобы побудить нас пойти на такие меры во внутренних делах России, которые свяжут нас и явятся поводом для политических групп в России продолжать выпрашивать нашу помощь. Следовательно, нам нужно принять решительные меры, дабы избежать ответственности за решение, кто именно будет править Россией после распада советского режима³.

«Мы не можем победить Советский Союз в обычной войне, – сказал Джон Кеннеди в 1961 году при вступлении в должность президента США. – Это неприступная крепость. Мы можем победить Советский Союз только другими методами: идеологическими, психологическими, пропагандой, экономикой»⁴.

Можно предположить, что подобного рода невидимые войны, войны за счет воздействия на психику масс, существовали во все времена. В XX веке информационно-психологические войны за счет роста коммуникативных технологий перешли на новый этап собственного развития. И поэтому мы можем говорить о том, что победы в той или иной войне достигнет та страна, в которой более развита пропаганда. «На первое место выдвинулись сражения за умы людей, за создание «правильного» общественного мнения, за контролирование информационных потоков. Как говорил американский генерал Дж. Шаликашвили: «Мы не побеждаем, пока CNN не сообщает о том, что мы побеждаем». В связи с этим уместно вспомнить тот факт, что бомбардировка американской авиацией Ливии в 1986 году была приурочена точно к началу вечерних информационных выпусков в США. «Миротворческие операции» последних лет изначально ставятся как телевизионные проекты. Они были бы не нужны, если бы они не могли быть показаны по телевидению»⁵.

Пропаганда служит формированию идеологической составляющей того или иного социального строя и направлена на изменения сознания масс – в нужном манипуляторам от власти ключе. То есть подобное формирование целиком и полностью лежит в зоне воздействия манипулятивных технологий на сознание масс с целью изначального формирования необходимых установок в подсознании индивида и масс, и уже далее, такие установки формируют соответ-

² Темная сторона Америки. Развал СССР. – www.usinfo.ru/sssrindex.htm

³ Аллен Даллес. Директива 20/1 СНБ США от 18 августа 1948 г. – www.usinfo.ru/sssr6.htm

⁴ Темная сторона Америки. Развал СССР. – www.usinfo.ru

⁵ Основы психологической войны. Пси-фактор. – <http://psyfactor.org/opsywar.htm>

ствующие паттерны поведения, которые и влияют на сознание народа, а значит влияют на мысли и поступки как и отдельных индивидов, так и индивидов, объединенных в массы. При этом заметим, что точно также и идеология есть целенаправленная и методичная обработка сознания масс в целях установок правящей элиты.

При осуществлении воздействия на сознание масс активно используются возможности современных средств массовой коммуникации⁶. На наш взгляд, в настоящее время следует разделять то, что мы привыкли понимать под СМИ – как средствами массовой информации и средствами массовой коммуникации, СМК, включающими помимо печати, радио и телевидения (СМИ) еще и такие формы коммуникативного воздействия на массы, как кино (роль кино как пропаганды хорошо известна; на это обращал внимание еще Ленин), театры (вспомним роль театра в работах профессора Г. Шиллера⁷), рекламно-идеологические плакаты в общественных местах, информацию на видео- и аудионосителях, книги, а также иные средства воздействия на сознание-подсознание масс с целью переориентации имеющихся в массах общих знаний на знания, соответствующие тем или иным установкам власти. Причем уже всем известен тот факт, что абсолютно ничего не делается в этом мире «просто так». Всегда, когда перед сознанием масс проходит какая-либо установка (в виде видеообраза, посредством ТВ-вещания или иным каким-либо способом массового воздействия, те же плакаты-растяжки на улицах, например), это непременно означает, что есть некто, заинтересованный в том, чтобы «донести» до сознания масс информацию подобного рода. Причем в качестве заинтересованных могут выступать и бизнес, и власть (хотя зачастую первое и второе в корне взаимосвязано в мире капитала, в отличие от социалистических режимов).

Говоря о психологических войнах, доктор психологических наук профессор В.Г. Крысько⁸ дает такое определение подобным войнам: «...психологическая война – это совокупность различных форм, методов и средств воздействия на людей с целью изменения в желаемом направлении их психологических характеристик (взглядов, мнений, ценностных ориентаций, настроений, мотивов, установок, стереотипов поведения), а также групповых норм, массовых настроений, общественного сознания в целом»⁹.

Термин «психологическая война» ввел в обиход американский разведчик Поль Лайнбарджер, выпустивший в 1948 году книгу с одноименным названием.

«Психологическая война в широком смысле слова представляет собой использование основ психологии в военном деле, – писал Поль Лайнбарджер. – В узком смысле психологическая война представляет собой использование пропаганды в вооруженной борьбе одновременно с ведением таких боевых действий, которые дополняют пропаганду. В свою очередь пропаганда может быть определена как организованное убеждение без применения насильственных мер. Сама война наряду с другими мерами может рассматриваться как воздействие и убеждение с помощью насилия. Если, например, мы разрушаем авиацией один из городов, то тем самым рассчитываем заставить людей, лишенных материальных средств, прекратить сопротивление. Если же мы тут же сбросим листовки с предложением о сдаче в плен, то в этом

⁶ При этом следует говорить о монопольном характере различных корпораций телевидения, прессы, кино и пр. По данным Волкогонова, свыше 80 % информации, поступающей в эфир и на газетные страницы, дают четыре крупнейших телеграфных агентства капиталистического Запада: Ассошиэйтед Пресс, Юнайтед Пресс Интернэшнл, Рейтер и Франс Пресс. Только эти агентства в сутки снабжают 110 стран мира информацией объемом свыше 40 миллионов слов. (Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.)

⁷ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – <http://psyfactor.org/infmanipulat2.htm>

⁸ Крысько Владимир Гаврилович – доктор психологических наук, профессор, полковник запаса, профессор кафедры связей с общественностью Государственного университета управления. Родился в 1949 г., закончил факультет спецпропаганды Военного института иностранных языков в 1972 году, в 1988 г – Ляонинский университет (г. Шэньян, Китай). В 1977 г. защитил кандидатскую диссертацию по теме «Национально-психологические особенности личного состава армии Китая», в 1989 г. – докторскую диссертацию по теме «Влияние национально-психологических особенностей на боевую деятельность личного состава армий империалистических государств». <http://union.kz/ru/biz/influence/003vli/txt.shtml>

⁹ Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Мн.: Харвест, 1999.

случае пропаганда явится продолжением убеждения – на этот раз менее насильственного..., однако являющегося неотъемлемой частью единого процесса, цель которого состоит в том, чтобы заставить противника прекратить борьбу¹⁰».

П. Лайнбарджер¹¹ вводил необходимость появления в штате армейских соединений психологов, которые могли, по его мнению, оказать свою неоценимую пользу.

«Во-первых, психолог может указать на такие особенности человеческого разума, которые обычно остаются незамеченными, – писал П. Лайнбарджер. – Он может сказать, каким образом страсти можно превратить в негодование, личную находчивость – в массовую трусость, трения – в недоверие, предрассудки – в ярость. Психолог достигает этого, обращаясь к подсознательным чувствам человека, которые служат ему исходным материалом.

Во-вторых, психолог может подсказать методы определения морального состояния противника... При помощи обычных статистических выкладок и на основании опроса небольшой выборочной группы пленных психолог может дать оценку морального состояния войск противника в данный момент на всем театре военных действий. При отсутствии пленных он может достичь почти таких же результатов путем анализа информационных сообщений и пропаганды противника, рассчитанной на свои войска и население...

В-третьих, психолог может оказать помощь оперативным работникам, ведущим психологическую войну, в оценке решаемых ими задач и в соблюдении чувства меры. Ничто не может так повредить пропаганде, как ведение ее людьми ради назидания от собственного имени. Эта бесплодная забава может привести к полному провалу пропаганды как таковой. Известно, что возможность дать ответ противнику доставляет большое удовлетворение. Пропагандист, особенно в военное время, старается говорить противнику все, что он о нем думает... Пропагандист не должен говорить противнику таких вещей. Личные эмоции он обязан держать при себе. Психолог может научить пропагандиста быть объективным, последовательным и хладнокровным.

Наконец, психолог может порекомендовать средства и методы ведения пропаганды: радио, листовки, громкоговорящие установки, а также распространение слухов, обратную засылку пленных и т. д. Психолог укажет, когда можно и когда нельзя применять то или иное средство. Он совместно с офицерами-оперативниками и разведчиками может выработать план наилучшего использования всех имеющихся средств психологического воздействия¹²».

«...Пропаганда, – замечает Лайнбарджер, – может стать действительным оружием психологической войны, научной по духу и превращенной в искусство, если... проведение пропагандистских операций будет... контролироваться на основе научных методов. Из наук психология стоит всех ближе к пропаганде...¹³»

«Решающее значение для успеха психологической войны, – пишет А. М. Морозов, – имеет атомизация общества, недопущение консолидации государств или политических групп, организация постоянного противостояния и войны всех против всех. Для этого необходимо разукрупнение стран-противников, создание карликовых государств с марионеточными правительствами, которые осуществляют роль надсмотрщика над своим народом ради благополучия господина, развернув армию штыками внутрь.

По этой причине наибольшему давлению всегда подвергаются крупные мощные государства с целью их развала. При этом важное значение имеет формирование в противостоящих странах мощной пятой колонны. Она может действовать под видом борцов за права человека,

¹⁰ Лайнбарджер П. Психологическая война. – М.: Воениздат, 1962. – 350 с.

¹¹ Лайнбарджер П. Психологическая война. – М.: Воениздат, 1962. – 350 с.

¹² Лайнбарджер П. Психологическая война. – М.: Воениздат, 1962. – 350 с.

¹³ Лайнбарджер П. Психологическая война. – М.: Воениздат, 1962. – 350 с.

за чистоту окружающей среды, за равноправие мужчин, женщин, животных и т. д. Главной их задачей является дестабилизация обстановки в государстве.

О мощи средств психологической войны свидетельствует тот факт, что в конце XX века удалось разрушить, прежде всего невоенными методами, все три славянских силовых центра: СССР, Чехословакию, Югославию¹⁴», – подытоживает свои выводы А.М. Морозов.

Как мы уже заметили, специфика ведения психологических войн накладывает отпечаток на действие вражеских сил как со стороны внешней угрозы, так и угрозы внутри страны. Во время существования Советского Союза на всем протяжении его существования велась подрывная работа Запада в отношении граждан СССР. Для этого использовались различные методы, в частности методы экономические (заставлявшие усиливать гонку вооружений, чтобы меньшие средства были направлены на улучшение жизни граждан внутри страны, что должно было спровоцировать негатив и рост протеста внутри СССР; такой протест раздувался действиями представителей пятой колонны, активно финансируемой Западом, в том числе и через издание литературы, запрещенной в СССР), ну и, конечно же, политические методы (хотя в вопросе ведения психологической войны любые методы фактически взаимосвязаны и направлены на победу с помощью не военных (в традиционном аспекте) действий).

В Постановлении одного из последних предперестроечных¹⁵ Пленумов ЦК КПСС подчеркивалось, что «против Советского Союза, стран социализма ведется беспрецедентная по своим масштабам и оголтелости психологическая война. Не гнушаясь ложью и клеветой, буржуазная пропаганда стремится очернить социалистический строй, подорвать социально-политическое и идейное единство нашего общества»¹⁶.

«Главная капиталистическая страна – США – не жалеет средств и для усиления идеологической борьбы, психологической войны и других подрывных действий против стран социализма, – отмечал Д.А. Волкогонов. – Ежегодно в США на эти цели расходуется более 7 млрд. долларов»¹⁷¹⁸.

Д.А. Волкогонов, уточняя механизмы ведения информационно-психологических войн в мирное и в военное время, пишет: «Психологическая война ведется империализмом как в мирное, так и в военное время. В мирное время ее диапазон более широк. Она охватывает политические, нравственные, правовые, эстетические формы сознания, а также сферу культуры. Психологическая война направлена на различные общности и коллективы: производственные, научные, художественные, творческие, военные. В мирное время психологическая война выступает одним из конкретных средств воздействия на морально-политический потенциал противостоящей социальной системы. В современных условиях в результате быстрого прогресса в области средств массовой информации возможности обоюдного духовного воздействия существенно увеличились. Возросшее количество непосредственных человеческих контактов, увеличение технического, научного, культурного обмена между государствами двух систем объективно создают больше условий для прямого столкновения мировоззрений, социально-политических взглядов. Соответствующие... идеологические органы стремятся макси-

¹⁴ Морозов А.М. Психологическая война. Киев, 1996 год.

¹⁵ Сама т. н. перестройка, которая началась в стране после прихода к власти М.С. Горбачева – есть результат победы Запада в введении психологической войны против Советского Союза. С перестройкой произошел распад того государства, против которого Запад начал борьбу после победы большевиков в революции 1917 года, после установления советской власти.

¹⁶ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воен издат, 1983. – 288 с.

¹⁷ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воен издат, 1983. – 288 с.

¹⁸ Кстати, весьма показательно, что сам Д.А. Волкогонов, будучи при СССР пропагандистом социалистического образа жизни, при Перестройке вдруг изменил взгляды, став антисоветчиком.

мально использовать это обстоятельство для усиления своих идеологических и психологических диверсий»¹⁹.

Выделяя роль Запада в стремлении навязать свой политический строй Советскому Союзу с целью разрушения последнего, Д.А. Волкогонов обращает внимание, что «в ходе психологической войны в мирное время идеологические органы империализма преследуют вполне определенные цели. Во-первых, внесением в общественное и индивидуальное сознание социалистического общества враждебных идей, взглядов, представлений они пытаются расшатать морально-политическое единство советского народа, ослабить интернациональное единство братских стран социализма. В одном из инструктивных документов Управления по международным связям США... принятом в 1981 г., прямо говорится, что «свободная информация, которую мы (США. – Д. В.) должны направлять в страны коммунистического блока, призвана максимально ослаблять влияние марксистской идеологии со всеми вытекающими из этого последствиями». Поэтому неудивительно, что содержание радиопередач, печатной продукции, направляемой на социалистические страны, иные подрывные акции подчинены главному – ослабить социализм духовно, идеологически...

Во-вторых, с помощью акций психологической войны буржуазные идеологи пытаются политически дезориентировать людей стран социализма. Для этого создан огромный комплекс политической дезинформации, нацеленный на внесение в социалистическое общественное сознание ложных идей, чуждых взглядов, иллюзий, мифов, искаженных представлений. Только в главных капиталистических странах «работают» на социалистический мир десятки крупных радиостанций общим объемом вещания многие сотни часов в сутки. Установки, которыми руководствуется вся эта машина психологической войны, весьма откровенно изложил М. Чукас. «С помощью радиопропаганды, – поучает он, – следует «осведомленного человека превратить в неосведомленного, информированного – в дезинформированного, убежденного – в сомневающегося. Надо лишить людей приверженности коммунистическим целям. В этом все дело».

В-третьих, операции психологической войны, проводимые буржуазными пропагандистскими органами, преследуют цель не только ослабить роль коммунистических идеалов, убеждений, образа жизни, морали, но и заменить их западными «ценностями»: индивидуализмом, эгоизмом, национализмом, частнособственническими наклонностями, политической индифферентностью, скепсисом и нигилизмом. Для этого широко используются мифы о «свободе личности», «правах человека», «подлинной демократии» в буржуазной интерпретации. Разумеется, при этом духовные диверсанты стараются умолчать о том, что именно капитализм породил фашизм, культивирует расизм и национализм, неизлечимо болен преступностью, безработицей, несет людям угрозу опустошительных войн. Фарисеи психологической войны, стремясь продемонстрировать лишь потребительскую витрину «свободного мира», всячески избегают говорить о глубинных причинах социальных катаклизмов, вооруженных конфликтов, гонки вооружений и других кризисных явлений капиталистического мира»²⁰.

Победив в психологической войне 1917 – 1991 годов, Запад тем не менее не оставил своих попыток навязать собственные установки России. Происходит подобное, как мы обращали внимание выше, путем непрекращающихся атак в идеологической сфере. Победу в подобной войне противник видит в духовной экспансии, навязывании западного образа жизни. Однако мы не будем сейчас приводить примеры, которыми пользуется враг в настоящее время – это тема отдельного исследования, – и продолжим рассматривать теоретическую базу

¹⁹ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

²⁰ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

ведения подобного рода войн. Войн, названных информационно-психологическими, потому что в результате использованных в результате ведения подобных войн методов и способов достижения результата происходит целенаправленное и методичное воздействие на психическое сознание масс путем внедрения различной информации. А еще вернее – основной удар приходится на подсознание. Потому как еще со времен Фрейда было известно, что задействие сублиминальных, подкорковых слоев сознания оказывает в итоге свою исключительно результирующую роль в характере последующих поступков как индивида в частности, так и поведения масс в целом. Причем с помощью средств массовой коммуникации (с их расширенным арсеналом приемов и способов подобного воздействия) удастся задействовать значительный по масштабам охват аудитории.

Воздействие на массовое психическое сознание оказывается в итоге самым результативным фактором управления массами. При этом следует обратить особое внимание, что на самом деле подобное воздействие происходит на подсознание или, другими словами, на бессознательное психики как отдельного индивида, так и масс.

Рассматривая вопрос существования бессознательного в психике индивида, Фрейд отмечал²¹, что существуют латентные мысли, которые не проникают в сознание. Такие мысли он предлагал называть бессознательными, как находящиеся вдали от сознания, не проникающие в сознание. «...Каждый психический акт, – писал Фрейд, – начинается как бессознательный и может таким и остаться или же, развиваясь дальше, проникнув в сознание, в зависимости от того, наталкивается он на сопротивление или нет²²».

Фрейд рассматривал структуру психики как сочетание трех композиций: сознания (Я), бессознательного (Оно) и цензуры психики (Сверх-Я), уделяя бессознательному (подсознанию) весьма существенную роль как в психике индивида, так и проекции этой психики на окружающий мир. Заметим, что зачастую как раз в этой проекции проявляются те тайны психики индивида (касающиеся поведения, мотивов такого поведения), которые становятся доступны пониманию только посредством психологического анализа.

Одним из доводов в пользу существования бессознательного в психике Фрейд называл возможность управления сознанием посредством воздействия на бессознательное, на подсознание²³. При этом тут важно говорить о том, что подобное воздействие может быть применено как в лечебных целях (и тогда психоанализ Фрейда мы рассматриваем как прежде всего психотерапевтическую методику), так и в целях воздействия на подсознание для управления массами (в этом случае мы ведем речь о прикладном психоанализе).

Для нашего исследования, для исследования механизмов воздействия на массы, для массовой психологии необходимо прежде всего принимать во внимание именно прикладной аспект психоанализа. При этом важно помнить, что Фрейд в конце жизни рассматривал психоанализ большей частью как раз как метод воздействия на массы. Другой вопрос, что некогда бывшие ученики и последователи не пошли за учителем, замкнувшись на лечебном (психотерапевтическом) психоанализе²⁴.

«Сегодня мы должны откровенно признаться – частично мы предали нашего Бога и отреклись от его Завета, – пишет проф. В. А. Медведев, метафорически обыгрывая имя Фрейда, как Бога для психоаналитиков. – Психоанализ, задуманный им как глобальный исследовательский проект по созданию некоей «метапсихологии», объединяющей в себе в виде

²¹ Фрейд З. Несколько замечаний по поводу понятия «бессознательное». Основные психологические теории в психоанализе. Мн. 2004. С. 70.

²² Фрейд З. Несколько замечаний по поводу понятия «бессознательное». Основные психологические теории в психоанализе. Мн. 2004. С. 70.

²³ Блюм Г. Психоаналитические теории личности. М., 1996.

²⁴ Медведев В. А. «Русскость» на кушетке. Опыт прикладной супервизии случая Человека-Волка. СПб. 2004. Т. 1. С. 9–11.

системного динамического единства знание о сознательном и бессознательном аспектах человеческой психики и призванной вывести людей на новые рубежи самопознания... мы ограничили системой платной психотерапевтической практики. И напрасно Творец взывал к избранному им психоаналитическому народу: Опомнитесь, психоанализ лишь был открыт на больных, он представляет собой знание о глубинной сущности человека и превращение его в медицинскую специальность является роковым для самого его будущего... Но было уже поздно. Он говорил в пустоту, ведь знаменитые “Новые лекции по введению в психоанализ”, из текста которых и взята воспроизведенная выше его горестная фраза, составлялись им уже как обращение к воображаемой аудитории единомышленников²⁵».

Заметим, что подобное «упущение» не оказало существенного влияния на желание тех, кто понимал, что с помощью учения о бессознательном, становятся доступны механизмы скрытного управления массами. Причем программирование масс подобным образом осуществлялось на всем протяжении истории XX века весьма успешно. Вспомним Германию времен Третьего рейха. 80 миллионов немцев вдруг стали беспрекословно подчиняться фюреру в лице Адольфа Гитлера и других вождей рейха, из которых следовало бы по особенному отметить рейхсминистра народного просвещения и пропаганды П. Й. Геббельса²⁶. При этом обратим внимание, что методы пропаганды, разработанные Геббельсом, не только позволили внушить народу Германии абсолютную любовь к фюреру²⁷, но и способствовали тому, что за четыре года войны в плен к немцам добровольно сдалось очень большое количество русских солдат. Причем сдавались не только в начале войны (что еще как-то объяснимо), но и в самом конце войны, когда Советская Армия уже победоносно шествовала по миру, освобождая Европу. Вот данные, которые приводит историк А. Гогун: «...в 1942 году, после битвы под Москвой – шесть дивизий перебежчиков (79 779 человек), в 1943 году – после Сталин града, больше двух пехотных дивизий полного состава (26 108 человек). В 1944 году, когда многие в мире предполагали, что война закончится именно в этом году, а красноармейцы, пройдя через Украину и Белоруссию, воочию убедились во всех прелестях нацистского «нового порядка» – численность осознанных «предателей» равна численному составу дивизии (9 207 человек)²⁸». И в этом, заметим, заслуга именно тех схем манипулирования массами, тех механизмов воздействия на массы, которые разработал Геббельс.

