

**Рыжова Алёна Юрьевна**

студентка

**Захарова Александра Владимировна**

старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный

технический университет»

г. Новосибирск, Новосибирская область

## **ПРОПАГАНДА КАК ИНСТРУМЕНТ РАБОТЫ С МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ ПО Э. БЕРНЕЙСУ**

***Аннотация:** статья посвящена сложному и противоречивому явлению современности – пропаганде и ее роли в управлении массовым сознанием. Авторы также описывают «невидимое правительство» как субъект пропагандистского воздействия.*

***Ключевые слова:** пропаганда, Бернейс.*

Массовое сознание находит отражение в социальном поведении людей, массы легко поддаются воздействию извне, и ими можно управлять, главное, найти правильные инструменты работы с массовым сознанием.

«Будучи гражданином того или иного государства, человек признает свою подчиненность политике, которую осуществляют политические институты на территории страны. Наиболее сильно на нас отражается коммуникационная политика государства, особенно если она реализуется на протяжении нескольких поколений. Чтобы уметь отличать и, возможно даже противостоять давлению применяемых мер, необходимо обладать достаточными знаниями в этой области» [3, с. 70]

Массовая коммуникация в большинстве случаев предполагает психологическое воздействие на сознание аудитории, т.к. целью многих сообщений является влияние на сознание потенциального потребителя, изменяя его поведение или создавая новые потребности [2, с. 139].

Обратимся к труду Э. Бернейса, который в своей книге «Пропаганда» говорит о том, что: «Сознательное и умелое манипулирование упорядоченными привычками и вкусами масс является важной составляющей демократического общества» [1, с. 10]. Автор говорит о том, что людьми управляют, программируют сознание и наши вкусы предопределяют, а идеи предлагают, причем все это делают люди, о существовании которых мы и не догадываемся.

Основным инструментом работы с массовым сознанием автор видит, пропаганду. Э. Бернейс говорит о том, что в современном мире любые социально значимые шаги в таких сферах как: политика, финансы, промышленность, сельское хозяйство, благотворительность, или любой другой сфере сегодня должны совершаться с помощью пропаганды. По мнению автора, пропаганда – это продолжительная деятельность, направленная на создание или информационное оформление различных сообщений, имеющих своей целью влияние на отношение масс к предприятию, идеи или группе. Э. Бернейс пишет, что у любой пропаганды есть свои противники и сторонники, причем и те, и другие равно стремятся убедить массы в своей правоте [1, с. 26].

Основными каналами передачи пропаганды автор выделяет современные средства массовой коммуникации, как важнейшие каналы мгновенной передачи информации. А также каналы передачи стратегических или технических идей. Также автор говорит об устных формах выступления, как о еще одном наиболее эффективном канале передачи пропаганды.

Э. Бернейс выделяет «невидимое правительство» как субъект, то есть тот, кто воздействует. Автор пишет о том, что люди не осознают, какую важную роль в нашей жизни имеет это самое «невидимое правительство» и говорит о том, что: «Пропаганда становится инструментом невидимого правительства» [1, с. 50]. По мере усложнения нашей цивилизации, появляется необходимость в «невидимом правительстве» в связи с этим, начали создаваться и оттачиваться технические средства формирования мнения. Говор о «невидимом правительстве» автор выделяет то, что среди которых есть те, кто вершат судьбы.

Современная пропаганда направлена не на сознание одно человека, а на структуру общества, состоящую из пересекающихся связей «лидер – последователь». Таким образом, автор выделяет следующий субъект – лидер и интеллектуальное меньшинство. Человек рассматривается как часть системы, как составляющая социальной единицы [1, с. 55]. Автор утверждает, что постоянное использование пропаганды необходимо интеллектуальному меньшинству, которое благодаря своей активности, действиям и энергии донесет какие-либо идеи и действия в соответствии с ними широкой общественности. То есть, автор говорит о том, что не обязательно проводить работу со всеми людьми, собирать толпы и заниматься пропагандой в таких условиях, нет, автор уверен, что можно воздействовать лишь на небольшое количество авторитетных, образованных людей, которые смогут правильно донести необходимые мысли и идеи.

Слова и действия наиболее влиятельных публичных лиц «подвластны диктату проницательных серых кардиналов, скрывающихся в тени за сценой» [1, с. 67]. И порой, мы не осознаем, что наши собственные мысли и привычки в большой степени подвластны сильным мира сего. Автор делает акцент на том, что можно контролировать и управлять массами и их сознанием (без их ведома), если понять мотивы и механизмы группового сознания. Но общество начинает догадываться, с помощью каких методов осуществляется пропаганда, которая формирует их привычки и взгляды. Если массы будут проинформированы в большей степени, то станут более восприимчивы к разумным предложениям, которые отвечают их собственным интересам.

Воздействие «невидимого правительства», лидеров и интеллектуальных меньшинств, направлены на последователей, массы и широкую общественность, которые можно выделить, как объект, на который воздействуют [1, с. 34].

По мнению автора, существуют факторы, которые увеличивают уровень управляемости – это группы и объединения, формальные и не формальные, так как во всех организациях подобного типа, люди усваивают стереотипное мнение и обмениваются мыслями.

Э. Бернейс говорит о том, что отвергать существование механизма управления массовым сознанием и инструментов работы с ним невозможно, это все равно, что требовать от общества стать таким, каким оно никогда не было, а надеяться на то, что данные инструменты и механизмы не будут использованы бессмысленно [1, с. 35].

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что Э. Бернейс главным инструментом работы с массовым сознанием считает пропаганду. Она может осуществляться посредством использования таких каналов, как средства массовой коммуникации и устные выступления, через воздействия «невидимого правительства», лидера или интеллектуальных меньшинств. Автор использует выражение, которое подтверждает данный вывод: «бал правит меньшинство» и говорит о том, что оно может управлять лишь тогда, когда будет следовать пожеланиям широкой общественности, разбираться в структуре общественного мнения и использовать его в своих целях. Э. Бернейс подводя итог, говорит о том, что пропаганда будет вечно существовать, так как является инструментом, с помощью которого «можно бороться за плодотворный труд и приносить порядок в хаос» [1, с. 168].

### *Список литературы*

1. Бернейс Э. Пропаганда. – М.: Hippo Publishing LTD, 2010.
2. