

ПРАПАГАНДА ЯК ЭФЕКТЫЎНЫ СРОДАК МАНІПУЛЯВАННЯ СВЯДОМАСЦЮ ІНДЫВІДАЎ І МАСЫ Ў КАНЦЭПЦЫІ ЖАКА ЭЛЮЛЯ

ПАВЕЛ БАРКОЎСКИ

Анатацыя: Галоўная тэма дадзеных нарысаў – гэта праблема прапаганды, якая можа пагражаць сёння не толькі звычайным людзям, але таксама і інтэлектуалам. Некаторыя механізмы яе тэхнік маніпуляцыі свядомасцю разглядаюцца тут дзеля адказу на пытанне, чаму значная частка постсавецкіх інтэлектуалаў зрабілася ахвяраю расійска-ўкраінскай інфармацыйнай вайны, нягледзячы на досвед уласнага рэфлексіўнага і крытычнага мыслення.

Ключавыя словы: прапаганда, Элюль, інтэлектуалы, інфармацыйная вайна, свядомасць.

PROPAGANDA AS AN EFFECTIVE MEANS OF MASSES' AND INDIVIDUALS' CONSCIOUSNESS MANIPULATION IN J. ELLUL'S CONCEPT

Abstract: The topic of the writing is the problem of propaganda as it threatens ordinary people and intellectuals alike. Some mechanisms of its manipulative technics are reviewed to give an answer to the question of why a considerable part of intellectuals in the post-Soviet cultural space fall victims of the Russian-Ukrainian information warfare, regardless of their critical and reflexive thinking.

Keywords: Propaganda, Ellul, Intellectuals, Information War, Consciousness.

Падзеі інфармацыйнай вайны, якая разгарнулася ў выглядзе грамадзянскай у выпадку Расіі (супраць сваіх уласных грамадзян) і інтэрнацыянальнай у кантэксце супрацьстаяння Украіны і Расіі ў 2014–2016 гг., сведчаць пра цікавы і не да рэшты вытлумачаны парадокс: ахвярамі маніпуляцый свядомасцю і носьбітамі навязанай ідэалогіі робяцца не толькі гэтак званыя “людзі масы”, звычайныя абывацелі, ці нерэфлексійныя суб’екты, але таксама дзеячы навукі, культуры і іншыя прадстаўнікі інтэлектуальных колаў. Гэта дае падставу для таго, каб паставіць пад сумненне банальнае разуменне прапаганды як наўпростай і паверхневай агітацыі, разлічанай на асобаў невысокай інтэлектуальнай культуры. Сучасныя сродкі прапаганды аказваюць куды большае ўздзеянне на свядомасць індывідаў не толькі, калі яны фармуюць масы і зліваюцца з калектыўным цэлым, але і ў выпадках, калі індывід спрабуе захоўваць уласную ідыясінкразію і прыватную пазіцыю. Грунтоўную дапамогу ў пошуку адказу на гэтае пытанне нам можа даць зварот да вядомай працы французскага сацыяльнага тэарэтыка і левага інтэлектуала Жака Элюля “Прапаганда. Фармаванне чалавечых установак” (Ellul, 1973), якая дасюль свядома не перакладзеная на расійскую мову.

Элюль прапанаваў радыкальна іншы падыход да вызначэння прапаганды і ейных мэтай: “Мэтай мадэрнай прапаганды больш не ёсць мадыфікацыя ідэй, але правакаванне дзеяння. Гэта больш не змена прыхільнасці да нейкай дактрыны, але змушэнне індывіда ірацыянальна трымацца працэсу дзеяння. Гэта больш не трансфармацыя думкі, але паўстанне актыўнай і містычнай веры” (Ellul, 1973: 25). Іншымі словамі, калі ранейшае вызначэнне прапаганды, па сутнасці, зводзіла яе да наўпростай агітацыі і запэўнівання чалавека з дапамогай сродкаў сафістычнай аргументацыі, дык цяпер трэба вызначаць прапаганду як такі спосаб маніпулявання свядомасцю людзей, што схіляе іх да самастойнага змянення стаўлення да пэўных рэчаў праз зацягванне ў пэўныя калектыўныя практыкі ці практыкі прызнання, перпендыкулярныя іх ранейшым сістэмам ацэнкі. Эфект палягае ў тым, што індывід, уцягнуты ў пэўную дзейнасць, мусіць легітымізаваць гэтую дзейнасць ва ўласных вачах, што прыводзіць да неабходнасці самастойнага змянення сістэмы ацэнак і каштоўнасцей прыярытэтаў не рацыянальным шляхам, а праз веру ў адмысловасць і правільнасць таго, што адбываецца.