«Действенность нацистской пропаганды оценили и “органы”», – замечает А. Гогун. – За найденную вражескую листовку или власовскую газету красноармейца расстреливали. На протяжении всей советско-германской войны военные трибуналы (понятно, не только из-за случаев с экземплярами вражеской пропаганды) вынесли 167000 смертных приговоров.

167000 человек – это численность двух общевойсковых армий тех лет²⁹».

«Можно привести и другие соображения, – продолжает А. Гогун. – Численность советских коллаборационистов в Вермахте, СС и полицейских частях Германии составила свыше одного миллиона человек. Кроме того, на оккупированной территории СССР насчитывалось не менее 300000 полицейских индивидуальной службы (что-то вроде милиции в советской системе).

То есть, как минимум, на умы населения Советского Союза нацистская пропаганда оказала довольно внушительное воздействие, – подытоживает историк. – Особенно если учесть,

²⁵ Медведев В. А. «Русскость» на кушетке. Опыт прикладной супервизии случая Человека-Волка. СПб. 2004. Т. 1. С. 9–11.

²⁶ Пауль Йозеф Геббельс. Рейхсминистр народного просвещения и пропаганды (с 1933 г.).

²⁷ Незначительное число участников сопротивления не в счет.

²⁸ Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М: Эксмо, Яуза, 2004. – 416 с.

²⁹ Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М: Эксмо, Яуза, 2004. – 416 с.

что нацисты не считали славян за людей и установили для них режим грабежа и террора. И, тем не менее, народ с немцами сотрудничал³⁰».

При этом следует обратить внимание, что лидеры социал-демократической партии Германии, ставшие во главе страны после избрания А. Гитлера канцлером Германии, придавали наиглавнейшее значение средствам массовой коммуникации как способу манипулирования массовым сознанием. А. Гогун отмечает, что на основании трудов Гитлера, Геббельса и других практиков идеологического воздействия на массы теоретик журналистики и публицистики Доффат сформулировал принципы нацистской пропаганды: «Принципов приводилось два – оба со ссылкой на “Майн кампф” Гитлера. Они гласили: 1) гуманность и красота “не могут находить применения в качестве масштаба пропаганды...”; 2) пропаганда “вечно должна адресоваться только массе...”»

«Из этого вытекают, – констатировал позже диссертант доктора Доффата, – основные законы публицистики:

I основной закон – закон умственного упрощения...

II основной закон – закон ограничения материала...

III основной закон – закон вдалбливающего повторения...

IV основной закон – закон субъективности...

V основной закон – закон эмоционального нагнетания...

При этом объективное выяснение истины квалифицировалось – опять-таки со ссылкой на Гитлера – как “доктринерское простодушие”».

Иными словами, вопрос об истинности пропаганды сознательно оставлялся за скобками.

Закон умственного упрощения означал, что любая сложная мысль, объясняющая то или иное явление, сводилась до простой схемы, понятной любому человеку. То же самое касалось и лексики пропагандистов – слова должны были быть понятны каждому, за исключением разве что умственно неполноценных людей (для которых гитлеровцы разработали программу «эвтаназии»).

Закон ограничения материала был тесно связан с первым законом. Если о каком-либо предмете рассказывать подробно, давать о нем много информации, то, во-первых, объект воздействия просто «утонет», запутается в ней, потеряет интерес к пропагандистским материалам. Это снизит общий эффект влияния на массы. Во-вторых, если человек обладает большим объемом информации о том или ином явлении, то индивида становится сложно убедить, что только одна точка зрения на это явление – верная.

Субъективность присутствует во всех пропагандистских материалах, причем в двух аспектах. Во-первых, при составлении листовки или текста радиовыступления учитывается субъективный настрой людей, для которых пропаганда предназначена. Геббельс в 1928 году говорил: «Выступая в провинции, я говорю совсем не так, как в Берлине, а для людей в Байрейте (городе Рихарда Вагнера) я нахожу совсем другие слова, чем для берлинцев...».

Во-вторых, автор преднамеренно субъективен, то есть ему не важно, что представляет собой на самом деле предмет, о котором он повествует. Геббельс откровенно говорил: «Пусть сколько угодно говорят о том, что наша пропаганда – крикливая, грязная, скотская, что она нарушает все приличия – плевать! В данном случае все это уже не так уж важно. Важно, что она вела к успеху – вот и все!».

Эмоциональное нагнетание необходимо как для того, чтобы поддерживать у человека постоянный интерес к тому, о чем рассказывает пропаганда, так и для того, чтобы информация легче входила в голову. Когда говорят эмоции и чувства, разум молчит. Возбужденный человек гораздо легче совершает необдуманные поступки: а именно к таковым его подталкивали руководители Третьего рейха. К тому же эмоциональная возбужденность очень сильно изменяет

³⁰ Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М: Эксмо, Яуза, 2004. – 416 с.

поведение человека, даже повседневное. Как правило, происходит мобилизация организма, всплеск сил... И эти силы умелый политик, особенно в тоталитарном государстве, может легко направить в нужное ему русло.

Силой тоталитарной пропаганды является ее массовость и всеохватность³¹.

Рассматривая пропаганду Геббельса, Т. Б. Паулсен в автореферате диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук указывает, что: «Принципы руководства массами, изложенные Геббельсом, сводятся к следующему:

- принципы размаха и концентрации, согласно которым заранее отработанные лозунги должны внедряться в сознание масс методично;

- принцип простоты: массовое сознание открыто примитивным постулатам.

Министр пропаганды Третьего рейха лично редактировал наиболее важные документы, художественные тексты, предназначенные для опубликования...»³².

Рассматривая роль сочетания харизмы лидера (вождя Третьего рейха) и пропаганды, Т. Б. Паулсен делает очень важные выводы, которые приближают нас к пониманию причин того влияния, которые оказывали вожди рейха на немецкий народ: «Переходя к взаимовлиянию харизмы и пропаганды, – пишет Т. Б. Паулсен³³, –... стоит сделать ряд выводов:

- для каждой личности можно изобрести харизматический прием, что позволит создать иллюзию обладания харизмой у данного индивида, но пропаганда дей ствительно харизматической личности – это ее позиция, подход и решение;

- пропаганда может существовать без харизматической личности, но харизматическая личность не может существовать без пропаганды.

Пропаганда для харизматической личности специфична – это сплав приемов, которые воздействуют в большей степени на подсознание, нежели на разум. Экстеоризация идей харизматической личности – не произвол, это особая жестко структурированная реальность, чья деятельность протекает в особом аналитически-синтетическом режиме, оперирующем с реальными, но не осознанными данными. Сознание харизматической личности оперирует с рециклированием множества реальных данных, обрабатываемых по модели более совершенной, нежели устройство рассудка обычного человека. Тем не менее харизматическая пропаганда опирается на ряд отработанных приемов, которые использовались в прошлом и продолжают использоваться для завоевания масс, а именно:

- создание мифов;
- использование достижений великих умов нации;
- ставка на избранность, аристократизм, новизну;
- подбор музыки;
- фабрикование псевдонаучных космогоний;
- использование кинематографа;
- организация спортивных соревнований, делающих акцент на культе силы;
- характерные язык, жесты, символика, одежда, свет;
- использование огня, конкретного времени суток, цветовой гаммы;
- другие способы воздействия на подсознание.

Уделяя внимание языку харизматической пропаганды, стоит сделать следующие выводы:

- в текстах харизматической пропаганды используются художественные приемы, применяемые в литературных произведениях, которые служат для усиления художественного

³¹ Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М: Эксмо, Яуза, 2004. – 416 с.

³² Паулсен Т.Б. Харизматическая пропаганда как инструмент манипулирования обществом. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Москва. 2002.

³³ Паулсен Т.Б. Харизматическая пропаганда как инструмент манипулирования обществом. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Москва. 2002.

впечатления: гипербола, гротеск, аллегория, антитеза, метафора, афористичность мысли, использование законов времени и пространства в художественном произведении, ритуально-мифический характер произведений, при помощи которого автор обращается к сознанию читателя, возвращая его в состояние первобытного человека, когда мир в его сознании разделен прежде всего на две части – обычную и священную. Язык харизматической пропаганды вводит читателя в мир иррациональный, как бы говоря, что чудеса могут происходить, стоит лишь поверить в сам необычный мир;

– харизматическая пропаганда использует в своих текстах взаимоуничтожающие сочетания слов, которые должны оставаться для масс бессмыслицей, следование древнему изречению "Верую, ибо это абсурдно";

– языку харизматической пропаганды присущи серьезность, невозмутимость излагаемых мыслей, пусть даже самых абсурдных и циничных, практикуется использование черного юмора».

Рассматривая влияние пропаганды со стороны гитлеровской Германии во время Второй Мировой войны, проф. И. Н. Панарин³⁴ отмечает³⁵: «Основными формами информационного противоборства в ходе войны явились печатная и радиопропаганда. В меньших масштабах были представлены устная пропаганда и наглядная агитация.

...Руководители фашистской Германии с большим вниманием отнеслись к проблемам ведения военной пропаганды. Зал съезда национал-социалистов в Нюрнберге в 1936 году украшал лозунг: «Пропаганда помогла нам прийти к власти. Пропаганда поможет нам удержать власть. Пропаганда поможет нам завоевать весь мир». Сразу же после прихода к власти в Германии Национал-социалистической партии гитлеровское руководство образовало Министерство народного просвещения и пропаганды во главе с Йозефом Геббельсом.

С первых шагов своей политической деятельности Гитлер уделял огромное внимание информационному воздействию на психику людей. Именно Гитлер после прихода к власти в Германии впервые предпринял попытку глобального информационного воздействия (экспансии) на население других стран. Информационное влияние осуществлялось следующими способами:

1. Распространением информации через информационные агентства, радио, путем доставки за границу немецких газет и журналов, листовок через агентурную сеть.

2. Через немецких корреспондентов за границей, а также через иностранные газеты, находящиеся под немецким влиянием.

3. Путем проведения выставок и ярмарок в Германии, участия в ярмарках и выставках за рубежом.

4. Осуществлением культурного обмена с дружественными странами во всевозможных областях (наука, искусство, спорт, воспитание молодежи и т. д.)».

Профессор И. Н. Панарин описывает способы подготовки ведения пропаганды со стороны фашистской Германии против СССР, которые могут быть весьма полезными и сейчас, потому как частично раскрывают механизмы сбора информации для последующей пропаганды. «С конца 1940 года, – пишет И.Н. Панарин, – немецкие ведомства начали активную работу по сбору информации в интересах проведения информационно-психологического обеспечения нападения на СССР: обрабатывались материалы красноармейских газет приграничных военных округов и другая периодическая печать вплоть до многотиражек крупных заводов и ведомственных журналов, выходящих небольшими тиражами. К работе привлекались

³⁴ Игорь Николаевич Панарин – политолог, профессор Дипломатической Академии МИД России, кандидат психологических наук, доктор политических наук, академик Академии Военных Наук. Автор книг «Информационная война и Россия», «Информационная война и выборы», «Информационная война и власть», «Информационная война и дипломатия», «Информационная война и геополитика» и др.

³⁵ И.Н. Панарин. Официальный сайт. – <http://www.panarin.com/>

так называемые «специалисты по России», в том числе и из состава эмигрантских организаций, изъявивших желание сотрудничать с немцами. Они готовили аналитические материалы, определяли слабые стороны советских военнослужащих, вскрывали проблемы советского общества, разрабатывали рекомендации по информационно-психологическому воздействию на личный состав Красной Армии и население с учетом национально-психологических особенностей, традиций и культуры³⁶.

Причем стоит отметить, что методы пропаганды фашистской Германии всегда корректировались. Например, перед реализацией плана «Барбаросса», 6 июня 1941 года в войска Вермахта была разослана директива, согласно которой «основными целями информационно-психологического воздействия являлись: устрашение противника; усиление пораженческих настроений; создание позитивного представления о плене; подрыв авторитета государственного и военно-политического руководства СССР; побуждение к добровольной сдаче в плен и к дезертирству; подрыв авторитета командиров и начальников, неповиновение им; усиление недовольства гражданского населения положением в стране; побуждение населения к лояльному отношению к военнослужащим вермахта; усиление тревоги за судьбу родных»³⁷.

Примером того, как тщательно доктор Геббельс подбирал методы пропаганды, может служить тот факт, что «Министерство пропаганды отпечатало к 22 июня 1941 года свыше 30 млн. листовок, красочных пропагандистских брошюр карманного формата на 30 языках народов СССР и подготовило несколько радиопередач. На Восточном фронте было сосредоточено 17 рот пропаганды. Когда 22 июня 1941 года в 3.15 немецкая артиллерия наносила огневой удар по объектам на территории Советского Союза, при помощи агитснарядов было распространено значительное количество листовок с обращением к красноармейцам, командирам Красной Армии... В течение первых двух месяцев войны ими было распространено около 200 млн. листовок. Основной формой пропаганды, проводимой Вермахтом, являлась печатная пропаганда (листовки, газеты, журналы, использовалось и устное вещание). Наибольших успехов пропагандистская машина вермахта добилась в 1942 году. После этого командование вермахта предпринимает дополнительные меры по усилению воздействия на психику военнослужащих Красной Армии, населения Советского Союза (происходит усиление подразделений пропаганды, они становятся самостоятельным родом войск).

На начало 1943 года войска пропаганды Вермахта включали: 21 роту пропаганды сухопутных войск, 7 взводов военных корреспондентов сухопутных войск, взвод военных корреспондентов «Великая Германия», 8 батальонов пропаганды на оккупированной территории, состоящих из добровольцев-пропагандистов»³⁸. Вспомним, что роль немецко-фашистской пропаганды отмечали и в войсках Советской Армии. За чтение подобных листовок грозил расстрел или штрафбат³⁹.

Кстати, историк А. Гогун приводит факты создания на территории СССР⁴⁰, захваченной немцами, редакций газет фашистской Германии, которые активно выпускали прессу на русском языке и на языках народов СССР. Кроме того, А. Гогун пишет и о том, что именно доктор Геббельс придумал выражение «железный занавес». «Геббельс пророчил, – пишет А. Гогун, – что если Вермахт сложит оружие, то Советский Союз оккупирует Восточную Европу, над которой тут же опустится железный занавес⁴¹». О том, что так и случилось, мы знаем из истории. Но при этом нам хотелось бы отметить важную роль И.В. Сталина, сумевшего вос-

³⁶ И.Н. Панарин. Официальный сайт. – <http://www.panarin.com/>

³⁷ И.Н. Панарин. Официальный сайт. – <http://www.panarin.com/>

³⁸ И.Н. Панарин. Официальный сайт. – <http://www.panarin.com/>

³⁹ Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М: Эксмо, Яуза, 2004. – 416 с.

⁴⁰ Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М: Эксмо, Яуза, 2004. – 416 с.

⁴¹ Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М: Эксмо, Яуза, 2004. – 416 с.

пользоваться победой над фашистской Германией для установления советского строя в странах Восточной Европы. Тем самым Сталин на долгие годы обезопасил СССР от нападения со стороны Запада. И только после перестройки Горбачева и разрушения страны Ельциным страны НАТО не только разрушили «железный занавес», прочно защищавший рубежи нашей Родины, но и размещают свои ракеты все ближе к границам России. «...Мир становится сегодня не проще, а сложнее и жестче, – предостерегает нас В.В. Путин. – Мы наблюдаем, как, прикрываясь высокими лозунгами свободы, открытого общества, подчас уничтожаются суверенитет стран и целых регионов. Как под громкую риторику о свободе торговли и инвестиций в самих развитых странах усиливается политика протекционизма. Разворачивается и ожесточенная борьба за ресурсы... В этом контексте понятен растущий интерес внешнего мира к России... Бог не обидел нас природными богатствами. Как результат – нам все чаще приходится сталкиваться с рецидивами политики «сдерживания». Но за всем этим, по большому счету, зачастую стоит стремление навязать нам нечестную конкуренцию и обеспечить себе доступ к нашим ресурсам»⁴².

Кстати, Адольф Гитлер в свое время начинал как пропагандист, специалист по пропаганде в социал-демократической партии. В 1921 году он возглавил пропаганду нацистской партии. «Эту работу я в тот момент считал самой важной, – вспоминает А. Гитлер в своих мемуарах «Майн кампф». – ... вся задача в той обстановке заключалась в том, чтобы прежде всего познакомить с нашими идеями возможно больший круг людей... Только на путях пропаганды можно было создать первое небольшое ядро, проникшееся идеям нашего нового учения, и затем можно было подобрать тот человеческий материал, из которого должны были позднее создаться первые элементы организации»⁴³.

В своих мемуарах Гитлер подробно рассматривает вопрос создания организации, которая в последующем подчинила себе почти всю Европу и, что самое главное 80-миллионный немецкий народ, массовое психическое сознание которого было обработано сначала пропагандистом Гитлером, а позже – занявшим его место в пропаганде партии Геббельсом. При этом, как бы мы ни относились к Гитлеру, мы должны, как минимум, во-первых, знать методы врага (чтобы в последующем суметь выработать механизмы защиты против схожих форм воздействия на массы), а во-вторых, методы фашизма, на наш взгляд, необходимо обязательно рассматривать в наше время, подходя к этому с научной точки зрения, ведь фашистская Германия существовала 12 лет, а это – срок. К тому же из истории мы помним победоносное шествие германских войск по Европе⁴⁴, когда ведущие теперь европейские страны тогда подчинились Германии, не сумев ничего противопоставить немецкой машине Третьего рейха. В связи с этим важно понять те механизмы, которые задействовал Гитлер в создании организации, которой, если бы не Советский Союз, подчинился бы весь мир.

«В роли руководителя пропагандистского отдела партии, – писал Гитлер, – я заботился не только о том, чтобы создать движению достаточно большой контингент сторонников, я ставил себе еще одну задачу. Придавая пропаганде самый радикальный характер, я стремился добиться того, чтобы организация со временем получила только самый доброкачественный человеческий материал. Чем более радикальной и вызывающей была моя пропаганда, тем более отталкивала она всех слабых и колеблющихся и тем более мешала она таким людям проникать в ряды нашей организации и ее основного ядра»⁴⁵.

⁴² Выступление Президента РФ Владимира Путина на расширенном заседании Государственного совета «О стратегии развития России до 2020 года» 8 февраля 2008 года. Москва, Кремль. Официальный сайт партии «Единая Россия». <http://www.edinros.ru/news.html?id=127560>

⁴³ Гитлер А. Моя борьба. – М.: Т-Око, 1992.

⁴⁴ Франция вообще встречала немцев с шампанским, а в некоторых русских деревнях с хлебом-солью.

⁴⁵ Франция вообще встречала немцев с шампанским, а в некоторых русских деревнях с хлебом-солью.

Кстати, первыми офисами партии были трактиры и кафе. «Когда осенью 1919 г. я прикнул к партии, состоявшей тогда из шести человек, у нее не было еще никакого аппарата, ни одного служащего, ни одного печатного документа и даже не было бланков и печати. Комитет партии имел свое пристанище сначала в маленьком трактирчике..., затем в другом небольшом кафе, – вспоминал Гитлер. – ...Спустя некоторое время я отправился в обход по мюнхенским ресторанам и трактирам с расчетом найти какую-нибудь отдельную комнату, которую можно было бы снять под постоянное помещение для партии. В пивной Штернэкке я нашел небольшое подвальное помещение... Подвал был... совершенно темный и... имел только одно небольшое окно, выходившее на узенькую улицу, и таким образом, даже в самые солнечные дни в нашем помещении все же царила полутьма. Вот там-то мы и обосновались»⁴⁶.

Возвращаясь к вопросу ведения информационно-психологических войн, еще раз обратим внимание, что подобного рода воздействие происходит благодаря вмешательству в подсознание с целью формирования установок в массовом психическом сознании и, собственно, направленности самого взгляда сознания масс. При этом следует заметить, что из подсознания в сознание подобные процессы могут или переходить, или не переходить, то есть иметь скрытые формы управления психикой, управления без фактического осознания индивидом себя как частью толпы, массы, тех процессов, которые фактически руководят как его поведением, так и, собственно, появлением у него тех или иных взглядов, мнений, суждений, какого-либо подхода в видении ситуации.

Значимую роль приобретает в факторе влияния на массовое сознание идеология, которая фактически формирует общественное мнение в заданном идеологами ключе. «Для того чтобы успешно осуществлять идейное воспитание... необходимо хорошо представлять структуру общественного сознания, его основные элементы, – писал Д. А. Волкогонов. – Различные элементы общественного сознания по-своему отражают общественное бытие. С этой точки зрения структура общественного сознания предстает в виде двух уровней, двух „этажей“. Нижний уровень – обыденное сознание – включает в себя эмпирические знания и общественную психологию, верхний – теоретический уровень – состоит из двух основных элементов: естественно-технических знаний и идеологии. ...Это деление достаточно относительное, условное. Между верхним и нижним уровнями существует тесная связь, взаимодействие и взаимовлияние, которые осуществляются в процессе отражения общественного бытия»⁴⁷.

«...В теоретическом слое сознания, на рациональном уровне отражения действительности, находится идеология, – отмечает Д.А. Волкогонов. – Она... представляет собой систему идей, теорий, взглядов, отражающих социальную действительность с позиций определенных классов... Идеология тесно связана с экономическим базисом и всей структурой производственных отношений и политических институтов»⁴⁸.

«...Идеология включает в себя теоретические концепции, – продолжает Д.А. Волкогонов, – выражающие суть общественного строя и его идеалы, взгляды и идеи, обосновывающие функционирование данной социальной системы. В реальной действительности общественное сознание выступает в конкретных формах. Как видим, структура общественного сознания имеет не только вертикальный „срез“ – уровни общественного сознания, но и горизонтальный – формы общественного сознания»⁴⁹.

⁴⁶ Франция вообще встречала немцев с шампанским, а в некоторых русских деревнях с хлебом-солью.

⁴⁷ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

⁴⁸ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

⁴⁹ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

Рассматривая пример использования средств массовой информации в психологической войне, Д. А. Волкогонов обращает внимание, что впервые печатные СМИ были апробированы на противнике в годы Первой Мировой войны 1914–1918 годов⁵⁰. «Именно в этой войне были использованы средства и методы психологической войны, которую стали вести друг против друга империалистические коалиции, – пишет Д.А. Волкогонов. – ...По мере затягивания войны руководство коалиций приходило к выводу о необходимости усиления духовного воздействия на противника. При штабах воюющих армий создавались соответствующие отделы и подразделения, призванные организовать "войну слов" – агитацию противника. Особенно активно вела психологическую войну с помощью печатной продукции Англия. Были выпущены миллионы листовок, которые разбрасывались авиацией и с помощью воздушных шаров над позициями противника. Кроме того, английское правительство создало специальные органы, снабжавшие печатные издания других стран британскими версиями о ходе войны. Было налажено издание журнала "Война в иллюстрациях", информационных бюллетеней, выпускались военные фильмы о положении на фронтах.

По распоряжению французского командования распространялись листовки среди населения и войск противника. За время действия службы пропаганды французской армии в Первой мировой войне было сброшено на германские города и позиции войск около 30 млн экземпляров листовок, газет и брошюр. В конце войны Антанта сделала первые шаги по координации своих пропагандистских усилий: возник специальный штаб по разложению вражеских войск»⁵¹.

«В свою очередь, Германия также пыталась вести пропагандистскую войну против франко-англо-русской коалиции, – продолжает Д.А. Волкогонов, – широко используя методы запугивания, обмана, дезинформации. Так, в листовках, которые разбрасывались с германских цеппелинов на восточном фронте в 1915 г., утверждалось, что англо-французские войска на западе разгромлены и такая же участь уготована русским войскам, поэтому, чтобы избежать «ненужного кровопролития», русским солдатам предлагалось организованно сдаваться в плен. Немцы, как и их противники из Антанты, распространяли «пораженческие» листовки, в которых сообщалось о бедствиях в тылу, голоде, массовых болезнях населения стран противоборствующей коалиции»⁵².

«...Первая мировая война была первой войной, в ходе которой широко использовались подрывные средства для деморализации войск и населения противника, – обращает внимание Д.А. Волкогонов. – Впервые были использованы специальные подразделения пропаганды, стала создаваться техника распространения печатной агитации, формировались органы «войны слов», масштабы действия которых в ряде случаев были значительными»⁵³.

«...Наиболее ожесточенную форму психологическая война приняла при прямом военном столкновении империализма и нового строя, родившегося в Советской России, – социализма»⁵⁴, – делает заключение Д.А. Волкогонов.

Следует обратить внимание, что психологическая война действительно до сих пор продолжается против нашей страны, даже после победы в «Холодной войне» в результате сначала

⁵⁰ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

⁵¹ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

⁵² Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

⁵³ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

⁵⁴ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

инициирования горбачевской перестройки, а после и последствий ее в виде разрушения великой державы, а также физического (в результате бандитских разборок при переделе собственности конца 80-х – середины 90-х годов; в результате смерти от резко увеличившейся алкогольной зависимости, когда у народа отобрали веру в будущее и народ стал искать спасение в том иллюзорном мире, который давал алкоголь; в результате кавказских войн и террористических актов; в результате деятельности черных риэлтеров; в результате деятельности финансовых пирамид и тому подобных следствий распада страны) и духовного уничтожения народа.

Сейчас такая война, как мы уже заметили, ведется с помощью информационных технологий. Первый заместитель начальника Генштаба Вооруженных сил РФ генерал-лейтенант Алексей Бурутин на форуме «Информационные решения для безопасности России», проходившем 31 января 2008 года, заявил, что «достижение победы в возможных будущих войнах и вооруженных конфликтах будет достигаться путем уничтожения управления государством и Вооруженными силами за счет информационных технологий»⁵⁵. Форум проводился в здании Правительства Москвы и был масштабным по составу участников, представителей 60 федеральных министерств и 7 федеральных округов.

Генерал-лейтенант А. Бурутин сделал уточнение, что развитые государства Запада не только активно участвуют в информационной войне, но и разрабатывают все новые механизмы подобного рода войны, в том числе и против России. «В настоящее время развитые государства активно разрабатывают формы и методы борьбы в информационной сфере – информационное оружие, которое может использоваться в мирное и военное время, – сказал А. Бурутин. – Эти средства сочетают невысокий уровень затрат и высокую эффективность их применения. Информационное оружие не используется в традиционном понимании – для уничтожения противника, – для него не требуется создание сложных структур и при этом нет необходимости пересекать границы. Уже ряд стран взяли курс на ведение информационных войн. Объемы финансирования на эти цели свидетельствуют о том, что превосходство в информационной сфере рассматривается как один из основных способов достижения национальных стратегий этих стран в XXI веке»⁵⁶.

Первый заместитель начальника Генштаба Вооруженных сил РФ А. Бурутин заявил, что Россия тоже приступила к разработке способов ведения информационных войн⁵⁷. «...В обозримом будущем достижение конечных целей войн и вооруженных конфликтов будет решаться не столько уничтожением войск и сил противника, сколько за счет подавления его государственного и военного управления, навигации и связи, воздействия на другие информационные объекты, от которых зависит стабильность управления государством», – делает вывод А. Бурутин⁵⁸.

«Кроме того, с помощью информации можно воздействовать на людей и их мировоззрение». Такого рода воздействие, по словам генерала, уже «ведется по линии разрушения духовных ценностей, путем воздействия на индивидуальное, групповое и массовое сознание» населения России. Как сообщает «Интерфакс», Батулин считает, что с помощью информационного оружия ряд неправительственных организаций, получающих финансирование из-за рубежа, формируют негативный образ России. Как суверенное государство, Россия принимает действенные меры для отражения атак с применением информационного вооружения.

⁵⁵ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. – 288 с.

⁵⁶ Россия готовится к информационной войне. Библиотека информационного ресурсного центра по практической психологии «Пси-Фактор». <http://psyfactor.org/news/iwar.htm>

⁵⁷ Россия готовится к информационной войне. Библиотека информационного ресурсного центра по практической психологии «Пси-Фактор». <http://psyfactor.org/news/iwar.htm>

⁵⁸ Россия готовится к информационной войне. Библиотека информационного ресурсного центра по практической психологии «Пси-Фактор». <http://psyfactor.org/news/iwar.htm>

Российская концепция информационной войны, разработанная в середине 90-х годов, включает в себя четыре компонента: разрушение систем связи противника; перехват сообщений; взлом компьютерных сетей; воздействие на общественное мнение путем распространения дезинформации. В отличие от США, где существуют две самостоятельные концепции – информационной и психологической войны, в России они рассматриваются как одно целое.

Пять лет назад Совет безопасности РФ утвердил концепцию внешней информационной политики. В этой концепции в качестве угрозы информационной безопасности страны названо: «Вытеснение российских СМИ с внутреннего рынка и усиление зависимости духовной, политической и экономической сфер общественной жизни России от зарубежных информационных структур». В качестве меры противодействия этой угрозе среди всего прочего предлагалось «усиление регулирующей роли государства в СМИ». По оценкам специалистов сегодня в России достигнуты определенные успехи в этом направлении. Привычки и желания российских потребителей информации в настоящее время являются объектами пристального изучения, затем через подконтрольные государству СМИ населению внедряются необходимые «знания» – психологические установки, социальные стереотипы, политические симпатии/антипатии. Немаловажную роль в этом играет и «организационное оружие», среди методов которого – создание образа врага, принцип «разделяй и властвуй», контрпропаганда⁵⁹.

Обратим внимание, что информационное оружие является мощнейшим средством идеологического воздействия и пропаганды, ориентированным на подавление массового психического сознания, внедрения в подсознание масс соответствующих установок (паттернов поведения), которые в любое время могут быть активированы манипуляторами. Причем исходя из того, что сознание любого индивида, находящегося в социуме, неразрывно связано как с законами управления масс, так и с правилами поведения в обществе, можно говорить о том, что подобного рода воздействию подвержены все жители страны. Важное место в таком воздействии на подсознание в частности и массовое психическое сознание в целом играют средства массовой коммуникации (СМК), без которых невозможно существование современного социума, современной жизни. Индивиды, заключенные в массы (в рамках социума), видят в средствах массовой коммуникации прежде всего возможность получения информации об изменениях, происходящих в мире.

В современных условиях существования невозможно быть социально активным членом общества, добиться успехов в жизни и смотреть на мир с маргинальных позиций. Это невозможно еще и потому, что все индивиды в процессе собственного существования уже так или иначе получают информацию из внешнего мира, в том числе и путем вступления в межличностные контакты. Не общаться с другими невозможно, и подобное общение происходит на работе, учебе или в кругу семьи. А значит, даже те индивиды, которые как будто намеренно (сознательно) не читают прессу, не смотрят телевизор, не ходят в кино, в театры, и т. п. – все равно волей-неволей получают различного рода информацию от других индивидов. Это как распространение слухов. Вы можете не желать ничего знать, но информация все равно дойдет до вас. Другой вопрос, как вы этой информацией воспользуетесь. Но уже можно заметить, что невозможно быть социально активным членом общества и при этом быть таким маргиналом, ставящим себя вне общества. Вне общества – значит и вне законов общества. И если случается подобное, то подобные индивиды рано или поздно оказываются изолированными от общества, будучи помещенными, например, в закрытые учреждения пеницитарной системы. А все остальные уже так или иначе «вынуждены» (вынуждены, если мы рассматриваем отсутствие подобного желания) не только получать информацию из внешнего мира (а значит, и информа-

⁵⁹ Россия готовится к информационной войне. Библиотека информационного ресурсного центра по практической психологии «Пси-Фактор». <http://psyfactor.org/news/iwar.htm>

цию посредством деятельности СМК и СМИ), но и выстраивать свои отношения с обществом, модели построения собственной жизни в социуме, в соответствии с теми нормами поведения (а значит, и установками), которые навязывают нам средства массовой коммуникации, информации и пропаганды. Причем в этом случае отдельные индивиды – как индивиды, представляющие массу – будут являться некими передаточными звеньями коммуникативных связей в рамках существования того или иного общества, общественного строя.

Говоря об информационно-психологическом воздействии на массы, мы должны понимать, что подобного рода воздействия направлены прежде всего на психику индивида и масс с целью не критического анализа поступающей со стороны средств массовой коммуникации, информации и пропаганды информации, а также с целью навязывания определенных стереотипов в сознании (в подсознании), потому как известно, что как раз от стереотипов зависит и бессознательное поведение индивида в тех или иных жизненных ситуациях. Причем СМИ, выступают в данном случае в роли основных манипуляторов сознания, ибо притупляют сознание посредством информации, подаваемой посредством деятельности СМИ таким образом, чтобы сформировать в индивиде невозможность критического отношения к действительности, а также затруднение в получении общей информации по тому или иному вопросу. Информация со стороны СМИ подается во фрагментарном виде. Причем представленная почти в любом выпуске прессы или ТВ информация популярного характера оказывает свое первоочередное влияние на чувства (задействуя эмоции) и потому это еще больше затрудняет какой-либо аналитический обзор находящейся в этом же выпуске информации социально-политического характера.

Кроме того, СМК и СМИ широко используют законы суггестивного влияния на массы, понимая, что для того чтобы любая информация беспрепятственно проникала в подсознание (и уже оттуда воздействовала на сознание), хотя бы часть подаваемой информации должна не только иметь правдивый характер, но и быть понятной целевой аудитории (т. е. отражать их интересы и бессознательные желания).

Также важен и тот факт, что при наличии информации по какому-либо вопросу первая же информация, которая освещает данный вопрос, будет весьма позитивно воспринята массами. Поэтому так важна роль соблюдения принципа первоочередности в подаче того или иного материала.

Помимо прочего следует обратить внимание и на тот факт, что повторяемость одной и той же информации (можно с новыми подробностями) приводит к бессознательному запоминанию этой информации, что также становится весьма важным в вопросах информационно-психологического воздействия на психику масс с целью моделирования последующего поведения этими массами. И тут не обязательно охватывать все массы в целом. Достаточно воздействия на какую-либо часть, чтобы другие, зараженные действиями (массовыми поступками) этой части массы, подхватили позыв. Потому как известно – в массах необычайно сильна заразительность и подражание. Так же как и отсутствие какой-либо критичности, свойственной еще, быть может, отдельному индивиду. Причем заражение (индуцирование масс) может вылиться в массовые психозы, примеры которых известны нам как из современной истории, так и из истории прошлого. Посредством психоза индивиды еще более объединяются в массы и уже представляют собой толпу, которой значительно легче управлять, чем разрозненными индивидами. Поэтому те или иные политические круги стараются активно использовать СМК и СМИ с целью формирования установок в психике масс. Такие установки могут закладываться в т. ч. и посредством популяризации т. н. «массовой культуры». Если одно какое-либо дело спланирует множество как будто и разрозненных в жизни индивидов, то такие индивиды уже превращаются в массу. А передачи ТВ развлекательной направленности (популярные юмористические передачи, сериалы, и т. п.) превращают такую массу в толпу. Толпу, в которой

отсутствует духовность и девальвированы понятия чести, совести и человеческого достоинства.

Следует помнить и о том, что информационно-психологическое воздействие на психику масс направлено также с целью формирования в массах определенных идеологических установок. О значении идеологии говорил академик А.А. Зиновьев, отмечая что «...функция... идеологии – ...формирование у людей определенного и заранее планируемого способа мышления и поведения, побуждение людей к такому способу мышления и поведения, и как результат, формирование сознания людей и управление ими путем воздействия на их сознание.

...Идеология не просто формирует и организует сознание людей, она создает и навязывает людям определенные стереотипы (алгоритмы) сознания, проявляющиеся в стереотипах поведения. Задача идеологии – приучить множество людей сходным образом думать о каких-то явлениях реальности и совершать какие-то поступки под воздействием такого понимания сходным образом»⁶⁰.

Следует обратить внимание, что задачи идеологии фактически простираются в плоскости скрытого воздействия на сознание масс, манипулирования массами. При этом массы не должны разгадывать иллюзорность навязываемой им идеологии. Они вообще не должны подозревать, что в отношении их происходит какое-то манипулирование, скрытое, тайное воздействие. И выполнять цели и задачи, навязываемые манипуляторами – с собственным желанием. Причем перед этим подобное желание обязательно должно быть «введено» в подсознание масс любыми способами. Идеология – это прежде всего вера. Вера в навязываемый образ, вера в незыблемость идей, вера во все, что будет необходимо для поддержания правящего класса. Наибольшее применение идеология находит в построении политической системы общества.

Мощнейшая идеология была сформирована в советское время. И хотя сами Маркс с Энгельсом отказывались от употребления термина «идеология», фактически советское общество строилось согласно учению Маркса – Энгельса и Ленина. Причем, как заметил академик А. А. Зиновьев, советская идеология была на несколько порядков выше идеологии западной. (Именно потому и существовал на Западе огромный штат советологов, а правительства капиталистических стран направили все силы на уничтожении Советского Союза.)

«Советская идеология... – отмечал акад. А. А. Зиновьев, – ...стремилась опираться на науку, использовать ее достижения и пропагандировать их широким слоям населения... она была самой систематизированной идеологией из всех, какие существовали в истории»⁶¹.

«Особо важное значение, – продолжал А.А. Зиновьев, – советская идеология имела для деятельности руководящих органов страны, ибо содержала целый ряд инструкций для их поведения. В сталинские годы идеология имела... нормативный характер. В послесталинские годы эта роль идеологии внешне вроде бы ослабла. Но по сути... она лишь изменила форму и ушла вглубь. Идеология ставила перед руководителями страны общую цель, которая... играла организующую роль и определяла направление стратегической деятельности руководства.

Идеология давала общую ориентацию жизни коммунистического общества и устанавливала рамки и принципы деятельности его власти».

«До известного момента советская идеология... служила одним из факторов успеха Советского Союза, – отмечал академик Зиновьев, – но постепенно она... впала в кризисное состояние и стала одним из факторов кризиса и краха советского коммунизма»⁶².

⁶⁰ Зиновьев А. А. // Государственная служба. 3 (17). Май – июнь 2002.

⁶¹ Зиновьев А. А. Философия как часть идеологии // Государственная служба. № 3. Май – июнь 2002 г.

⁶² Зиновьев А. А. Философия как часть идеологии // Государственная служба. № 3. Май – июнь 2002 г.

«В результате антикоммунистического переворота в горбачевско-ельцинские годы, – писал Зиновьев, – были разгромлены все основные опоры советского социального строя.

Советская государственная идеология была просто отброшена. ...Постсоветская идеологическая сфера стала формироваться... как гибрид западнистской... дореволюционной и советской идеологий. В Россию хлынул... поток западной идеологии. Он... овладел большей частью средств массовой информации. ...Западная массовая культура, являющаяся орудием идеологии западнизма, стала покорять души россиян, особенно новых поколений»⁶³.

Доктор философских наук, профессор МГУ, академик А. А. Зиновьев обращал внимание⁶⁴, что нынешняя война Запада против нашей страны приобрела скрытую форму, выражающуюся, например, в т. н. глобализации (против т. н. “холодной войны” в советский период развития общества).

«...Глобализация не новое явление, – пишет акаД.А. А. Зиновьев. – Этот процесс начался сразу после Второй мировой войны. То, что творилось до этого, было лишь попытками, которые не увенчались успехом. А то, что началось после Второй мировой, – это война, весьма успешно осуществляемая. Эта война прошла стадию “холодной войны”... затем она вступила в стадию “теплой” войны... “Теплая” война – это когда к средствам “холодной” войны стали присоединяться средства горячей войны, новые средства, в особенности такие, как диверсионные операции глобального масштаба. И сейчас, после событий 11 сентября в США эта мировая война открыто вступила в третью стадию – горячую войну. В стадию использования средств горячей войны открыто и в любой точке планеты»⁶⁵.

Академик А.А. Зиновьев обращал внимание, что “холодная война” велась Западом против Советского Союза. «На этом этапе глобализации главной жертвой стала наша страна, – отмечает А.А. Зиновьев, – советский социалистический блок, который был разгромлен, Советский Союз, который был разгромлен, социальная система нашей страны, которая была разгромлена. Произошел распад Советского Союза, и ситуация, в которой мы оказались – это результат первого и второго этапа глобализации или, другими словами, мировой войны. Это сейчас можно принимать как аксиому. Если это не принимать во внимание, все процессы, происходящие на планете, останутся непонятными».

«Естественно, возникает вопрос: а кто является активным субъектом этого, кто ведет эту войну?» – задается вопросом А. А. Зиновьев, обращая внимание⁶⁶, что во второй половине XX века произошел перелом в развитии человечества.

«Человечество вступило в стадию перехода от уровня общества к уровню сверхобщества, – говорит А. А. Зиновьев⁶⁷. – Сверхобществом был Советский Союз, в этом смысле мы опередили человечество в социальном развитии на полвека. Запад сам устремился в этом направлении, и после Второй мировой войны, к концу XX века, западный мир стал интегрироваться и в западном мире стало формироваться сверхобщество западной системы. Оно сформировалось. И вот оно и ведет эту мировую войну.

Произошло следующее. Метрополия (то есть основные учреждения, основные организации) располагается в Соединенных Штатах. Поэтому выражения “Вашингтон”, “Соединенные Штаты” имеют двойной смысл. С одной стороны, эти слова обозначают... сверхобщество... западное... С другой стороны, эти слова обозначают Соединенные Штаты как одну из западных стран.

⁶³ Зиновьев А. А. Философия как часть идеологии // Государственная служба. № 3. Май – июнь 2002 г.

⁶⁴ Зиновьев А.А. Глобализация есть новая мировая война. <http://www.ntiglobalizm.org/antiglobalism/zin1.htm>

⁶⁵ Зиновьев А.А. Глобализация есть новая мировая война. <http://www.antiglobalizm.org/antiglobalism/zin1.htm>

⁶⁶ Зиновьев А.А. Глобализация есть новая мировая война. <http://www.antiglobalizm.org/antiglobalism/zin1.htm>

⁶⁷ Зиновьев А.А. Глобализация есть новая мировая война. <http://www.antiglobalizm.org/antiglobalism/zin1.htm>

В первом смысле слова “Соединенные Штаты” стали нормой функционирования западного сверхобщества. В это сверхобщество уже активно вовлечено больше 100 млн. человек. По моим подсчетам, – отмечает академик А. А. Зиновьев, – оно контролирует больше 70 % мировых ресурсов. “холодную войну” против нас вело уже это сверхобщество, а не просто Соединенные Штаты. Когда говорят о таких людях, как Буш, Блэр и прочих политических деятелях западного мира, считая их самыми сильными людьми на планете, это грубая фактическая ошибка. На самом деле Буш и прочие... это исполнительные органы глобального сверхобщества. Именно оно и ведет мировую войну. Оно осуществляет глобализацию. Когда говорят о международных экономических связях, мировой экономике, это прежде всего экономика западная, экономика этого западного сверхобщества. Все средства коммуникации – это прежде всего средства коммуникации культуры этого общества. Нет равноправных партнеров, как это было в войнах прошлого. Одной из черт этой войны является конкиста. Кто учился в школе, помнит такое выражение “конкиста”, когда западный мир осуществлял завоевание других народов, которые никак не могли быть и не были равными им. Например, уничтожали индейцев в Америке. Сейчас происходит глобальная конкиста. Цель этого сверхобщества – мировое господство».

«Наша страна стала жертвой новой мировой войны, жертвой глобализации и была разгромлена, – продолжает А. А. Зиновьев. – ...Тут сработал целый комплекс факторов. Одним из этих факторов... (было) предательство. Было совершено беспрецедентное в истории человечества предательство, когда высшее руководство страны фактически перебежало на сторону врага и стало помогать дробить свою собственную страну, свою собственную армию. И в отношении нашей страны война еще не закончена. Хотя Советского Союза уже не существует... тем не менее, с точки зрения мирового агрессора – сверхобщества ...Россия еще не добита. И кроме того, предполагается использование России в качестве орудия в предстоящей войне с азиатским коммунизмом, с Китаем, которой, по прогнозам западных стратегов, будет занят весь предстоящий век. Тут нашей стране уготована роль союзника Соединенных Штатов. Как сказал один западный советолог: “Нам война с Китаем обойдется в 30 лет и 50 млн. русских”. Это не шутка. Вполне серьезное заявление. А что касается нашей страны – не стройте никаких иллюзий. Я не выдумываю, я заявляю как ученый, – предостерегает академик А. А. Зиновьев. – Судьба нашей страны была спланирована много лет назад, и планы эти осуществляются. Предполагается не просто довести нас до жалкого уровня, в каком мы уже находимся, а вообще вычеркнуть из истории. Как будто бы нас в истории и не было.