Напрыклад, праз эскалацыю ў расейцаў пачуцця нацыянальнай еднасці праз спартыўныя перамогі на зімовай Алімпіядзе ў Сочы ў 2014 годзе, гульню з патрыятычнымі эмоцыямі і прагай абароны правоў рускамоўных насельнікаў Крымскай аўтаноміі расійскія прапа-

гандысты здолелі стварыць эфект глабальнага калектыўнага дзеяння па прыняцці і ўхваленні палітыкі ўладнай “гібрыднай вайны” супраць украінскай дзяржавы. Пасля таго, як людзі аказваліся эмацыянальна і практычна (праз свае публічныя выказванні, выражэнні спагады ці ўхвалення, падпісанні калектыўных лістоў, удзел у мітынгх і г.д.) уцягнутыя ў працэс падобнай калектыўнай дзейнасці, ім не заставалася нічога іншага як легітымізаваць свае ўчынкi ідэалагічнымі сродкамі альбо сродкамі веры. І чым лепшымі інтэлектуальнымі рэсурсамі валодаў чалавек, тым лягчэй яму было ствараць належны ідэалагічны вобраз самаапраўдання і звiнавачвання апанентаў як галоўных віноўнікаў падзей (напрыклад, удзельнікаў украінскага Майдану за тое, што яны нелегітымна скiнулі дзяржаўную ўладу і нібыта праз гэта развязалі грамадзянскую вайну, украінскіх палітыкаў, якія нібыта карэнным чынам прыціснулі правы рускамоўнага насельніцтва Украiны і г.д.).

Пэўным антыдотам ад дадзенай сістэмы прапаганды ў асяродку расійскіх інтэлектуалаў было спачатку крытычнае стаўленне да любых захадаў існуючай улады, нежаданне кансалідавацца ні з якімі праявамі грамадзянскага патрыятызму на дзяржаўнай аснове, адкрытае непрыняцце імперскай ідэалогіі і палітыкі ў постсавецкай гісторыі Расіі. Прапаганда мае вялікае ўздзеянне на індывідаў і масы таму, што базуецца на бясконцым паўтарэнні і замацаванні, празе людзей да калектыўных формаў ідэнтычнасці і індывідуальнай канформнасці да дзеянняў сацыяльнай большасці. Прапаганда стварае такое асяроддзе вакол чалавека, каб той адчуваў уласны дыскамфорт ад знаходжання ў ізаляцыі ад меркавання большасці і меў жаданне асацыяваць калектыўныя поспехі і дасягненні са сваімі, пераадолюваць прыватныя комплексы і праблемы за кошт далучэння да паспяховых стратэгіяў калектыўных дзеяў.

Калі падсумаваць агулам эфекты сучаснай прапаганды, паводле канцэпцыі Элюля, можна зрабіць выснову, што ў яе ёсць безліч магчымасцяў прамога і непрамога ўздзеяння на індывіда, нават рэфлексіўнага і высокаадукаванага, якія і выкарыстоўваюцца падчас вядзення інфармацыйных і кансцыентальных войнаў. Па-першае, гэта стварэнне “пашыранай” свядомасці індывіда праз залучэнне экранных тэхналогіяў, якія робяцца неабходнымі дзеля ўсведамлення комплексных падзей, бо інакш тыя застаюцца незразумелымі неэкспертнаму колу. Гэта змушае нават рэфлексіўных індывідаў мець базавы ўзровень даверу да “карцінкі”, якая паказвае падзею так, “як яно было насамрэч”. Па-другое, уздзеянне праз “сфабрыкаваны грамадскі кансэнсус”, то бок пакладанне на ўяўную грамадскую думку і прамое абапiранне на