Этот план последовательно приводится в исполнение. Иногда приходится слышать, что пройдет время, люди будут жить хорошо. Москва, мол, становится красивой, богатеет. Я думаю, что, действительно, на территории России будут жить прекрасно. Но кто будет жить на этой территории? Москва уже теряет характер национального города. Иногда приходится слышать: все-таки кто-то будет жить и будет хорошо жить. А зачем тогда ждать будущего? И сейчас кто-то хорошо живет в России. Хорошо живется Чубайсу, Черномырдину, Пугачевой. Этому, что ли, радоваться? Разве индейцы, которых американцы уничтожали, должны были вопить от восторга, что на этом месте вырастут небоскребы и сотни тысяч будут на этом месте жить хорошо?

Речь идет о судьбе нашей страны, о судьбе нашего народа. Что делают с нами и что будет с нашим народом в ближайшем будущем? Вот о чем идет речь. А с этой точки зрения Соединенные Штаты со своими союзниками фактически перехватили эстафету от гитлеровской Германии. Они – преемники Гитлера. Как в свое время гитлеровская Германия со своими союзниками рассчитывала на мировое господство, точно так же поступают Соединенные Штаты. Изменились методы, враг стал намного сильнее, чем фашистская Германия. Тогда был Советский Союз, и мы могли противостоять. Тогда было мощное антифашистское движение. А сей-

час нет Советского Союза, чтобы противостоять этому мировому агрессору», – заключает А. А. Зиновьев.

Прослеживая влияние идеологии на массовое психическое сознание, следует обратить внимание, что любая идеология строится на манипулировании массовым сознанием. Причем уже от эффективности данного манипулирования зависит управление группой людей, пришедших к власти, той или иной страной.

«В России предпринимаются отдельные разрозненные попытки... выработать идеологию, адекватную современным условиям и требованиям, – пишет академик Зиновьев. – Идеологию,... опирающуюся на научные исследования современной реальности. Но они имеют ничтожно мало шансов пробиться к известности и признанию... (потому что) огромное число людей, оккупирующих идеологическую сферу и живущих за ее счет, сделают все от них зависящее, чтобы помешать этому. Нужны усилия многих людей и длительное время, чтобы преодолеть это препятствие. А чтобы это учение приобрело статус массовой признанной идеологии, нужны силы, способные придать ему социальный авторитет (например – высшая власть). Но и этого мало. Идеи сами собой в головы людей не заползают, какими бы они хорошими ни были. Для этого нужно множество людей, которые должны профессионально заниматься этим делом. Они должны быть организованы в целое, – должен сложиться идеологический механизм. Такой механизм имеет церковь. Такой механизм существовал в советские годы в распоряжении Кремля. Если даже и это препятствие будет преодолено, предстоит длительная борьба за души россиян. При этом придется иметь дело с силами, противодействующими распространению этого учения и принятию его массами (в их числе – с невосприимчивостью самих масс, с религиозными организациями... со СМИ, навязывающими россиянам западную идеологию)»⁶⁸.

По сути, идеологическая обработка населения базируется на подмене ложными, искаженными образами настоящей действительности. При этом должна быть развита элементарная, даже можно сказать, патологическая ложь. Когда ученые или другие авторитетные люди намерено искажают факты. Причем, как говорил Геббельс, чем явнее ложь – тем легче в нее поверить. Ну и при этом, разумеется, надо говорить (даже не говорить – а убеждать) с огромнейшей уверенностью, так, чтобы у людей не осталось и тени сомнения, что где-то скрыт обман. И любой обман выдавать за самую настоящую правду.

Чем искреннее это будут преподносить манипуляторы – тем действительно легче поверить.

И верят. Большинство жителей нашей страны верит любой информации из официальных источников. И это при том, что на самом деле давно уже можно провести некую параллель между официальной информацией и действительной правдой. И большинство того, что преподносится нам официально, – это ложь, замаскированная определенным процентом настоящей правды. Причем вся подобная ложь фактически необходима для достижения одной цели: для управления собственным народом. И как мы уже заметили, важным фактором на пути управления сознанием масс является идеология, идеологическая обработка сознания, с целью закладывания в коллективное бессознательное тех паттернов поведения и архетипов, последующее воздействие на которые будет приводить к достижению результатов, необходимых правящей элите.

В вопросе информационно-психологического воздействия необходимо обратить особое внимание на использование психотерапевтических средств воздействия на массовое психическое сознание. «В СССР, – отмечает доктор психологических наук В.Г. Крысько, – профессор

⁶⁸ Зиновьев А.А. Личный сайт. – www.zinoviev.ru

И.В. Смирнов по заданию Министерства обороны разработал технологию компьютерного психоанализа и компьютерной психокоррекции, позволяющую:

- осуществлять математический и статистический анализ реакций организма на внешние воздействия, возникающих при очень быстром визуальном просмотре или звуковом прочтении различных “стимулов” – слов, образов, фраз;

- абсолютно точно определять наличие в подсознании человека конкретной информации и измерять ее значимость для каждого человека, выявлять скрытую мотивацию, истинные стремления и наклонности людей;

- на основе выявленной и проанализированной информации получать полную картину невротических, беспокоящих человека (или целые группы людей) состояний психики;

- при необходимости проводить целенаправленную (по желанию – действующую немедленно либо с отсрочкой) коррекцию психических состояний, основным действующим фактором которой выступают слова-команды, картинки-образы и даже запахи-мотиваторы определенного поведения.

В частности, в процессе звукового управления психикой людей и их поведением словесные внушения (команды) в закодированной форме выводятся на любой носитель звуковой информации (аудиокассеты, радио или телепередачи, шумовые эффекты). Человек слушает музыку или шум прибора в комнате отдыха, следит за диалогами персонажей фильма и не подозревает, что в них содержатся невоспринимаемые сознанием, но всегда фиксируемые подсознанием команды, заставляющие его впоследствии делать то, что предписано»⁶⁹.

«Сегодня, – отмечает проф. С. Г. Кара-Мурза, – зависимость людей от телевидения стала всеобщей. У некоторых категорий (особенно у детей и подростков) эта зависимость развивается настолько, что наносит существенный ущерб физическому здоровью.

...наличие создаваемых ТВ невидимых цепей является установленным фактом, и тезис о свободе ТВ от общественного контроля вытекает не из требований демократии, а из интереса некоторых социальных групп... Возникает заколдованный круг: наркотизирует, приковывает человека как раз то ТВ, которое хочется смотреть и смотреть – ТВ «высокого класса».

... «Скучное» ТВ (каким и было оно в советское время) тем и хорошо, что человек потребляет его не больше, чем ему действительно надо для получения информации, знаний или развлечения».

Обратим внимание, что зависимость от телевидения формируется посредством провокации симптоматики невроза у индивида. При этом телесигнал служит как некая обязательная ежедневная доза, позволяющая снять подобную форму зависимости на какое-то время. Снять, в том числе и путем подключения к коллективному разуму.

Известно, если большое количество индивидов (составляющих массу) делает одно дело, то мысли таких индивидов находятся в спектре одного излучения. А значит, такие индивиды находятся в одной массе, независимо от того, сидят они рядом, или каждый в своем доме. Посредством просмотра одной телепередачи такие индивиды объединяются в некую фигуральную массу, объединяемую в один коллективный разум. А значит, на такие индивиды распространяются законы толпы или массы, то есть это сила внушения, а также легкая управляемость такого рода массой посредством программирования подобных индивидов на возникновение у них одинаковых мыслеобразов (мы мыслим образами).

Причем как-то защититься от подобного воздействия сложно, потому что мы проживаем в социуме. Социальная среда представляет собой некий срез общественной жизни индивида, заключающейся во взаимодействии индивида с различными социальными институтами, и ока-

⁶⁹ Крысько В. Г. Секреты психологической войны. Мн., 1999.

зывает главенствующее положение на формирование бессознательного психики индивида, а значит, и на манипуляции психикой индивида и масс.

Под социальными институтами следует понимать возможности формирования личности индивида путем непосредственного взаимодействия личности с социумом. Социум в данном случае есть совокупность факторов, окружающих индивида в его контактах с внешней средой (т. е. соотношение внутреннего мира индивида с миром внешним.)

В социальной среде как бы «доформируется» все то, что получил индивид от рождения. Лебон писал: «Наши сознательные поступки вытекают из субстрата бессознательного, создаваемого... влияниями наследственности. В этом субстрате заключается бесчисленные наследственные остатки, составляющие... душу расы. Кроме открыто признаваемых... причин, руководящих нашими действиями, существуют еще тайные причины... Большинство наших ежедневных действий вызывается скрытыми двигателями, ускользающими от нашего наблюдения. Элементы бессознательного, образующие душу расы... являются причиной сходства индивидов этой расы, отличающихся друг от друга... элементами сознательного, – тем, что составляет плод воспитания или же результат исключительной наследственности»⁷⁰.

Рассматривая вопрос влияния социальной среды на формирование бессознательного, мы должны говорить о том, что социальная среда оказывает влияние на характер поведения индивида, формируя те паттерны поведения, которые в последующем будут влиять как на жизнь самого индивида, так и на его взаимосвязь с микросоциумом. (Под микросоциумом следует понимать взаимоотношения индивида с теми людьми и предметами, которые его окружают в процессе жизнедеятельности.)

Марксизм определял общественно-экономическую формацию как исторически определенную ступень в развитии общества, характеризующуюся свойственным только ей способом производства и характеризующимися связанными с этим способом общественными отношениями. Таким образом, мы можем заключить, что социальная среда, являющаяся частью того общества, в котором пребывает все время индивид, оказывает на него мощнейшее манипулятивное воздействие, вынуждая в большинстве случаев совершать поступки, на которые сам по себе он никогда бы не решился. Но в данном случае такой индивид становится бессилен. Над ним довлеет как бессознательное его психики, сформированное в результате проживания в социуме, так и манипуляторы, воздействующие на архетипы его бессознательного в своих корыстных целях.

В ближайшее время, по словам Дмитрия Анатольевича Медведева, «произойдет полное совмещение компьютеров, интернета и телевидения...»⁷¹. Билл Гейтс также выделил некоторые тенденции, которые, по его мнению, будут превалировать в будущем. По словам Билла Гейтса, телеэкраны уступят место мощным проекторам, которые позволят транслировать изображение на любую стену, а команды в компьютере и телевизоре будут подаваться голосом⁷².

Кроме того, мы должны помнить, что Интернет является одним из способов снятия невротической зависимости. т. е. интернет способен купировать симптоматику невроза за счет того, что индивид входит в сеть и становится частью массы.

Схожий эффект наблюдается у ТВ. Вот интересные данные из газеты «Вашингтон Пост» от 20 февраля 2008 года. «Интеллекту американцев угрожает большая опасность, – замечает автор статьи. – Мы рискуем утратить свой... культурный капитал...»⁷³.

Причиной автор называет чрезмерный просмотр видеонюстей. «Терпимый порог тупости, – пишет газета «Вашингтон Пост», – ...уже несколько десятилетий неуклонно повышается

⁷⁰ Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб., 1996.

⁷¹ Д.А. Официальный сайт президента РФ. <http://www.kremlin.ru/>.

⁷² Билл Гейтс уходит из Microsoft. Электронная газета «Взгляд». <http://vz.ru/society/2008/1/7/136303.html>.

⁷³ Америка тупеет. Вашингтон пост. 20 февраля 2008 года. <http://www.inopressa.ru/wp/2008/02/19/15:28:29/dumbing>.

благодаря совокупному воздействию сил, которым пока невозможно противостоять. Среди этих факторов – триумф видеокультуры над культурой печатного слова...».

Помимо ТВ сознанию масс угрожает также и кино. Известно, что в создании кинофильмов в западных странах помимо сценаристов, режиссеров и прочих деятелей искусства важное место занимают специалисты по манипулированию сознанием, имеющиеся на каждой картине с большим бюджетом. Именно в введении специалистов по манипулированию находится задача воздействия на подсознание масс с целью провоцирования базовых инстинктов (страх, секс, прочее) и задействованию архетипов коллективного бессознательного психики (жажда мщения, торжество справедливости, противостояние добра и зла, проч.).

«Человек, посмотревший (такой) фильм, никогда не сможет пересказать “вшитые” в него мысли, – пишут авторы “Проекта Россия”. – Спросите его, о чем фильм, и он начнет пересказывать сюжетную линию, игру актеров, запомнившиеся эпизоды, спецэффекты и прочее. Самой мысли он никогда не увидит, это дело специалистов. Главная мысль в такой продукции ориентирована не на сознание, а на подсознание. Мысль как бы разбросана по всему фильму в никак не связанных друг с другом деталях. И вот эти детали, попав в подсознание, объединяются в целое. Это образует точку отсчета, которую человек никогда не осмыслит, но всегда отталкивается от нее, принимая решение»⁷⁴.

«...Сегодня обольщивание народа происходит за счет... народа, – продолжают авторы “Проекта Россия”. – ...Технология достаточно проста. Посредством сюжета, спецэффектов, игры актеров и прочего основную мысль упаковывают в привлекательный “фантик”. Упаковка призвана соблазнить человека. Основная мысль вшита между строк, вплетена в поведение героя, в сюжет, в общую атмосферу произведения. Зрители никогда не догадаются, что их не развлекают, им дают модель поведения, преподносят образцы для подражания, формируют взгляд на мир.... Народ сам оплачивает свою дебилизацию... Люди, придя в кино за удовольствием, как бы отключаются от действительности. Они сидят в состоянии отрешенности и получают удовольствие. А в это время им в сознание закачивают установки.

...Самое глубокое внушение – когда человек вообще не думает. Вот почему так важно ввести человека в состояние эмоций. Пока он сидит с широко открытыми глазами, он ничего не соображает. Он весь там, в виртуальной действительности. Логическая проверка информации в таком состоянии невозможна... Человек в этот момент абсолютно беззащитен. Ему можно записать на подкорку любую мысль, любую установку... Наличие установок человек никогда не осознает. Но именно они лежат в основе всех его поступков».

Профессор В. Г. Крысько приводит данные результатов направленности воздействия на психику масс различными средствами массовой коммуникации: «Психологическое воздействие оказывается на конкретные сферы психики отдельного человека, групп людей и общественного сознания в целом:

- потребностно-мотивационную сферу (знания, убеждения, ценностные ориентации, влечения, желания);
- интеллектуально-познавательную (ощущения, восприятия, представления, воображение, память и мышление);
- эмоционально-волевою сферу (эмоции, чувства, настроения, волевые процессы);
- коммуникативно-поведенческую (характер и особенности общения, взаимодействия, взаимоотношений, межличностного восприятия).

Это означает, что психологическое воздействие только тогда дает наибольший реальный эффект, когда учитываются присущие этим конкретным сферам особенности функционирования индивидуального, группового и общественного сознания.

⁷⁴ Проект Россия. Книга первая. М., 2006. 384 с.

Психологическое воздействие имеет свои закономерности:

- если оно направлено в первую очередь на потребностно-мотивационную сферу людей, то его результаты сказываются в первую очередь на направленности и силе побуждений (влечений и желаний) людей;
- когда под прицелом оказывается эмоциональная сфера психики, то это отражается на внутренних переживаниях, а также на межличностных отношениях;
- сочетание воздействий на обе названные сферы позволяет влиять на волевую активность людей и таким образом управлять их поведением;
- влияние на коммуникативно-поведенческую сферу (специфику взаимоотношений и общения) позволяет создавать социально-психологический комфорт и дискомфорт, заставлять людей сотрудничать либо конфликтовать с окружающими;
- в результате психологического воздействия на интеллектуально-познавательную человека сферу изменяются в нужную сторону его представления, характер восприятия вновь поступающей информации и, в итоге, его “картина мира”»⁷⁵.

Следует также обращать внимание, что основной направленностью действий идеологической пропаганды Запада является изменение привычек масс с целью навязывания им мещанского вкуса и, как следствие, – роста потребления, а значит, и обогащения как современных отечественных капиталистов («новых русских»), так и капиталистов Запада. На это активно работает массовая культура, получившая в нашей стране наибольшее распространение после разрушения Советского Союза.

Средствами массовой культуры являются телевидение, кино, глянцево-журналы и т. п., с помощью чего достигается навязывание психике масс враждебных установок с помощью манипулирования массовым сознанием. То есть проводится определенная диверсионная работа против подавляющего населения нашей страны. Причем ведущие государства Запада придерживаются в этом плане определенных тактических установок, выработанных апологетами превосходства капиталистического образа жизни.

Д.А. Волкогонов приводит основные характеристики подобной тактики, отмечая, что наиболее характерными особенностями ее являются «высокая степень избирательности воздействий, быстрая перестройка аргументации в зависимости от меняющейся обстановки, комплексное применение различных методов и приемов психологической войны, концентрация усилий на том или ином объекте, конкретной дате, регионе, социальной группе и т. д.»⁷⁶.

Приводя механизмы манипуляций массовым сознанием в психологической войне, Д. А. Волкогонов выделяет три уровня подобного рода воздействия на психику: «Первый уровень – усиление существующих в сознании людей нужных установок, идеалов, ценностей, норм. Закрепление этих элементов сознания в мировоззрении и жизненных установках.

Второй уровень связан с частными, малыми изменениями взглядов на то или иное событие, процесс, факт, что также оказывает воздействие на политическую позицию и эмоциональное отношение к конкретному явлению.

Третий уровень – коренное, кардинальное изменение жизненных установок на основе сообщения драматических, необычных новых данных, сведений»⁷⁷.

Д. А. Волкогонов обращает внимание⁷⁸, что реализации первых двух установок достигается с помощью манипулирования в короткий период времени, а третий уровень, характери-

⁷⁵ Проект Россия. Книга первая. М., 2006. 384 с.

⁷⁶ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. 288 с.

⁷⁷ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, 1983. 288 с.

⁷⁸ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. –

зующий собой кардинальное изменение установок в моделях поведения масс, становится возможным в результате длительного воздействия на психику.

При этом мы должны обратить внимание, что важным фактором реализации любого рода манипуляций является воздействие на чувства, а не на разум. Именно эмоции, провоцирование эмоций, позволяют воздействовать сразу на подсознание, минуя сознание (цензуру психики), в результате чего в подсознании как индивида, так и масс закладываются паттерны поведения, при воздействии на которые в последующем можно прогнозировать любые ожидаемые реакции.

Любая психологическая операция, по мнению А. В. Литвиненко⁷⁹, имеет примерно однотипную схему.

«1. Предварительный этап. На этом этапе происходит планирование операции, в частности, определение целесообразности ее проведения, целей, задач, сил и средств, целевой аудитории влияния, приемов и методов влияния и т. п.

2. Информационный повод. На этом этапе специальной информационной операции необходимо выбрать и/или создать так называемый информационный повод. Под информационным поводом здесь и дальше понимаем событие (или «псевдособытие»), которое можно использовать как повод для пропагандистской кампании или информационной операции. Выбор информационного повода составляет отдельную проблему, которая подробно рассмотрена в специальной литературе.

3. «Раскрытие» информационного повода. Этот этап является основной частью любой информационной операции. Его сущность состоит в использовании информационного повода ради достижения целей операции, то есть для усиления, формирования или разрушения определенных психических стереотипов и установок.

4. Выход из специальной информационной операции или этап закрепления. Важнейшая задача этого этапа – обеспечение плавного завершения пропагандистской кампании или информационной операции после достижения поставленных целей или через форс-мажорные обстоятельства».

А. В. Литвиненко также приводит этап планирования специальной информационной операции.

1. Определение цели.
2. Определение объекта.
3. Анализ сил и средств, ресурсов, определение исполнителей.
4. Определение методов и приемов.
5. Разработка приблизительного сценария.
6. Определение критериев оценки успеха»⁸⁰.

Рассматривая вопрос ведения информационно-психологических войн, мы должны обратить внимание на важную особенность: психика современного индивида привыкла получать различные потоки информации. Известно, что в результате выполнения однотипных действий в результате длительного времени формируется привычка. Такая привычка сформирована и в психике современного человека. Он уже не может без информации. Без информации в его психике начинает развиваться симптоматика психопатологии, и такой индивид вынужден подключиться к какому-либо источнику информации, для того чтобы снять психологическое напряжение, девальвировать развивающуюся в его психике пограничную симптоматику. Поэтому в реализации данного фактора воздействия следует еще раз выделить важную роль средств мас-

М. Воениздат, 1983. 288 с.

⁷⁹ А.В. Литвиненко. Специальные информационные операции и пропагандистские кампании. Киев, 2000.

⁸⁰ А.В. Литвиненко. Специальные информационные операции и пропагандистские кампании. Киев, 2000.

совой коммуникации, оказывающую с помощью различных технологий манипулятивное воздействие на психику масс.

«В данном случае мы используем в качестве основного и родового понятия – коммуникацию, – пишут Г. Грачев, И. Мельник. – Это понятие позволяет охватить все многообразие ситуаций, в которых на человека воздействует окружающая его информационная среда современного общества. Под коммуникацией в социальной психологии понимается передача информации, сообщений, разнообразных сведений. Но в отличие от общения она может иметь как двухсторонний, так и односторонний характер. ... Зачастую она связана с опосредованным общением, то есть с передачей информации при помощи технических устройств, в том числе средств массовой коммуникации – телевидения, радио, прессы и т. п.»⁸¹.

Ведение информационно-психологических войн становится возможно с помощью любых средств передачи информации и обработки информацией психического сознания масс. Помимо упоминаемых ТВ, кино и прессы следует обратить внимание, что к подобным средствам массового воздействия относится также литература, искусство, образование и т. п., – то есть играют роль все способы, с помощью которых происходит (или может произойти) изменение в массовом сознании посредством внедрения в подобное сознание (через подсознание) каких-либо установок. При этом достаточно важную роль играют такие особенности коммуникативного воздействия на массовое психическое сознание как провоцирование в психике индивида и масс невроза, чтобы последующим снятием подобной негативной для психики симптоматики подчинять психику индивида. т. е. в его психике как бы вырабатываются определенные паттерны поведения. И когда такой индивид начинает ощущать тревогу, то бессознательно он стремится снять беспокойство. Это можно сделать посредством приема алкоголесодержащих средств, а можно с помощью нахождения в массе или же – с помощью телевидения. Причем в последнем случае он точно так же приобщается к массе, как бы подключается к единому сигналу, положительно действующему на сформированный ранее в психике тот или иной паттерн поведения или архетип коллективного бессознательного, воздействие на которые и приводит к запрограммированному результату.

При этом следует понимать, что основным манипулятором сознания масс во все времена является небольшая прослойка общества, именуемая властью. Власть может быть политическая и финансовая. Характерный пример приводит проф. Г. Г. Почепцов⁸², замечая что «Япония затрачивала миллионные суммы, чтобы изменить образ японца именно в рамках художественного мира Америки, скупая пакеты акций американских киностудий»⁸³.

На наш взгляд, также весьма важно определить одну особенность ведения информационных войн, на которую обращает внимание кандидат политических наук М. Ю. Павлютенкова⁸⁴. «...Ведение информационной войны никогда не бывает случайным или обособленным, – пишет М. Ю. Павлютенкова, – а подразумевает согласованную деятельность по использованию информации как оружия для ведения боевых действий – будь то на реальном поле брани, либо в экономической, политической, социальной сферах»⁸⁵.

Поле действия информационных войн М. Ю. Павлютенкова определяет как:

⁸¹ Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: Алгоритм, 2002.

⁸² Почепцов Г. Г., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой международных коммуникаций и связей с общественностью Института международных отношений Киевского университета им. Т. Шевченко.

⁸³ Почепцов Г. Г. Как «переключают» народы. Психологические/информационные операции как технологии воздействия на массовое сознание в XX веке. Киев, 1998.

⁸⁴ Павлютенкова Марианна Юрьевна – доцент кафедры политологии и политического управления Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации, кандидат политических наук.

⁸⁵ Павлютенкова М. Ю. Информационная война: реальная угроза или современный миф? // Власть. 19.12.2001, Москва, n12. С. 19–23.

1) инфраструктуру систем жизнеобеспечения государства – телекоммуникации, транспортные сети, электростанции, банковские системы и т. д.;

2) промышленный шпионаж – хищение патентованной информации, искажение или уничтожение особо важных данных, услуг; сбор информации разведывательного характера о конкурентах и т. п.;

3) взлом и использование личных паролей VIP-персон, идентификационных номеров, банковских счетов, данных конфиденциального плана, производство дезинформации;

4) электронное вмешательство в процессы командования и управления военными объектами и системами, «штабная война», вывод из строя сетей военных коммуникаций;

5) всемирная компьютерная сеть Интернет, в которой, по некоторым оценкам, действуют 150000 военных компьютеров и 95 % военных линий связи проходят по открытым телефонным линиям».

«... Специалисты американского Института компьютерной безопасности считают, – отмечает М. Ю. Павлютенкова. – Что информационная война, в конечном счете, нацелена на мировую экономику. А потому в Университете национальной обороны в Вашингтоне создана специальная группа студентов с целью подготовки специалистов по ведению компьютерной войны. Их основное оружие – клавиатура, с помощью которой они на расстоянии смогут вывести из строя неприятельские коммуникации, манипулировать средствами информации и связи, разрушать финансовые системы. Следовательно, цели информационной войны совершенно иные, нежели войны в общепринятом понимании: не физическое уничтожение противника и ликвидация его вооруженных сил, не уничтожение важных стратегических и экономических объектов, а широкомасштабное нарушение работы финансовых, транспортных, коммуникационных сетей и систем, частичное разрушение экономической инфраструктуры и подчинение населения атакуемой страны воле страны-победителя. Более того, в эпоху информационных войн планы боевых операций разрабатываются военными вместе с гражданскими специалистами...».

К. Х. Каландаров приводит пример своего рода кодирования информации со стороны СМК, определяя кодирование как важную составляющую получения информации индивидом. «Кодификация информации, – поясняет К. Х. Каландаров, – это ее структурирование, изменение ее статуса, создание информационных схем. Все это дает возможность вкладывать в сознание людей то, что нужно иметь в сознании до понимания его содержательного компонента. Кодификация информации, таким образом... “ставит человека в строй”, формализуя его сознание и ориентируя его на строго определенные цели. ...Кодификация связана с приведением в символический порядок хаоса действительности. Это связано с... созданием упрощенной картины мира, с формированием “воображаемых миров”, поведение в которых должно быть предсказуемо и программируемо»⁸⁶.

Также К. Х. Каландаров приводит пример определенных законов информационного воздействия, выделяя следующие пункты:

– ложь должна быть определенным образом дозирована и сохранять видимость правдоподобия;

– необходимость четкого представления об ожиданиях аудитории, что позволяет создавать иллюзии, применимые именно для данной аудитории;

– использование “логики коллективного действия”, взаимной ответственности;

– изъятие и сокрытие информации, которая идет вразрез с официальным курсом;

– обращение к “священным принципам” нации;

⁸⁶ Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998.

– использование символики и символизации посредством имиджевых технологий»⁸⁷.

Выделяя роль имиджа, К.Х. Каландаров определяет его результирующую роль в формировании воздействия на массовую аудиторию для понимания образа мира по принципу «хорошо-плохо»⁸⁸. «Имидж складывается из предлагаемых клише-шаблонов, которые лежат в основе общесоциальных и политико-идеологических ориентиров субъектов, – отмечает К.Х. Каландаров. – Имидж формируется как целенаправленно, так и спонтанно при помощи манипулирования императивными установками:

– дихотомическое деление мира, формирование и использование “образа врага”. “Враг” может быть не реальным, а символическим. При манипулировании “образ врага” внедряется в общественное сознание в первую очередь. “Образ врага” помогает преодолеть комплекс (собственный или национальный) неполноценности, активизировать процессы самоориентации, обосновать любую “исключительность”;

– “политика самоочевидного”, когда за «очевидное» выдаются хорошо подтасованные факты. При этом субъектам предоставляется “якобы свобода” для интерпретации подтасованных фактов. Этому предшествует ненавязчивая подача нужных сведений при скрытом воздействии на их возможную оценку. “Самоочевидные” решения выдаются обществу в форме нарочито нейтральных. Они выглядят как продиктованные “логикой развития ситуации”, что совершенно не соответствует действительности. “Самоочевидные” решения всегда выдаются как единственно возможные и лучшие, как безусловно неизбежные и оптимальные. Тем самым они способствуют утверждению и стабилизации существующего порядка;

– данные социологических опросов. При опросах большее влияние на общественное мнение оказывают не ответы, а формулировка вопросов. Вопрос может активно влиять на модели поведения и ценностные ориентации.

...Опросы приводят к целенаправленному смещению событий и псевдособытий, фактов и мнений, обещаний и действий, действительного положения дел и их интерпретации.

...Вопросы, составленные в строго определенной форме, заставляют реципиента включить в поле возможного выбора также цели и намерения, к которым он не стремился и которые не имел в виду. Такие вопросы “раскачивают” установки субъекта, его ориентации и убеждения и делают его уязвимым и открытым для манипуляций. Содержание вопроса оказывает скрытое влияние на ответ, ограничивая поле выбора и возможности субъективных интерпретаций. Выбор ответа не только распределяет общественное мнение, но и моделирует поведение реципиентов.

При помощи опросов происходит подмена подлинного осознания индивидуальных мнений моделированием «мнения общественного». Опросы создают искусственный персонаж общественной жизни (усредненный образ индивидов), к которому надо стремиться и которому надо соответствовать. Опросы связаны с превентивным воздействием, нацеленным на укрепление власти путем апеллирования к воле масс;

– организация «псевдособытий», основанная на подготовке фактов и запугивании аудитории. Следует подчеркнуть, что особую роль в этом случае играют выбор “терминов” и комментариев»⁸⁹.

Давая характеристики имиджей, К. Х. Каландаров определяет их формы, уточняя, что имиджи бывают:

⁸⁷ Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998.

⁸⁸ Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998.

⁸⁹ Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998.

– зеркальными (образ для «другого», «чужого», который осознается именно в этой роли его создателями);

– текущими (построенными на недопонимании или нехватке информации);

– желаемыми (образы, которые хотелось бы создать);

– корпоративными (образы целого без детализации составляющих элементов);

– множественными (образы составляющих элементов без претензии на их целостность)»⁹⁰.

«Через имиджи люди подключаются к воображаемым мирам, образуя определенные общности, – обращает внимание К. Х. Каландаров. – ...К наиболее эффективным средствам строительства воображаемых миров следует отнести метафору, миф, ритуал и т. д.

...Метафора задает условия воображаемого мира, нарушает привычные связи, задерживает внимание, перекомбинирует реальность. ...Метафора дает возможность ирреальное превращать в реальное, соединять несоединимое.... Метафора дает возможность повысить вероятность общения людей с разными кодами. Существует закономерность: метафора требуется не только для построения “новых миров”, но и для общения принципиально разных собеседников. Чем больше расхождения между собеседниками, тем метафоричнее становится их коммуникация. Метафоры “останавливают”, определенным образом фиксируют ускользающие смыслы, способствуя некоторому сужению интерпретаций. Они предопределяют пути мышления, задавая схемы, в рамках которых моделируется мир.

...Вторым компонентом воображаемых миров является “герой”. ...“Герой” – это маска, которую общество навязывает как образец для социального поведения. Эти маски общество постоянно контролирует и корректирует, при их трактовке и интерпретации любая амбивалентность исключается. “Герой” формирует ожидания, связанные с позицией каждого индивида. Он фактически определяет ролевые предназначения в обществе. ...“Герой” связан со знаковыми, символическими действиями, которые образуют так называемый “знаковый алфавит”, характерный для каждого общества, лежащий в основе его символизации и определяющий модели поведения.

В силу того, что любой знак всегда метафоричен, можно выстроить цепочку “метафора – герой – знак”, которая играет огромную роль в коммуникативном процессе.

Знаковость коммуникации позволяет конструировать так называемое символическое поведение, непосредственно связанное со строительством воображаемых миров, в которых символическое намного значительнее реального. Символическое поведение замещает реальность... Оно как бы адаптирует мир в соответствии с желаниями человека. Мир утрачивает сопротивляемость и «лепится» человеком по своим правилам.

Основанием этого служит миф, понятый в коммуникативном смысле. Миф должен быть принципиально непроверяемым; в нем необходимо наличие чудесного (отклонение от норм обыденности)...

...Закрытому обществу свой миф строить гораздо легче, так как происходит концентрация потоков воздействия, основанная на замкнутых информационных циклах. Открытое общество работает с противоречивой информацией и построить “достоверные” мифы ему труднее.... Миф всегда оперирует уровнем человеческих представлений. Он не выходит на уровень отвлеченных абстракций и не объясняет действительность при помощи набора новых символов.

...Миф... это способ обработки информации на коллективном уровне. Он помогает структурировать мир и осмысливать его соответствующим образом. Он помогает найти ста-

⁹⁰ Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998.

билизирующие факторы, направленные на приостановку разнообразного усложнения действительности. Миф отбрасывает случайное в целях упорядочивания мира. Он направляет психические реакции человека от случайного к постоянному, стабилизируя его мышление, самооценку и самоопределение в мире. Миф нацеливает человека на повторение уже достигнутого, апробированного, усвоенного. Он дает возможность вписать все, что случается, в единую историческую схему, структуру, кодифицируя его и переводя в постоянно репродуцируемые образцы, эталоны»⁹¹.

Говоря об экономико-политической подоплеке ведения информационно-психологического воздействия на массовое психическое сознание, следует обращать внимание и на такую важную особенность ведения подобного рода войн, как сознательное навязывание различными странами с помощью механизмов средств массовой коммуникации установок в подсознании масс одной страны – в отношении других стран. Простой пример. В 70–80 годах прошлого века нашей стране Японией навязывался культ такого восточного единоборства, как каратэ-до. При этом подобное «навязывание» происходило с целью внедрения в подсознание масс мысли о преимуществе каратэ перед другими единоборствами. Подобная работа с населением происходила неявно, но методично. В итоге, путем целенаправленного планомерного вдальбливания в психику мыслей о каратэ как самом грозном оружии удалось в какой-то мере ввести подобную установку в коллективное бессознательное масс (в нашей стране). Образовался некий миф, который поддерживали даже те, кто каратэ никогда не занимался. Но в том-то и дело, что если мы говорим о подсознании, об установках, внедряемых в подсознание, то должны обращать внимание на то, что сначала подсознание накапливает информацию, а после начинает оказывать свое воздействие на сознание индивида или масс. Причем таким образом, что мысли, рождаемые в психике индивида, такой индивид понимает как уже свои мысли. В том и силы манипулирования, что любые навязываемые кому-то установки, такой индивид в последствии воспринимает как установки исходящие из его подсознания, а значит, психика еще больше ослабляет цензуры, потому как то, что исходит из бессознательного конкретного индивида он уже не воспринимает с пометкой критичности. И это самая главная ошибка, которая и в дальнейшем способствует проведение против такого индивида мер манипулятивного воздействия.

Что касается каратэ, то в 90-е годы, когда запрет на преподавание каратэ в нашей стране был снят (сам запрет дополнительно сыграл роль в популяризации каратэ и мыслей об его загадочной эффективности; причем само каратэ в нашей стране все равно оставалось экзотикой), массы в активном порядке хлынули в залы. И в одной секции могло заниматься до нескольких тысяч человек. Но прошло какое-то время, народ подсознательно и сознательно стал сравнивать каратэ с другими контактными единоборствами, и миф об эффективности каратэ постепенно отпал сам собой. А на первый план вновь вышли те единоборства, которые существовали в мире и в нашей стране независимо от каких-то восточных веяний – бокс и борьба, и исключительная эффективность которых проверяется ежедневно на рингах и борцовских коврах мира⁹².

В вопросе ведения информационно-психологических войн, как мы уже заметили, важную роль играют средства массовой коммуникации, информации и пропаганды. Именно с помощью применяемых ими средств массового воздействия оказывается идеологическое,

⁹¹ Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998.

⁹² По поводу эффективности бокса и борьбы следует сказать, что это наиболее эффективные виды единоборств из всех существующих. Если говорить о начале занятий в зрелом возрасте, то в этом плане значительно выигрывает бокс, т. к. позволяет в достаточно короткий срок овладеть навыками, способными противостоять любому «секретным» приемам всех других единоборств, большинство из которых носят явно популистский характер и в реальной обстановке боя оказываются бессильными.

политическое и моральное вмешательство в психику масс, то есть уже следует говорить о духовной экспансии в сознание масс. Подобные средства, используемые системой массовой коммуникации, являются разрушительной силой для сознания, формируя стереотипы поведения масс в тех или иных жизненных ситуациях.

«...Империалистическая печать представляет интересы конкретных монополистических кругов, служит их политическим рупором и инструментом воздействия на общество, – писал Д. А. Волкогонов. – ...Это не могут скрыть или не признать и сами журналисты, платные манипуляторы общественным сознанием. Преподаватели из университета Дьюка (США) пишут в своей книге «Средства массовой информации, власть, политика», что тридцать основных газет и журналов США, особенно «Тайм», «Ньюсуик», «Нью-Йорк таймс», «Вашингтон пост», определяют, что должны думать миллионы американцев, как поступать, за кого голосовать, кого ненавидеть, кого бояться»⁹³.

Таким образом, мы можем говорить, что в настоящее время продолжается непрерывная война против народа со стороны экономико-политической элиты различных стран капиталистической формации.

Подытоживая вопрос информационно-психологического воздействия на массовое психическое сознание, следует обратить внимание, что несмотря на то, что методы подобного рода воздействия отличаются в мирное и в военное время, в целом их объединяет одно: целенаправленное воздействие на массовое психическое сознание с целью дезориентации общества и уничтожения существующих ранее в таком обществе моделей поведения (стереотипов) и навязывание уже своих установок. Причем основой атаки в таких случаях подвергается подсознание (или бессознательное) индивида и масс, потому как процессы, происходящие в сознании, как раз и оказывают свое влияние именно на подсознание. Поэтому, добившись закрепления в подсознании устойчивых механизмов отреагирования на тот или иной сигнал (паттернов поведения), можно с легкостью программировать таким образом поведение как индивида, так и индивидов, объединенных в массы, а значит, и предсказывать их поведение. В данном случае весьма важный фактор – это время. Можно говорить о том, что в большинстве случаев то, что войдет в подсознание индивида сейчас, будет моделировать его поступки как в ближайшее время, так и через многие годы и даже через десятки лет. В этом сила и роль подсознания. Поэтому знания о механизмах функционирования подсознания, о методах адаптации подсознанием получаемой информации и последующей трансформации такой информации в сознание, а значит, и в поступки индивида и индивидов, объединяемых в массы, дают, на наш взгляд, возможность управлять массами, а значит, фактически управлять и обществом. Любым типом общества, любой общественно-политической формации.

⁹³ Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М.: Воениздат, 1983. – 288 с.

2. Современные массы. Сосредоточение глупости

Дело обстоит таким образом, что даже самые умные индивиды, собираясь в массу, являют собой сосредоточение глупости, а не ума⁹⁴.

Вспомним слова профессора Г. Лебона: «В толпе может происходить только накопление глупости, а не ума». Об этом же парадоксе писали Фрейд, Бехтерев, Московичи, Канетти и другие классики теории масс.

Академик А. А. Зиновьев давал такое определение массы: «Массу образует скопление людей в определенное время и в определенном пространстве вне их постоянной деятельности, причем – в тот период, когда они в какой-то мере предоставлены самим себе. Масса в этом смысле образуется из обычных граждан общества как просто свободных в данное время людей, способных проводить это время по своему усмотрению, имеющих возможность думать о своем положении, способных совершать какие-то поступки без принуждения извне, свободно. Они способны на это главным образом во вне рабочее время, когда вообще теряют работу или по каким-то причинам вырываются из привычного образа жизни...»

Люди могут скопиться в массу стихийно, без посторонних вмешательств. Но практика последних десятилетий показывает, что такие скопления людей могут создаваться искусственно из разрозненных людей, пригодных для этого, и поддерживаться какое-то время посторонними силами в интересах этих сил»⁹⁵.

Массы характеризуют собой собрание индивидов в одном месте. Преимущественно имеется в виду значительный состав масс, хотя в какой-то мере собрание нескольких индивидов уже есть масса. Для того чтобы манипулировать массами, любую массу желательно превратить сначала в толпу. В этом случае воздействие на массы может оказаться еще более результативным, если общаться с такой массой (толпой) строго и в приказном порядке. При этом рекомендуется действовать методом «кнута и пряника», поэтому наряду с тем, что необходимо показать свой авторитет массе (заставить массу подчиняться), также необходимо периодически поощрять увлечения массы, прощая ей небольшие слабости.

Кроме того, для управления массой необходимо добиться слепого подчинения (искренней, фанатичной веры) вождю – руководителю массы. Такого вождя масса может выбрать самостоятельно или он может сам пытаться навязать ей «свое доверие», но при этом важно помнить, что масса признает власть исключительно харизматичного лидера, наделенного теми особенностями, которые трудно встретить среди обычных людей, да и к тому же лидера немного сумасшедшего или готового в какое-то время становиться таковым.

Следует обратить внимание, что мы имеем в виду сейчас больше хаотичную массу, которая основывается в своих впечатлениях на сиюминутный фактор желаний. Тогда как хорошо известно, что подобную любовь – подчинение масс можно вызывать искусственно, задействуя, например, современные средства массовой коммуникации. При этом предварительно используется как желание самих индивидов объединяться в массу (в массе исчезают страхи, тревоги, общий невротизм свойственный современной эпохе) или их сознательное объединение (например, во время общих празднеств, мероприятий и т. п.), так и учитывают те трансформации сознания, которые происходят, как только отдельные индивиды начинают образовывать массу. В массе образовывается некий безличностный род коллективной души.

Действительно, наедине с собой можно стремиться к знаниям, можно судить о тех или иных явлениях с позиции исключительно здравого смысла, можно, по крайней мере, оста-

⁹⁴ Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1996.

⁹⁵ А.А. Зиновьев. Массы. FoxЖурнал. Русский вклад. <http://razmah.ru/showarticle.asp?id=1878>

ваться самим собой. Тогда как стоит оказаться среди других сограждан (в массе), как почти тотчас же исчезают все признаки, которые можно вслед за Фрейдом⁹⁶ считать признаками цивилизованного, культурного индивида. Потому как в толпе, большей частью, верх берет бессознательное психики индивида. А в бессознательном, как известно, исчезает т. н. наносной пласт цивилизации. И верх берет психика архаичного, первобытного индивида, или, попросту, варвара.

Причем трудно не заметить тех психологических метаморфоз, которые происходят с индивидом при попадании в массу. И при этом мы даже можем сейчас не рассматривать конкретно какое-либо собрание (пусть и хаотичное) индивидов или, например, толпу. Нет. Возьмите просто факт самого попадания какого-либо индивида в массу. И в нем тотчас начнут проявляться ранее не свойственные ему черты.

Притом, если подобная масса вдруг окажется подчинена общей идее или возглавлена фанатиком (вспомним Лебона – массой лучше всего может управлять фанатик), то отдельному индивиду как бы уже и не остается никакого шанса, кроме как выполнять вместе со всеми установки толпы. Установки, проецируемые от лидера на любого члена толпы и от последнего уже (путем индуцирования или заражения) подхваченные остальными индивидами, составляющими толпу.

Впрочем, говоря об изменении сознания отдельного индивида при нахождении его в толпе, фактор оказываемого на него влияния можно как бы разделить на два участка. В первом мы будем наблюдать выполнение всех тех законов массовой психологии, которые в свое время были описаны Г. Лебоном, З. Фрейдом, Московичи, Канетти, А. А. Зиновьевым, С. Г. Карамурзой, В. А. Медведевым, Д. В. Ольшанским, А. П. Назаретяном, и другими классиками работ по психологии масс, включая ученых советского времени (Г. М. Андреева (1980), А. И. Горячева и М. Г. Макаров (1979), Г. Г. Дилигенский (1971, 1975, 1994); О. И. Зотова, В. В. Новиков и Е. В. Шорохова (3983); Е. С. Кузьмин (1967); И. Т. Лсвыкин (1974); А. Р. Лурия (1974); Б. Д. Парыгин (1966, 1967, 1971); Б. Ф. Поршнев (1974, 1979); В. В. Шаронов (1975) и др.).