ідэалогію і прапаганду як на спосабы дабудоўвання ўласнай карціны свету індывідаў, што, як і ў папярэднім пункце, звязана са складанасцю і незразумеласцю агульнай сітуацыі для апрычонай свядомасці. Патрэба, уцёск праз фармаванне калектыўнай міфалогіі як “актыўнай веры”, што працуе на доўгатэрміновай аснове як “сацыялагічная” прапаганда і стварае гатунак чалавека пэўнага складу мыслення, напрыклад ментальна “савецкага чалавека”, чые патэрны свядомасці заўжды знаходзяцца ў “рэчышчы” актуальнай прапаганды. Па-чацвёртае, уплыў праз актыўнае выкарыстанне механізмаў “масавізацыі” свядомасці індывіда і групавую лаяльнасць, што штучна здымае частку рэфлексіўнага пласту свядомасці індывідаў і ператварае іх у суб’ектаў агульнага калектыўнага дзеяння, прыкладам патрыятычнага ўздыху. Па-пятае, уздзеянне праз падманную рацыяналізацыю сваёй рыторыкі, калі апрычоныя і незвязаныя паміж сабой факты, выказаныя нібыта ў рацыянальным дыскурсе аргументацыі, паядноўваюцца ўжо ў свядомасці самога індывіда як эфекты апраўдання ўласных дзеянняў з апорай на тыя факты. Па-шостае, адвольнае выкарыстанне і маніпуляванне рознымі ідэалогіямі і ідэалагічнымі вобразамі дзеля дасягнення прагматычнага эфекту прапаганды на ўзроўні прапаганды “гарызантальнай”, што перавытлумачае базавыя сімвалічныя коды культуры і структуры ідэнтычнасці ў належным святле яшчэ на дарэфлексіўным узроўні.

Як паказваюць сацыялагічныя і псіхалагічныя эксперыменты, толькі невялікі адсотак людзей, звычайна не большы за 10%, можа захоўваць натуральны імунітэт ад падобнага ўздзеяння прапаганды – і ані адукацыя, ані культурны ўзровень, ані жыццёвы досвед не даюць тут вялікай рады. Да прыкладу, можна звярнуць увагу на найноўшы псіхасацыялагічны эксперымент, які быў, па задуме І. Паўлюка, прад’яўлены ў выглядзе дакументальнага фільма (Обыкновенные Зомби, 2015): тут былі скамбіраваны класічныя эксперыменты С. Аша па вывучэнні сацыяльнай канформнасці (Asch, 1951) з сучаснымі спосабамі маніпулявання свядомасцю і ідэнтычнасцю людзей, што паказалі нашмат меншы адсотак натуральна “імуных” да прапаганды ўдзельнікаў у параўнанні з амерыканскімі эксперыментамі 50-х гг. Галоўнымі сродкамі супрацьдзеяння прапагандзе з’яўляюцца перадусім вера ў сябе і ўпэўненасць ва ўласных перакананнях і высновах насуперак ціску з боку соцыума, а таксама захаванне крытычнай дыстанцыі да таго медыйнага і грамадскага асяроддзя, якое стварае вакол чалавека сетку наведзенай калектыўнай дзейнасці і прыныцаў яе ўспрымання.

Бібліяграфія

1. «Обыкновенные Зомби. Как работает ложь» (2015). Публічнае відэа. URL (доступ: 20.08.2016): <https://youtu.be/1LEiT9PeHSg>
2. Asch, S.E. (1951). "Effects of group pressure on the modification and distortion of judgments", H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership and men*, Pittsburgh, PA: Carnegie Press.
3. Ellul, Jacques (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Trans. Konrad Kellen & Jean Lerner. Vintage Books, New York.