По второму же участку мы должны отметить, что уже так выходит, что масса (масса – как сосредоточение индивидов в одном месте), современная масса, масса любого мегаполиса – необычайно глупа в своей основной массе представленных индивидов. Причем уже становится понятно, что для того, чтобы так произошло, сыграл целый ряд факторов. И помимо общего негативного аспекта сосредоточения индивидов в массы (в таких массах, как известно, проявляется вся тупость и невежество одних – помноженное на общее количество других), важное значение занимает тот факт, что власть заинтересована в общем оглуплении масс (или оглуплении отдельных индивидов, объединенных в массы), потому как известно, что наиболее подверженную манипуляциям массу создает объединение малограмотных людей. Масса, состоящая из интеллектуалов, по всей видимости, не будет иметь той степени управления в сравнении с массой необразованных индивидов (вспомним как пример Октябрьский переворот 1917 года. Деятели революции, как известно, опирались в первую очередь на малограмотных рабочих-разнорабочих и безграмотное крестьянство). Доктор философских наук, академик А. А. Зиновьев отмечал, что «массы образуются в основном из представителей низших и части средних слоев населения, близких к низшим. Представители высших и близких к ним средних слоев предпочитают быть вне масс»⁹⁷.

Нам хотелось бы еще раз отметить характер современной толпы, того общества, свидетелями которого мы являемся, как крайне негативный, с исключительно ограниченным кругозо-

⁹⁶ См. работы З. Фрейда «Будущее одной иллюзии», «Недовольство культурой» и проч.

⁹⁷ Зиновьев А.А. Массы. FoxЖурнал. Русский вклад. <http://razmah.ru/showarticle.asp?id=1878>.

ром представленных индивидов (в своей основной массе⁹⁸). Особенно подобное следует говорить о молодежи и подрастающем поколении. Так сложилась, что существовавшая при СССР система ценностей оказалась разрушена в результате режимов М. С. Горбачева и Б. Н. Ельцина⁹⁹. Те, кто успел сформироваться (хотя бы относительно) в советские времена, оказались менее подвержены тому исключительно капиталистическому влиянию, которое стало выступать в качестве пропаганды на Руси после 1991 года¹⁰⁰. И тогда уже весь удар пришелся на неокрепшие головы молодежи, родившейся или вступившей в период более-менее осознанного восприятия действительности после распада великой державы. И тем более через десятилетия позже, когда некогда вражеская (империалистическая) идеология, а ныне идеология западных «учителей» России (стран НАТО) стала одно время основной в нашей стране. Сейчас, после того как страну возглавил сначала В. В. Путин (остановивший исчезновение русской государственности), а после и Д. А. Медведев, подобная ситуация остановилась и умеренно идет на спад. При чем оказалось, что за годы существования режимов врагов народа, пролезших при помощи своих западных хозяев в лидеры государства (и сделавшими свое черное дело, заключающееся в распаде Советского Союза и продолжении дела, начатого еще Л. Д. Троцким, а позже и троцкистом Н. С. Хрущевым, одной из целей которых являлось разрушение целостности Российского государства путем аннексии части территорий Западу и Востоку), психическое состояние масс серьезно подорвано¹⁰¹.

Рассматривая вопрос масс, почти наверняка мы должны обратить внимание на необходимость оглупления масс в целях дальнейшего управления ими. Потому как собранием высокоинтеллектуальных индивидов значительно труднее управлять, нежели сборищем людей, в сознании которых значительно преобладают установки психики прежде всего первобытного человека, варвара. При чем тут как будто и нет чего-то странного и загадочного. Как известно, психика индивида состоит из двух основных слоев – сознания и бессознательного. При этом обратим внимание, что значительно более важную роль (в т. ч. и по объему) в противовес сознанию занимает бессознательное, или подсознание. В подсознании берут начало (сформируются) все мысли, желания и последующие поступки индивида. Бессознательное тоже представлено двумя слоями. Это личное бессознательное и коллективное бессознательное, или т. н. генетическая память. При чем наполняемость как раз коллективного бессознательного в своей основе представляет собой весь тот опыт, который прошло человечество. При этом следует обращать внимание и на расу. Потому как вполне понятно, что опыт представителей западной цивилизации будет несравненно богаче в интеллектуальном плане, нежели чем опыт представителей каких-нибудь племен, которые в силу исторического развития просто не прошли тот путь.

Также следует обратить внимание, что уже в масштабах каждого отдельного индивида (т. е. уже не касаясь филогенетических схем) следует обращать внимание исключительно и на генетическую составляющую каждого отдельного рода. Поэтому даже среди высших рас зачастую встречается столь много откровенных бездарностей, что отдельные и лучшие представители негроидных и прочих рас подобного направления зачастую свободно их обходят в своем интеллектуальном превосходстве.

⁹⁸ Если делать выборку из толпы, то, к сожалению, примерно 70–80 % (особенно представителей молодежи) будет представлять собой толпу в самом страшном ее проявлении, толпу деградированную, с искаженной системой ценностей, со смутными желаниями и в основном со скотскими планами путей реализации подобных желаний.

⁹⁹ Горбачев начал разрушение сложившихся за время нескольких поколений системы норм, ценностей, идеологической составляющей существования индивида в обществе, а Ельцин продолжил, окончательно все разрушив и ввергнув страну в хаос внутриусобных войн и олигархической анархии.

¹⁰⁰ После распада СССР.

¹⁰¹ Более подробно об этом см. в одной из глав наших исследований по сектам и т. п. следствиям манипулирования психическим сознанием масс.

Ну и конечно же, важное значение (помимо генетической предрасположенности индивидов к интеллектуальному совершенствованию) имеет фактор того сознательного оглушения масс, который использует любая власть для еще большего подчинения масс, а следовательно – и лучшего управления такими массами.

Схема здесь довольно простая и строится она на методиках управления массами, основанными на массовой психологии, соответствующих законах управления массами (полученными в т. ч. и эмпирическим путем, например в процессе существования нацистских режимов в Германии после прихода к власти в 1933 году Гитлера¹⁰² или в результате прихода к власти в России в 1917 году большевиков). Если в двух словах – то управлять значительно легче малообразованными индивидами, объединенными в массу, в толпу¹⁰³. Нацисты, выстраивая свои схемы управления массами, сначала превращали отдельных представителей единого собрания в обезличенную толпу. А позже уже управляли данной массой с помощью механизмов и принципов, известных в психоанализе З. Фрейда (не ссылаясь на самого Фрейда который к тому времени – после звонка А. Гитлеру от Б. Муссолини с просьбой отпустить Зигмунда Фрейда, и выкупа заплаченного внучкой Наполеона, Марией Бонапарт, по предложению Г. Гиммлера – уехал от нацистского режима на Запад). Тот есть нацисты в лице лидера партии Адольфа Гитлера и прочих крупных деятелей нацистского режима общались с толпой как властный мужчина с женщиной. Следует также отметить фанатизм выступления лидера нацистской партии, который всегда заводил (подчинял) массу, заставляя ее не только выполнять любые приказы вождя, но слепо любить его.

Рассматривая вопрос массы, мы должны говорить о том, что поведение индивида в массе подчинено ряду особенностей, которые практически в неизменном виде представлены в характере поведения, отмечаемого в практически любой толпе (массе)¹⁰⁴. Какие же черты свойственны представителям массы, собранным воедино и представляющим толпу? Прежде всего отметим такой признак, как общая внушаемость.

«...В понятии внушения, – писал В. М. Бехтерев, – прежде всего содержится элемент непосредственности воздействия. Будет ли внушение производиться посторонним лицом при посредстве слова или воздействия или оно будет производиться при посредстве какого-либо впечатления или действия, то есть имеем ли мы словесное или конкретное внушение, везде оно влияет не путем логического убеждения, а непосредственно воздействует на психическую сферу помимо личной ее сферы или по крайней мере без соответствующей ее переработки, благодаря чему происходит настоящее прививание идеи, чувства, эмоции или того или иного психофизического состояния»¹⁰⁵.

Бехтерев отмечал, что внушение проходит сквозь сознание и воздействует сразу на чувства.

Затем отметим среди качеств, присущих индивидам при нахождении в массах, заражаемость или повышенную индуцированность друг от друга индивидов, составляющих толпу.

«...Заразительность... – писал Лебон, – ...способствует образованию в толпе специальных свойств и определяет их направление... В толпе всякое чувство, всякое действие зарази-

¹⁰² С.Г. Кара-Мурза писал: «Фашисты пришли к власти, сумев... превратить рассудительный немецкий народ в толпу...». С.Г. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием. Сайт С.Г. Кара-Мурзы. www.kara-murza.ru

¹⁰³ Лебон дал такое понятие толпы: «Под словом «толпа» подразумевается в обыкновенном смысле собрание индивидов, какова бы ни была их национальность, профессия или пол и каковы бы ни были случайности, вызвавшие это собрание». Г. Лебон. Психология народов и масс. Библиотека ВАПП. www.vapp.ru

¹⁰⁴ В данном случае мы объединяем понятия толпы и массы, ибо в своей основной стадии развития любая масса – есть толпа (а толпа – масса).

¹⁰⁵ В.М. Бехтерев. Внушение и его роль в общественной жизни. Пси-Фактор. <http://psyfactor.org/lib/behterev.htm>

тельно и притом в такой степени, что индивид очень легко приносит в жертву свои личные интересы интересу коллективному»¹⁰⁶.

Доктор философских наук, профессор А. П. Назаретян¹⁰⁷ под заразительностью предлагал понимать циркулярную реакцию¹⁰⁸ и приводил простой пример для демонстрации подобной реакции, когда кто-то входит в помещение где все смеются, то такой индивид бессознательно поддается общему веселью.

«...Циркулярная реакция, – писал А. П. Назаретян, – это взаимное заражение, т. е. передача эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами»¹⁰⁹.

А.П. Назаретян отмечает¹¹⁰, что подобным образом могут передаваться не только веселье, но и скука, страх, ярость и проч.

Сравнивая циркулярную реакцию с коммуникацией, проф. Назаретян уточняет, что если коммуникация – это процесс контакта между индивидами на семантическом уровне, а человеческая индивидуальность формируется в коммуникационных связях и зависит от многообразия смысловых каналов, к которым человек подключен, то циркулярная реакция как раз «стирает индивидуальные различия. Ситуативно снижается роль личностного опыта, индивидуальной и ролевой идентификации, здравого смысла. Индивид чувствует и поведенчески реагирует “как все”. Происходит эволюционная регрессия: актуализуются низшие, исторически более примитивные пласты психики»¹¹¹.

«Исчезновение сознательной личности и ориентирование чувств и мыслей в известном направлении – главные черты, характеризующие толпу, – писал проф. Г. Лебон. – ...Стоит какой-нибудь случайности свести этих индивидов вместе, чтобы все их действия и поступки немедленно приобрели характер действий и поступков толпы. ...Каковы бы ни были индивиды, составляющие ее, каков бы ни был их образ жизни, занятия, их характер или ум, одного их превращения в толпу достаточно для того, чтобы у них образовался род коллективной души, заставляющей их чувствовать, думать и действовать совершенно иначе, чем думал бы, действовал и чувствовал каждый из них в отдельности»¹¹².

При этом, заметим, практически любую толпу со временем охватывает коллективное возбуждение, в результате которого участники толпы становятся менее устойчивы к каким-либо воздействиям. И как следствие – рост безответственности, а значит, и бессознательное желание при совершении каких-либо поступков больше руководствоваться эмоциями и сиюминутными желаниями, нежели принципами здравого тестирования реальности.

Кроме того, повышенное эмоциональное возбуждение отдельных индивидов по цепочке захватывает толпу в целом, неким чудодейственным образом вторгаясь в ее энергетику. В результате чего и нарастает общее коллективное возбуждение в массах. А у отдельных индивидов такое коллективное возбуждение подавляет индивидуальные поведенческие механизмы

¹⁰⁶ Г. Лебон. Психология народов и масс. Библиотека ВАПП. www.vapp.ru

¹⁰⁷ Назаретян Акоп Погосович, доктор философских наук, канд. психологических наук, главный редактор журнала «Историческая психология и социология истории», главный научный сотрудник Института востоковедения РАН, профессор Российской академии государственной службы при Президенте РФ и ряда других отечественных и зарубежных университетов.

¹⁰⁸ А.П. Назаретян. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи // Лекции по социальной и политической психологии. – Питер, СПб., 2003.

¹⁰⁹ А.П. Назаретян. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи // Лекции по социальной и политической психологии. – Питер, СПб., 2003.

¹¹⁰ А.П. Назаретян. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи // Лекции по социальной и политической психологии. – Питер, СПб., 2003.

¹¹¹ А.П. Назаретян. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи // Лекции по социальной и политической психологии. – Питер, СПб., 2003.

¹¹² Лебон Г.Г. Психология народов и масс. Библиотека всероссийской ассоциации прикладного психоанализа. <http://vapp.ru/docs/lebon2/part1/>.

и служит образованию новых, быть может, и не свойственных им ранее форм поведения, и уже как следствие – изменение привычек и требований, выдвигаемых к себе как к личности; что может свидетельствовать об общем снижении порога цензуры собственной психики, а также устранении критичности в отношении информации принимаемой извне, и в целом значительно повышает подверженность данного индивида (и массы в целом) к суггестивным воздействиям (к внушению).

Другими словами, нам следует говорить о том, что «у каждого индивида в толпе фактически формируется эмоциональное возбуждение, вызывающее чувство безнаказанности, продиктованное в свою очередь принадлежностью к какой-либо общей идее»¹¹³.

Рассмотрим, вслед за профессором А. П. Назаретяном, типы толпы¹¹⁴.

Оккациональная толпа – случайная толпа, собравшаяся, например, посмотреть на какое-либо происшествие.

Конвенциональная толпа – заранее обусловленное каким-либо событием скопление людей (например, концерт или боксерский матч).

Экспрессивная толпа – толпа, члены которой ритмично выражают одну эмоцию (например, радость, возмущение и т. п., проявляющиеся на митингах, футбольных трибунах и проч.).

Экстатическая толпа – толпа, доводящая себя до экстаза выполнением каких-либо действий (например, шаманские пляски и проч.).

Действующая толпа – по мнению А. П. Назаретяна, «политически наиболее значимый и опасный вид коллективного поведения», который, в свою очередь, подразделяется на несколько подвидов: агрессивная толпа (доминанта – агрессия), паническая (доминанта – паника), стяжательная (доминанта – жадность; толпа, которая подчинена реализации каких-либо стяжательных амбиций, жадной обладания чего-то) и, последний подвид, толпа повстанческая (по словам Назаретяна, подобная толпа «по ряду признаков сходна с агрессивной (преобладает чувство злости), но отличается от нее социально справедливым характером возмущения». Например, восстание на броненосце «Потемкин» в 1905 году – пример повстанческой толпы).

Кроме того, толпы делятся на активные и пассивные¹¹⁵. Одним из видов активной толпы является агрессивная толпа. Это толпа, которая вымещает свою внутреннюю (бессознательную) злобу (агрессию) на внешнем объекте. Также различают спасающуюся толпу, паническую, стяжательную (массовый грабеж) и демонстрирующую (демонстрация, протест)¹¹⁶. Причем спасающаяся толпа превращается в паническую, если «доступ людей к средствам и способам спасения оказывается неопределенным или ограниченным»¹¹⁷.

«Одним из наиболее принципиальных является вопрос об условиях возникновения тех массовых проявлений, которые можно назвать феноменом толпы, – отмечает С.К. Роцин. – Исследователи справедливо выделяют два типа таких условий: долговременного и ситуативного характера.

К первым относятся любые экономические, социальные, политические и другие факторы относительно длительного действия, которые создают высокий уровень напряженности в

¹¹³ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоаналитический подход. Скифия, СПб, 2008.

¹¹⁴ Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. Питер, СПб, 2003.

¹¹⁵ Социальная психология/Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М., 2002.

¹¹⁶ Роцин С.К. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня//Психологический журнал – Т.11, № 5, 1990.

¹¹⁷ Роцин С.К. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня//Психологический журнал – Т.11, № 5, 1990.

обществе, формируют и нагнетают чувства фрустрации, беспомощности и отчаяния. В условиях тоталитарного режима эти чувства, как правило, не могут найти выхода в форме каких-либо массовых и тем более насильственных действий и поэтому долгое время сохраняются в латентном виде, трансформируясь в состояние общественной апатии... Однако при первой же возможности... быстро назревают ситуации социального взрыва в самых разнообразных его проявлениях, в том числе и в виде агрессивной толпы»¹¹⁸.

Также мы должны заметить, что существуют обычные (естественные) причины образования масс. К таковым можно отнести:

- стихийные бедствия (землетрясения, крупные наводнения, пожары),
- общественный транспорт и транспортные узлы (вокзалы, метро и т. д.),
- массовые зрелища (спортивные матчи, эстрадные концерты и т. п.),
- политические акции (митинги, демонстрации, политические выборы, забастовки и другие акции протеста),
- места массовых празднований и отдыха (стадионы, площади и улицы городов, помещения и площадки для крупных дискотек и т. д.) и др.¹¹⁹

Поведение индивида в толпе характеризуется следующими категориями¹²⁰:

- Снижение самоконтроля. (У человека усиливается зависимость от толпы и снижаются функции самоконтроля.);
- Деиндивидуализация поведения. (Попадая в толпу, человек легко утрачивает свою индивидуальность. Становится «как все».);
- Неспособность удерживать внимание на одном и том же объекте. (Является следствием общего снижения интеллектуального уровня каждого отдельного индивида при попадании в толпу.);
- Характерные особенности переработки информации. (Информация в толпе подвергается постоянному искажению, распространяясь по коммуникативным контактам внутри толпы от одного индивида другому. Каждый участник толпы бессознательно стремится адаптировать подобную информацию «под себя». Вследствие этого и наблюдается искажение информации и порой резкое отличие ее от первоначальной.);
- Повышенная внушаемость. (Человек в толпе способен поверить в самую необычную информацию или заведомо невыполнимые обещания, а также следовать иной раз абсолютно абсурдным лозунгам и т. п.);
- Повышенная физическая, психофизиологическая и психическая активация. (В толпе происходит мобилизация всех ресурсов индивида, поэтому в толпе человек может проявить такие физические и психологические качества, которые становятся ему недоступными вне толпы, например: поднять что-то тяжелое, сломать прочное, быстро бежать, высоко прыгнуть и т. п.);
- Нетипичность, необычность поведения. (Находясь в толпе человек способен на нетипичные для него формы поведения, порой заметно отличающиеся от того его психоэмоционального состояния, когда он находится наедине с собой или вне толпы.).

Следует обратить внимание на такую особенность как управление толпой (массами). Можно предположить, что если существует какая-либо толпа (масса), то рано или поздно найдется кто-то, кто захочет такую массу подчинить. Причем подчинить зачастую для реализации собственных интересов (идей).

¹¹⁸ Роцин С.К. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня//Психологический журнал – Т.11, № 5, 1990.

¹¹⁹ Социальная психология/Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М., 2002.

¹²⁰ Социальная психология/Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М., 2002.

Профессор А. П. Назаретян обращает внимание, что толпа имеет ядро и более разрозненно на периферии¹²¹. При этом следует обратить внимание, что воздействие на толпу может быть различным. Например, можно воздействовать на периферию, и тогда начнет играть роль такой механизм психики масс, как заражение (циркулярная реакция), появляющееся в том, что если кто-то, находясь в толпе, начнет выполнять какие-либо действия (особенно если это будет не один человек, а несколько), то через время остальные подхватят, и в этом случае толпа переключит свое внимание с недавнего объекта на новый.

В то же время возможно и сразу воздействовать на центр толпы (на ядро), например через агентов, внедрившихся в толпу. Кроме того, иной раз, если ситуация начнет выходить из-под контроля, рекомендуется жертвовать чем-то малым для того, чтобы спасти целое. Например, если толпа идет убивать каких-то людей (устраивая массовые погромы), то в этом случае вполне окажется желательным переключить внимание толпы на какой-либо попавшийся на пути крупный и пустой супермаркет, начав громить который толпа успокоится, переключившись на удовлетворение такого архаичного инстинкта в психике индивида, как жажда обогащения.

Профессор А. П. Назаретян приводит пример переключения внимания толпы на другой объект: «Запрещенная Коммунистическая партия Турции находилась на полулегальном положении, вызывая сильную неприязнь не только у государственных властей, но также у разного рода националистов, фашистов и религиозных фанатиков. В 1969 году при очередном всплеске антикоммунистической истерии толпа фанатиков под барабанный бой и с криками «Аллах акбар!» бросилась на штурм здания, в котором располагался партийный комитет. Завязался бой с применением камней и «молотовских коктейлей» (бутылок с зажигательной смесью). Но силы были неравны и защитникам здания грозила физическая расправа.

В разгар боя на улице неожиданно появились четыре американские девушки в мини-юбках. Эта новая мода уже распространилась в Англии и в США, но в Анкаре такого еще не видывали. ...Сначала головы, а потом и туловища штурмующих стали поворачиваться в сторону волнующего зрелища – и большая часть толпы удалась вслед за блондинками. На площади осталось несколько десятков человек (ядро), которых удалось быстро рассеять»¹²².

А вот другой характерный пример, который приводит профессор А.П. Назаретян и который также наглядно демонстрирует пример с переключением внимания толпы.

«...В 1974 году группа португальских военных совершила переворот... Открылся широкий простор для деятельности левых партий... которые прежде работали в глубоком подполье. Массовые настроения радикализировались, рабочие коллективы бурлили, речи о «социалистической революции» и «диктатуре пролетариата» стали наполняться предметным содержанием. Все это вызвало, с одной стороны, безграничные надежды, а с другой стороны, серьезное беспокойство в стране и за рубежом (...Португалия – член НАТО). Требовались срочные меры поддержки властей и, среди прочего, проводились интенсивные курсы «повышения квалификации» правоохранительных органов.

И вот картинка с одного бурного митинга бастующих лиссабонских рабочих. Энергичные ораторы «заводят» толпу, которая скандирует самые решительные лозунги, и дальнейший ход событий трудно предсказуем. Митингующие окружены полицейской цепью, но надо по возможности избежать силовых эксцессов. От полицейской цепи отделяется одинокий офицер, держа в руках транзисторный приемник, по которому передают прямой репортаж о матче между популярными футбольными командами «Порту» и «Лисбоа». Через минуту

¹²¹ Социальная психология/Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М., 2002.

¹²² Социальная психология/Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М., 2002.

сотни людей, чьи лица только что выражали святой гнев и готовность к самым решительным действиям, окружают офицера с вопросами: «Какой счет? Кто выигрывает?»¹²³.

Кстати, А. П. Назаретян приводит и такие удивительные сведения воздействия на толпу, как подчинение толпы ритму. «Считается, что после того как толпа «поймалась на ритм», ее можно удерживать в экстатическом состоянии сколь угодно долго: пока музыка продолжается, люди, попавшие под ее влияние, не способны по собственной воле избавиться от наваждения (отсюда, вероятно, народные сказки про волшебную гармонию и волшебную флейту)», – пишет профессор А. П. Назаретян.

Впрочем, следует заметить, что о воздействии музыки (ритма) на массовое психическое сознание узнали давно, поэтому те же самые барабаны или оркестры во время шествия военных парадов – не что иное, как подчинение психики масс единому ритму, с помощью которого становится возможно управлять психическим сознанием масс.

Здесь также следует, на наш взгляд, сказать и о методе психического устрашения, который использовался во времена Гражданской войны, когда белогвардейские офицеры (чуть ли не в полной армейской выправке и не стреляя) шли ровными колоннами на пули красноармейцев, сея иной раз панику в рядах последних.

А. П. Назаретян, рассматривая факторы противодействия толпе, приводит наличие такого способа как деанонимизация¹²⁴, т. е. исключение анонимности. Эффективность такого приема основывается на том факте, что в толпе любой индивид безличностен. Поэтому если какими-либо способами вычертить его индивидуальность (например, записью ФИО в результате проверки паспорта, или фотографированием на камеру), то в этом случае подобный индивид способен не реагировать на индуцированность толпы, а значит, таким способом, направленным на очерчивание зачинщиков, возможно привести толпу к распаду. «На крышах окружающих зданий размещаются хорошо заметные камеры и (или) выслаются мобильные группы телерепортеров. Демонстративные действия последних (с проверенными путями ухода от опасности) способствуют возвращению идентичности индивидам в толпе и снижению коллективного эффекта», – заключает проф. А. П. Назаретян.

Рассматривая вопросы объединения отдельных индивидов в массу, следует обращать внимание на такую особенность поведения, как бессознательная подчиненность общим идеям и, что самое главное, желание претворять в жизнь такие идеи, если они помимо прочего исходят от лидера, вождя¹²⁵. При этом следует говорить также о стремлении массы добиться расположения вождя, руководителя массы, его благодарности и одобрения поступков. Можно сказать, что какие-либо поступки массы как раз совершаются и ради такого одобрения и, в первую очередь, в результате соответствующего приказа вождя.

Кстати, называя руководителя массы вождем, мы считаем, что это слово наиболее подходит к тем взаимоотношениям между собранием индивидов (массой) и их лидером. В таких отношениях действительно в большей мере превалирует именно слепое подчинение и огромное желание исполнить волю вождя. При этом массовый героизм в этом случае помимо других факторов основывается еще и на том свойстве человеческой психики, что при объединении в массу у разрозненных прежде индивидов исчезает страх. В том числе и страх перед какими-либо последствиями. Кроме того, сила каждого индивида значительно увеличивается. И бессознательно появляется ощущение, что не только все – как один, но и один – как все. Каждый индивид, находясь в подобной толпе (массе), ощущает в себе силу других. В том и сила массы, что любой индивид не воспринимает себя разрозненно, а исключительно в единении с остальными. А вместе, как говорится, ничего не страшно.

¹²³ Социальная психология/Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М., 2002.

¹²⁴ Социальная психология/Отв. Ред. А.Л. Журавлев. – М., 2002.

¹²⁵ За исключением хаотичных масс, в которых на начальном этапе не выделяется явный лидер.

Говоря о вождях массы, нам следует обратить внимание на точку зрения Г. Тарда, считавшего, что масса сама находит себе лидеров, выталкивая их из своей среды¹²⁶.

Фрейд, рассматривая психологию масс, отмечает, что, несмотря на то, что такая «потребность массы идет вождю навстречу, он все же должен соответствовать этой потребности своими личными качествами. Он должен быть сам захвачен глубокой верой (в идею), чтобы пробудить эту веру в массу; он должен обладать сильной импонирующей волей, которую переймет от него безвольная масса»¹²⁷.

Рассматривая роль вождей массы вслед за проф. Г. Лебоном, заметим, что таким вождем редко становится мыслитель, потому как мысли рождают сомнения, а сомневаться перед толпой – для подчинения толпы – нельзя. Толпа понимает только силу и власть. Силу разума и убеждения. «Авторитетность и нетерпимость представляют собой такие определенные чувства, которые легко понимаются и усваиваются толпой и так же легко применяются ею на практике, как только они будут ей навязаны, – писал Лебон. – Массы уважают только силу, и доброта их мало трогает, так как они смотрят на нее как на одну из форм слабости. Симпатии толпы всегда были на стороне тиранов, подчиняющих ее себе...

Толпе знакомы только простые и крайние чувства; всякое мнение, идею или верование, внушенные ей, толпа принимает или отвергает целиком и относится к ним или как к абсолютным истинам, или же как к столь же абсолютным заблуждениям»¹²⁸.

Желательно также вождям дистанцироваться от массы, не показывать не только свои слабости, но и все то, что может быть расценено как слабости. При этом необходимо возвести вокруг себя некий ореол. Вещи, которые одевает вождь, или средства передвижения его должны быть иными, чем у большинства представителей толпы, массы, потому как масса должна чувствовать, что вождь отличается от нее. И отличается не только своим разумом (толпа инстинктивно, т. е. бессознательно, наделяет вождей порой сверхъестественным разумом), но и, что немаловажно, – внешним видом. И даже если вождь ездит на том же транспорте, как и некоторые из массы, она, масса, не должна видеть что этот так.

При этом можно обратить внимание, что в иных случаях вождь может представлять собой некую невротическую фигуру (А. Гитлер) или наоборот спокойного и расчетливого в своих действиях вождя (И. Сталин, В. Путин).

Но и в том и в другом случае вождь должен быть исключительно уверен в своих действиях. И проявлять заботу прежде всего, о людях. А в случае, если произойдут какие-то сбои – тут же найти виновных, и наказать их; лучше всего прилюдно¹²⁹.

Кроме того, вожди должны, по мнению Лебона¹³⁰, создать в массах веру, «все равно, религиозную ли, политическую, социальную, или веру в какое-нибудь дело, человека или идею». Управление массами строится вождями различными способами. Например, когда это необходимо – внушением и повторением простых истин. «Оратор, желающий увлечь... (толпу), – пишет Лебон, – должен злоупотреблять сильными выражениями. Преувеличивать, утверждать, повторять и никогда не пробовать доказывать что-нибудь рассуждениями – вот

¹²⁶ Олышанский Д.В. Лидеры массы. Политическая психология. М. 2002.

¹²⁷ Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я // Психоналитические этюды. Мн, 2003.

¹²⁸ Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.

¹²⁹ В XIX и в начале XX века можно было повесить на площади, с середины XX века по настоящее время – достаточно, чтобы подобный «разгром» врага показали массам через систему массовой информации. Причем эффект в последнем случае будет не только несравненно шире, но и фактически не зависеть от того, реально ли произошло событие или нет. Тем более масса уже не будет проявлять интерес к тому, как подобное событие закончилось. Какое-либо событие захватывает массу только вначале. По прошествии какого-то времени внимание массы сначала ослабевает, а после и исчезает полностью.

¹³⁰ Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.

способы аргументации, хорошо известные всем ораторам публичных собраний. Толпа желает видеть и в своих героях такое же преувеличение чувств; их кажущиеся качества и добродетели всегда должны быть увеличены в размерах»¹³¹.

Одним из форм внушения Лебон называет и личный пример: «...когда бывает нужно на мгновение увлечь толпу, заставить ее совершить какой-нибудь акт, например, ограбить дворец, погибнуть, защищая укрепление или баррикаду, надо действовать посредством быстрых внушений, и самым лучшим внушением является... личный пример»¹³².

Когда же есть время, вожди действуют осторожнее, методично и уверено вдалбливая в сознание масс какие-либо установки посредством утверждения и повторения. «Простое утверждение, не подкрепляемое никакими рассуждениями и никакими доказательствами, служит одним из самых верных средств для того, чтобы заставить какую-нибудь идею проникнуть в душу толпы, – отмечает проф. Г. Лебон. – Чем более кратко утверждение, чем более оно лишено какой бы то ни было доказательности, тем более оно оказывает влияние на толпу»¹³³.

Лебон также отмечает такую весьма эффективную категорию подчинения масс, как заразительность в толпе, или подражание. «Человек так же, как и животное, склонен к подражанию; оно составляет для него потребность при условии, конечно, если не обставлено затруднениями. Именно эта потребность и обуславливает могущественное влияние так называемой моды. Кто же посмеет не подчиниться ее власти, все равно, касается ли это мнений, идей, литературных произведений или же просто-напросто одежды? Управляют толпой не при помощи аргументов, а лишь при помощи образцов. Во всякую эпоху существует небольшое число индивидов, внушающих толпе свои действия, и бессознательная масса подражает им»¹³⁴, – замечает Лебон.

Доктор политологических наук Д. В. Олышанский¹³⁵, основываясь на учении Лебона о массах, приводит четыре характеристики вождей массы, описанных Лебоном¹³⁶:

«Апостол». Первый тип – это убежденные проповедники, «мессии» и апостолы неких верований (независимо религиозных, социальных или сугубо политических...). Это харизматические лидеры, обладающие именно теми качествами, которые востребованы массой. Такие лидеры – как бы «прообраз толпы», они «несут в себе все ее основные свойства».

«Загипнотизированные поработившей их верою, они готовы на все жертвы для ее распространения и кончают даже тем, что исключительно целью своей жизни ставят воцарение этой веры. Эти люди находятся как в полубреду, изучение их требует патологического исследования их умственного состояния, но несмотря на это, они всегда играли в истории громадную роль». Такой «апостол всегда представляет собой религиозно настроенный ум, одержимый желанием распространить свое верование; но вместе с тем и прежде всего это ум простой, совершенно не поддающийся влиянию доводов разума. Его логика – элементарна. Законы и всякие разъяснения совершенно недоступны его пониманию». Его психика – это персонифицированная психология всей массы.

Г. Лебон особо подчеркивал внешнюю «простодушную наивность» этих людей. Ничто их не затрудняет. Для них ничего нет легче, например, чем враз перестроить все общество...

В структуре поведения такого лидера особенно выделяется жажда разрушения...

¹³¹ Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.

¹³² Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.

¹³³ Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.

¹³⁴ Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.

¹³⁵ Олышанский Дмитрий Вадимович, 1953-2003 гг., доктор политологических и кандидат психологических наук, академик Международной академии информатизации. Один из основателей российской школы политической психологии. Активно занимался научной и преподавательской деятельностью в МГУ, МГИМО, Институте иностранных языков, возглавлял лабораторию политической психологии личности в Российской академии образования. Автор более 1000 публикаций, около 20 книг и брошюр, вышедших в России и за рубежом.

¹³⁶ Олышанский Д.В. Лидеры массы. Политическая психология. М. 2002 г.

«Случайный фанатик». Второй тип лидеров массы – это... фанатики одной идеи... У них существует свой «пунктик», своя «идея-фикс», но она проявляется не постоянно. Г. Лебон описывал их так: «Повседневно встречаются очень умные люди, даже выдающиеся, теряющие способность рассуждать, когда дело касается некоторых вопросов. Увлеченные тогда своей политической или религиозной страстью, они обнаруживают изумительное непонимание и нетерпимость. Это случайные фанатики, фанатизм которых становится опасным лишь тогда, когда его раздражают». То есть в обычное время, в обычных условиях это могут быть вполне нормальные с виду люди. Однако при возникновении... экстремальных обстоятельств (возникновение массы, появление «апостола» и т. п.) в них просыпается дремлющая фанатичная сущность. И тогда они – самые верные и надежные «помощники апостолов»...

«Дегенерат-аутсайдер». Третий тип лидеров массы, согласно Г. Лебону, «принадлежит к обширной семье дегенератов. Занимая благодаря своим наследственным порокам, физическим или умственным, низкие положения, из которых нет выхода, они становятся естественными врагами общества, к которому они не могут приспособиться вследствие своей неизлечимой неспособности и наследственной болезненности. Они – естественные защитники доктрин, которые обещают им и лучшую будущность, и как бы возрождение». У данного типа мало фанатизма, нет увлечения одной идеей и даже особой стойкости веры. Тут все решает чувство обиды на жизнь и личная заинтересованность в ее изменении.

По своей психологической сути это лица с сильным комплексом неполноценности, движимые стремлением к его гиперкомпенсации, полные обычно безотчетного желания преодолеть свои внутренние комплексы с помощью той самой толпы, которую хотят возглавить...

«Диктатор». «... Четвертый тип лидеров массы, обычно приходящий на смену предыдущим «вожакам» и овладевающий массой после того, как фанатики ее сформировали и основательно «разогрели», – обычный тиран или диктатор. Это лидер, усмиряющий и организующий массу, подбирающий власть и пользующийся плодами того, что уже сделала для него возглавлявшаяся другими толпа... Основное его качество заключается в том, что он умеет заставить массу полюбить себя...»

Рассматривая преобразования, которые психики индивида приобретает в толпе, академик Д. В. Олышанский выделял такие характеристики:

- 1) повышение эмоциональности восприятия всего, что он видит и слышит;
- 2) снижение способности рациональной переработки воспринимаемой информации;
- 3) усиление внушаемости и уменьшение критичности по отношению к себе;
- 4) подавление массой чувства ответственности за поведение индивида;
- 5) появление чувства своей силы;
- 6) возникновение ощущения анонимности и безнаказанности своих действий»¹³⁷.

Кроме того, следует, на наш взгляд, обратить внимание, что масса завораживает любого индивида, но не всех может подчинить. Правда, не подчиниться толпе можно одним способом – выйти из ее состава. В другом случае, общая индуцированность, разраставшаяся в массу, приведет к тому, что все индивиды в итоге окажутся подчинены единой идее.

«Масса кажется нам вновь ожившей первобытной ордой, – писал Фрейд. – Так же как в каждом отдельном индивиде первобытный человек фактически сохранился, так и из любой человеческой толпы может снова возникнуть первобытная орда...»¹³⁸.

Масса производит на отдельного человека впечатление неограниченной мощи и непреодолимой опасности, – замечает Фрейд. – На мгновение она заменяет все человеческое общество, являющееся носителем авторитета, наказаний которого страшились и во имя которого

¹³⁷ Д.В. Олышанский. Психология масс//Человек в массе//Политическая психология. М. 2002 г.

¹³⁸ Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я // Психоаналитические этюды – Мн, 2003.

себя столь ограничивали. Совершенно очевидна опасность массе противоречить и можно себя обезопасить, следуя окружающему тебя примеру, то есть, иной раз даже «по-волчьи воя»¹³⁹.

«Масса импульсивна, изменчива и возбудима, – говорил Фрейд. – Ею почти исключительно руководит бессознательное. Импульсы, которым повинуются толпа, могут быть, смотря по обстоятельствам, – благородными и жестокими, – героическими или трусливыми... (толпа) не выносит отсрочки между желанием и осуществлением желаемого.

Она чувствует себя всемогущей, у индивида в массе исчезает понятие невозможного.

Масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она не критична, неправдоподобного для нее не существует. Она думает образами... Чувства массы всегда весьма просты и весьма гиперболичны. Она... не знает ни сомнений, ни неуверенности.

Масса немедленно доходит до крайности, высказанное подозрение сразу же превращается... в... уверенность, зерно антипатии – в дикую ненависть. ... Тот, кто хочет на нее влиять, не нуждается в логической проверке своей аргументации, ему подобает живописать ярчайшими красками, преувеличивать и всегда повторять то же самое. (масса)... уважает силу... от своего героя... требует силы, даже насилия... ..масса подпадает под ...магическую власть слов...»¹⁴⁰.

Все перечисленное служит одним из доказательств того, что в наибольшей степени масса более охотно подчиняется фанатику, или же лидеру, с ярко выраженными харизматическими качествами.

Также нам следует сказать, что в большинстве случаев у тех, кто стал участником массы, толпы, уже нет возможности (или подобная сведена на нет) противиться деяниям толпы. А значит, такой индивид, став частью толпы, должен непременно подчиняться и ее законам, законам толпы. А «какая-либо индивидуальность в данном случае не только неуместна, но и фактически бесполезна. Да и сам индивид, попадая в толпу, меняется, словно бы вынужденно подстраиваясь под нее и подчиняясь ее законам».

Таким образом, мы можем заметить, что, попадая в толпу, любой индивид вынужденно (бессознательно) меняет свои привычки, желания, наклонности, становившись частью толпы.

«Появление... новых... черт, характерных для толпы, – отмечал Лебон, – и притом не встречающихся у отдельных индивидов, входящих в ее состав, обуславливается различными причинами. Первая из них заключается в том, что индивид в толпе приобретает, благодаря только численности, сознание непреодолимой силы, и это сознание позволяет ему поддаваться таким инстинктам, которым он никогда не дает волю, когда бывает один. В толпе же он менее склонен обуздывать эти инстинкты, потому что толпа анонимна и не несет на себе ответственности. Чувство ответственности, сдерживающее всегда отдельных индивидов, совершенно исчезает в толпе»¹⁴¹.

В наше время, с развитостью средств массовой коммуникации, мы можем предположить, что воздействовать на массы в какой-то мере стало легче, особенно если учитывать фактор всеохватываемости, управления гораздо большим количеством индивидов, прежде всего путем программирования их сознания методами средств массовой коммуникации, информации и пропаганды. Причем с развитием современных СМИ, а также появлением большого количества эмпирических фактов результативности психотерапевтических методик в воздействии на массы появляется возможность говорить о возможности воздействовать на психическое сознание масс с целью формирования их в искусственные толпы. (Примеры т. н. бархатно-оранже-

¹³⁹ Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я // Психоналитические этюды – Мн, 2003.

¹⁴⁰ Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я // Психоналитические этюды – Мн, 2003.

¹⁴¹ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоналитический подход. – Скифия, СПб, 2008. 280 с.

вых революций в бывших советских республиках, в которых в результате политехнологий и методик манипулирования массовым сознанием удалось свергнуть законное правительство.)

И при этом мы также можем говорить о том, что управляются массы (в том числе и на уровне бессознательного влияния), когда сначала провоцируется та или иная невротическая зависимость в массе (страх, невроз, волнение, беспокойство, депрессия, и т. п.), а позже лидер массы (вождь толпы) снимает подобную зависимость, освобождая каждого отдельного индивида массы от симптоматики невроза; и подобное становится возможным в результате тех эффектов, которые разрастаются в любой сосредоточенной массе как снежный ком, охватывая психическое сознание участников подобного массообразования, потому как мы хорошо помним, что в толпе всегда исчезают любые страхи и сомнения, которые если и могут оставаться в психике индивида, то только в случае, если он выйдет из толпы, отделится от нее. Но для этого нужно желать стать личностью, что для подавляющего большинства участников толпы попросту невозможно.

Причем какая-либо невротическая зависимость (инициированная определенного рода установка со стороны манипуляторов) также легко исчезает и вследствие выполнения массой (толпой) команды вождя. Вспомним, Фрейд олицетворял вождя массы с архаичным отцом, сохранившимся в психике (в бессознательном) каждого индивида. Кроме того, представитель массы бессознательно идентифицирует вождя массы и со своим отцом, и значит, и с собой. Это помогает выполнять установки (приказы) вождя, не сомневаясь как в необходимости их, так и, собственно, в легитимности власти человека (вождя), отдающего такой приказ. (Т. е. отсутствует принцип критичности, который не применим в отношении своего отца. Подобная установка простирается в плоскости бессознательного психики, и в той или иной мере ей подвержен каждый индивид. Если такой индивид пребывает, как в нашем случае, в толпе, в массе, то в этом случае на его психику оказывает еще и дополнительное влияние архетипические установки коллективного бессознательного, которые усиливают желание некритичного отношения к действительности и желания всецелого подчинения лидеру массу – вождю.)

Нам необходимо тонко понимать подобное обстоятельство, потому как, по всей видимости, именно его наличием объясняется исключительное подчинение Адольфу Гитлеру в Германии времен 3-го рейха. Причем помимо 80-миллионного немецкого народа, Гитлеру как вождю также слепо подчинялись и другие вожди рейха, руководители и высшие офицеры СС, СД, абвера и т. п. – Р. Гесс¹⁴², Й. П. Геббельс, Г. Геринг, Г. Гиммлер, Р. Гейдрих, К. Дениц, М. Борман и др. И даже когда война была почти проиграна, а поражение Германии неотвратимо, все равно никто не дрогнул, в первую очередь, опасаясь гнева Гитлера, ставшего для немецкой нации богом¹⁴³.

Профессор З. Фрейд сравнивал вождя массы и архаичного отца, отмечая что «...с самого начала существовало две психологии – одна – психология массовых индивидов, другая – психология отца ...вождя. Отдельные индивиды массы были так же связаны, как и сегодня, – отец же первобытной орды был свободен. Его интеллектуальные акты были и в обособленности сильны и независимы, его воля не нуждалась в подтверждении волей других.

...На заре истории человечества он был тем сверхчеловеком, которого Ницше ожидал лишь от будущего. Еще и теперь массовые индивиды нуждаются в иллюзии, что все они равным

¹⁴² Даже после своего бегства на Запад на личном самолете, Гесс чуть ли не в каждом письме жене выражал искреннюю преданность Гитлеру. (до побега Гесс был вторым человеком в Германии, после Гитлера.)

¹⁴³ Вспомним также детские войска третьего Рейха, которые, в частности, обороняли Берлин в 1945 году, когда советская армия уже вошла в столицу Германии. В этом, гитлерюнге – еще и пример исключительной результативности немецкой пропаганды, которая действиями средств массовой коммуникации воздействовало на психическое сознание масс. (Обратим внимание, что психика ребенка, подростка и молодежи – несравненно в большей степени подвержена манипулятивным воздействиям.)

и справедливым образом любимы вождем, сам же вождь никого любить не обязан, он имеет право быть ...уверенным в себе и самостоятельным...

Как нечто особо поучительное отметим еще то, как конституция первобытной орды относится к организации, посредством которой – не говоря о средствах принудительных – искусственная масса держится в руках.

...этим средством является иллюзия, будто вождь любит каждого равным и справедливым образом. Это-то и есть идеалистическая переработка условий первобытной орды, где все сыновья знали, что их одинаково преследует отец, и одинаково его боялись...»¹⁴⁴.

Таким образом, идентифицируя вождя массы с отцом (как с архаичным, так и с собственным), каждый представитель массы, толпы, бессознательно готов был выполнить любой приказ вождя только лишь для того, чтобы заслужить его уважение или хотя бы одобрение собственному поступку. Вспомним из истории, какое влияние на массы оказывал тот факт, что какой-нибудь из крупных военачальников лично награждал отличившихся бойцов орденами и медалями. «Вождь массы – все еще праотец, к которому все преисполнены страха, масса все еще хочет, чтобы ею управляла неограниченная власть, страстно ищет авторитета», – писал Фрейд¹⁴⁵.

«В массах, по мнению Фрейда, отдельный индивид стремиться отождествиться с вождем, в котором воплощается его массовый идеал. Поэтому какому-либо вождю массы становится легче управлять массообразованием. Достаточно только производить впечатление силы и могущества, причем действие не обязательно должно распространяться на всех индивидов в массе. Используя принцип внушения, распространенный в массе, другие индивиды уже вполне могут индуцироваться (заразиться) от тех, кто попал под воздействия вождя, слившись с его образом, и тем самым получая от него силу и исчезновение от собственного страха»¹⁴⁶.

«...Не может подлежать никакому сомнению могущественное действие в толпе взаимного внушения, которое возбуждает у отдельных членов толпы одни и те же чувства, поддерживает одно и то же настроение, укрепляет объединяющую их мысль и поднимает активность отдельных членов до необычайной степени, – писал В. М. Бехтерев. – Благодаря этому взаимовнушению отдельные члены как бы наэлектризовываются, и те чувства, которые испытывают отдельные лица, нарастают до необычайной степени напряжения, делая толпу существом могучим, сила которого растет вместе с возвышением чувств отдельных ее членов.

...Сила внушения берет перевес над убеждением и волей и приводит к событиям, свершить которые воля и сознание долга были бы не в состоянии. ...Внушение есть сила слепая, лишенная тех нравственных начал, которыми руководят воля и сознание долга. Вот почему путем внушения народные массы могут быть направляемы как к великим историческим подвигам, так и к самым жестоким и даже безнравственным поступкам. Поэтому-то и организованные толпы, как известно, нередко проявляют свою деятельность далеко не соответственно тем целям, во имя которых они сформировались. Достаточно, чтобы кто-нибудь возбудил в толпе низменные инстинкты, и толпа, объединившаяся благодаря возвышенным целям, становится в полном смысле слова зверем, жестокость которого может превзойти всякое вероятие.

...В руках блестящих ораторов, в руках известных демагогов и любимцев народа, в руках знаменитых полководцев и великих правителей, наконец, в руках известных публицистов имеется та могучая сила, которая может объединять народные массы для одной общей цели и которая способна увлечь их на подвиг и повести к событиям, последствия которых отражаются на ряде грядущих поколений...».

¹⁴⁴ Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я // Фрейд З. Психоаналитические этюды. Мн. 2003.

¹⁴⁵ Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я // Фрейд З. Психоаналитические этюды. Мн. 2003.

¹⁴⁶ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоаналитический подход. Скифия, СПб. 2008.

Рассматривая вопрос проявлений агрессивности в толпе, в массе, доктор политологических наук Д. В. Ольшанский выделяет такие варианты агрессивного поведения толпы, как экспрессивная, импульсивная, аффективная, враждебная и инструментальная агрессия.

Экспрессивная агрессия, по мнению академика Д. В. Ольшанского, это «устрашающе-агрессивное поведение, главной целью которого является выразить и обозначить свои потенциально агрессивные намерения, запугать оппонентов»¹⁴⁷. Примеры подобных действий – ритуальные танцы, военные парады или факельные шествия (вспомним фашистскую Германию).

Импульсивная агрессия – агрессивное поведение, спровоцированное каким-либо фактором, «мгновенно возникающее и достаточно быстро проходящее агрессивное поведение. Такая агрессия может носить прерывистый («импульсный») характер, возникая как бы «волнами», в виде своеобразных «приливов» и «отливов» агрессивного поведения»¹⁴⁸.

Аффективная агрессия – агрессия толпы в данном случае носит временный характер. «Это то, – пишет Д. В. Ольшанский, – что иногда называется агрессивным ажиотажем – особое состояние, требующее немедленных, любой ценой, жертв и разрушений. Как правило, жертвы в таких случаях как раз и превосходят достигаемые результаты».

Враждебная агрессия «...характеризуется целенаправленно-осознанным намерением нанесения вреда другому»¹⁴⁹.

Инструментальная агрессия – одна из форм организованной агрессии, «где цель действия субъекта нейтральна, а агрессия используется как одно из средств ее достижения»¹⁵⁰.

Кроме того, следует говорить о том, что своим нынешним поведением в массе современный индивид «обязан» архетипическим составляющим психики, которые были сформированы зачастую еще задолго до его рождения, и перешли к такому индивиду филогенетическим путем. «Другими словами, все в нашей психике представлено бессознательным. Тем бессознательным, что составляет один из важнейших ее пластов. И где сосредоточены все наши желания, инициативная составляющая поступков, да и вообще все, что позже переходит в сознание и становится заметным большинству... При этом эффект наличия в бессознательном психики различных архетипов столь силен, что независимо от воли своего сознания тот или иной индивид бессознательно подчиняется некой бессознательной воле предков, практически бесповоротно готовясь выполнить любую волю вождя»¹⁵¹.

Несколько подробнее остановившись на вопросе бессознательного психики, заметим, что «бессознательное формируется несколькими взаимодополняемыми способами. Одним из которых является т. н. коллективное бессознательное, другим – информация, поступающая при жизни индивида посредством трех систем: визуальную (зрительная, ощущения и представления), аудиальную (звуковую) и кинестетическую (мышечные ощущения, вкус, запах)»¹⁵².

¹⁴⁷ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоналитический подход. Скифия, СПб. 2008.

¹⁴⁸ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоналитический подход. Скифия, СПб. 2008.

¹⁴⁹ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоналитический подход. Скифия, СПб. 2008.

¹⁵⁰ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоналитический подход. Скифия, СПб. 2008.

¹⁵¹ Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоналитический подход. Скифия, СПб. 2008.

¹⁵² Зелинский С.А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсозна-

«Фактор наполняемости подсознания посредством коллективного бессознательного (или филогенетических схем) напрямую зависит от опыта человечества, опыта предшествующих поколений. На информацию, поступающую при жизни, частично оказывает влияние сам индивид и, видимо в гораздо большей мере, среда обитания. Хотя скорее всего следует говорить о том, что среда обитания формирует направленность мыслей в спектре знаний индивида. Тогда как, если индивид обладает соответствующей волей и характером, то можно допустить, что он вполне способен сам участвовать в формировании бессознательного своей психики. И в этом случае среда лишь косвенно влияет на будущие знания индивида. Ведь бессознательное это не что иное, как определенный багаж знаний индивида, накопленный в процессе жизни. Следует заметить о необходимости постоянной пополняемости материала.

И уже отходит на второй план то обстоятельство, что не весь подобного рода материал переходит в сознание, а значит, отображается в сознательной жизни индивида. Тут следует обратить внимание, что когда в этом будет необходимость, информация из бессознательного обязательно перейдет в сознание, станет доступна сознательной части психики. Что-то может, заметим, сподвигнуть подобного рода появление в сознании части информации, хранящейся в бессознательном. Мы можем предположить, что и сознание частично участвует в данном процессе.

Это можно сравнить с механизмом воспоминания. Какая-то случайно возникшая деталь может вызвать за собой цепочку тех или иных воспоминаний. Так и в случае сознания и подсознания, – на частичное появление информации способно оказывать влияние нечто, появляющееся в спектре внимания сознания индивида. Причем совсем необязательное, как мы уже заметили, какое-либо сознательное участие индивида в процессе вызывания мыслеобразов. Совсем нет. Более того, для понимания причины поступления в сознание той или иной информации, требуется определенная аналитическая работа. При которой, на наш взгляд, вполне можно разобраться в причинах совершения индивидом тех или иных действий в жизни. И все потому, что жизнь подчинена таинству бессознательного. Откуда информация и поступает в сознание».

Известно, что психика индивида представлена двумя слоями: личным и коллективным бессознательным. «...Бессознательное, согласно Юнгу, состоит из двух... уровней, – обращает внимание доктор В. В. Зеленский. – Первый уровень... идентичен фрейдовскому понятию бессознательного. На этом уровне бессознательного залегают воспоминания обо всем, что пережито, прочувствовано, продумано индивидом или узнано им, но что больше не удерживается в активном осознании по причине защитного вытеснения или простой забывчивости.

Однако, используя свою теорию архетипов для объяснения сходства в психической деятельности и в представлениях на протяжении всех эпох и в любых сколь угодно различающихся культурах, Юнг обнаружил второй уровень бессознательного, который он обозначил как коллективное бессознательное. Этот уровень бессознательного содержал общие для всего человечества паттерны психического восприятия – архетипы. В силу того, что коллективное бессознательное является сферой архетипического опыта, Юнг рассматривает уровень коллективного бессознательного как более глубокий и более значимый, чем личное бессознательное; как уровень, содержащий в себе принципиально иной психический источник энергии, целостности и внутреннего преобразования»¹⁵³.

Рассматривая роль архетипов в коллективном бессознательном, профессор К. Г. Юнг писал: «Архетипов существует столь же много, как и типичных ситуаций в жизни. Бесконечное повторение запечатлело эти опыты в нашей психической системе не в форме образов, наполненных содержанием, а вначале лишь в формах без содержания, представляющих просто воз-

можность определенного типа восприятия и действия. При возникновении ситуации, соответствующей данному архетипу, он активизируется и появляется побуждение, которое, как и инстинктивное влечение, прокладывает себе путь вопреки всем доводам и воле либо приводит к конфликту патологических размеров, то есть к неврозу»¹⁵⁴.

Поднимая вопрос коллективного бессознательного, Юнг обращал внимание на то, что выбрал термин «коллективное бессознательное» потому, что именно это название наиболее полно отражает природу психики исходя из того, что помимо личностной души включает и образы поведения, идентичны другим индивидам. А говоря об архетипах как главных составляющих коллективного бессознательного, отмечает, что «архетип представляет то бессознательное содержание, которое изменяется, становясь осознанным и воспринятым»¹⁵⁵.

Также Юнг обращает внимание, что архетипами являются некие коллективные модели (паттерны) поведения, исходящие из коллективного бессознательного и являющиеся основным содержанием сказок, мифологий, легенд и проч.

Профессор К. Г. Юнг приводит пример действия бессознательного психики в сопоставлении с сознанием. «Возьмем... случай, когда мы теряем мысль, забываем, что хотели сказать, хотя секунду назад слово «вертелось» на языке, – пишет Юнг. – ...Вы говорите: «забыл»; на самом же деле мысль стала подсознательной или по меньшей мере моментально отделившейся от сознания. ...Когда идея выскальзывает из нашего сознания, она не перестает существовать – так же, как машина, скрывшаяся за углом, вовсе не растворяется в воздухе. Просто она оказалась вне поля зрения. Позже мы опять можем встретить эту машину, как можем и натолкнуться на ранее утерянные мысли.

...Наше подсознание бывает занято множеством временно угасших образов, впечатлений, мыслей, которые продолжают влиять на наше сознательное мышление, хотя и являются потерянными. Отвлечшийся или рассеянный человек пересекает комнату, чтобы что-то взять. На полпути он останавливается в смущении – он забыл, за чем шел. Он механически, как лунатик, перебирает вещи на столе – хотя первоначальное намерение забыто, оно подсознательно движет им. Наконец он вспоминает, что хотел. Подсознание подсказало ему»¹⁵⁶.

«Забытые идеи, вместе с тем, не прекращают своего существования. Хотя их нельзя воспроизвести по собственному желанию, они пребывают под порогом сознания, как раз ниже порога памяти, – откуда могут всплыть в любой момент, иногда после многих лет, казалось бы, полного забвения. В данном случае я говорю о ситуации, когда мы видим и слышим что-то вполне осознанно, а впоследствии забываем. Наряду с этим мы видим, слышим, чувствуем запах и вкус множества вещей, не замечая этого либо потому, что наше внимание отвлечено, либо потому, что раздражитель, воздействующий на наши органы чувств, слишком слаб для осознанного восприятия. Тем не менее эту информацию впитывает подсознание и подобное подпороговое восприятие играет значительную роль в нашей повседневной жизни. Хотя мы не осознаем этого, оно влияет на наше восприятие событий и людей».

«Мы находим подтверждение этому в повседневной жизни, когда сталкиваемся с неординарно смелыми решениями запутанных проблем: многие люди искусства, философы, даже ученые почерпнули свои самые вдохновенные идеи в подсознании, внезапно вытолкнувшем их на божий свет. Одной из отличительных черт гениев как раз и является способность найти такой источник вдохновения и направить его поток в русло философских, художественных и музыкальных работ или научных открытий».

Другими словами, прослеживая архетипику бессознательного в факторе влияния на подсознание манипулятивными методиками, мы должны говорить о том, что подобное воздей-

¹⁵⁴ Юнг К.Г. Концепция коллективного бессознательного. – www.jungland.ru

¹⁵⁵ Юнг К.Г. Об архетипах коллективного бессознательного. – www.jungland.ru

¹⁵⁶ Юнг К.Г. Об архетипах коллективного бессознательного. – www.jungland.ru

ствие становится не только возможным, но и оказывается результативным путем провокации архетипических составляющих психики. Манипулятор в этом случае наполняет таким смысловым значением информацию, передаваемую с помощью средств массовой коммуникации на психику индивида или массы, чтобы путем задействования того или иного архетипа вызвать в психике индивида соответствующие реакции, а значит, и сподвигнуть последнего к выполнению установок, заложенных в его подсознании ранее, и выполнить, таким образом, требования манипулятора, в роли которого может быть как вождь массы, так и его ближайшие подручные.

3. Проблемные аспекты влияния СМК на массовое сознание подрастающего поколения. Пути противостояния

Средства массовой коммуникации включают в себя достаточно расширенный арсенал способов воздействия на подсознание с целью внедрения соответствующих установок, заложения паттернов поведения. К средствам массовой коммуникации, как мы уже заметили ранее, относятся помимо СМИ (средств массовой информации) еще и кино, театр, видеофильмы и т. п., то есть все, посредством чего можно воздействовать на массовую аудиторию, что передается посредством каких-либо носителей (например открытки или рекламные плакаты тоже можно отнести к средствам массовой коммуникации).

Коммуникация это информация, сообщение. Средства коммуникации – способы передачи сообщений на большие территории. Массовая коммуникация – означает вовлеченность в подобный процесс масс. И уже если объединить все подобное, окажется, что по силе своего воздействия на психическое сознание масс средства массовой коммуникации оказывают преобладающее значение. Они играют чуть ли не первостепенную роль именно в факторе задействования массовой аудитории, массового воздействия на психику. Причем многие упускают особенность воздействия информации на психику. Дело в том, что любая информация, даже если она не получила свой «отклик» у сознания, откладывается в подсознание (в бессознательное психики), а позже оказывает свое воздействие на сознание.

Остановимся на этом подробнее. Итак, как происходит процесс воздействия информации извне на индивида или массы? Во-первых, информацией (той или иной ее степенью в факторе значимости) является любое сообщение, поступающее или проходящее через индивида. Во-вторых, психика через сознание может оценить только часть поступающей информации. Подобная информация проходит через сознание, и в ее обработке (оценке) участвует такая структура психики, как цензура. Цензура психики стоит на пути информации, появляющейся в зоне восприятия ее индивидом, и является своего рода заградительным щитом, перераспределяя информацию, поступающую со стороны внешнего мира, между сознанием и бессознательным (подсознанием). То есть именно цензура психики является неким водоразделом, влияющим на поступление той или иной информации в сознание или подсознание. Часть информации в результате работы цензуры психики поступает в сознание (она пропускает информацию в сознание). А большую часть (по тем или иным причинам «забракованную» на тот момент психикой) цензура психики не пропускает, и такая информация откладывается в подсознание. И в-третьих, информация, переходящая в подсознание (причем такая информация может перейти как в результате отбраковывания ее сознанием, так и сразу, минуя цензуру психики) через какое-то время начинает воздействовать на сознание, а через сознание уже на любые (на все) мысли индивида и последующее за этими мыслями появление соответствующих желаний, а значит и поступков. Этот факт весьма важен и на него необходимо обратить особое внимание. Любая информация, поступающая в подсознание, через время начинает влиять на мысли, поступки, желания, вообще поведение индивида. Причем следует обратить внимание еще и на то, что в подсознание откладывается вся информация, которая вообще когда-либо проходила мимо индивида. И неважно, помним мы ее или не помним (то есть, проходила ли такая информация через сознание или не проходила), тут действует единое правило: любая информация, которая когда-либо находилась в зоне пребывания индивида (то есть информация, которую он мог увидеть или услышать, информация, оцениваемая психикой с задействованием органов зрения, слуха, обоняния, осязания, даже та информация, которой нет, но которая только кажется индивиду) – такая информация непременно отклады-

вается в подсознание, в бессознательное психики, откуда и начинает вскоре свое воздействие. При этом подобная информация может вступить в некий коррелят с уже имеющейся в подсознании информацией. Ведь подсознание или бессознательная часть психики формируется на протяжении жизни как индивида, так и существования вообще предшествующих поколений (т. н. коллективное бессознательное). Такая информация смешивается с уже существующей информацией. Причем в каждом отдельном случае происходит всегда все исключительно индивидуально, то есть у каждого индивида по-разному, но едино в одном: всегда информация из подсознания со временем или переходит в сознание, или – даже в еще большей степени – начинает бессознательно воздействовать на мысли, желания и поступки индивида. Это именно тот случай, когда тот или иной индивид говорит о том, что совершил тот или иной поступок бессознательно. И это действительно так. Если информация не оказалась в спектре внимания сознания, то это совсем не значит, что она не оказывает своего воздействия на психику такого индивида. Тут вообще не наблюдается какой-либо зависимой связи между тем, поступила ли подобная информация в сознание, или не поступила. Все равно (а то и даже в большей, чем это принято замечать, степени) такая информация, вступив во взаимодействие с уже имеющейся в психике индивида информацией, начнет оказывать на поведение подобного индивида свое воздействие. И иного, как говорится, не дано. Это необходимо знать и непременно учитывать в прогнозировании различного рода мотивации поведения. Поэтому, когда через психику индивида проходит какая-либо информация, когда такая информация попадает в спектр действий его психики, когда информация проходит через действия различных органов чувств индивида, – всегда следует говорить о том, что эта информация сначала откладывается в психику (в глубины психики) индивида, а после начинает оказывать свое воздействие на восприятие таким индивидом жизни.

И вот тут как раз весьма важно выделить роль средств массовой коммуникации. Потому как именно посредством подобного рода воздействия происходит своего рода обработка психического сознания масс, обработка уже не одного отдельного индивида, а индивидов, объединенных в группы, в массы. И поэтому как раз в этом случае необходимо помнить, что если какая-либо информация поступает со стороны (и с помощью) средств массовой коммуникации (телевидение, кино, глянцевого журналы, проч.), то такая информация непременно оседает в психике индивида. Оседают все без остатка. Оседают совсем независимо от того, успело сознание обработать часть подобной информации или не успело. Запомнил ли индивид поступающую в его сознание информацию или не запомнил. Сам факт уже наличия подобной информации как бы сам за себя говорит о том, что такая информация уже навсегда отложилась в его подсознании. И такая информация может оказать свое воздействие на сознание как сейчас или завтра, так и через многие годы или десятилетия. Фактор времени тут не играет роли. Подобного рода информация уже никогда не уходит из подсознания. Она может, в лучшем случае, лишь отодвигаться на второй план, скрываться до времени в глубинах психики, потому что память индивида так устроена, что требует постоянного обновления имеющейся (хранящейся) информации, чтобы запоминать новые объемы информации. При этом действительно неважно, прошла ли подобная информация через сознание или не прошла. Хотя если прошла, то подобного рода воздействие может усиливаться, если поступающая информация задействует эмоциональную составляющую психики. Любые эмоции, эмоциональная наполняемость смысловой нагрузки лишь усиливают восприятие психикой индивида подобного рода информацию. Такая информация бьет сразу по чувствам. А известно, что если задействуются чувства, то цензура психики уже не может оказывать свое воздействие в полной мере, потому как то, что касается чувств, эмоций, ломает защиту психики и такая информация вообще сразу проходит в подсознание. Причем чтобы разделить информацию, поступающую в подсознание через барьер психики именуемый цензурой, и информацию, сразу поступающую в подсознание, заметим, что, вероятно, в первом случае подобная информация откладывается не очень глубоко, а

во втором проникает дальше. Но нельзя говорить, что в первом случае информация перейдет в последующем в сознание (как бы уже снова в сознание) быстрее, чем та информация, которая до этого через сознание (а значит, оценку) не проходила. Так говорить нельзя. На информацию, извлекаемую из подсознания, оказывают влияние множество различных факторов, и в том числе архетипы. Как раз задействуя тот или иной архетип, возможно выведение информации из подсознания – и перевод ее в сознание. А это уже значит, что такая информация будет оказывать свое влияние на поведение индивида.

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.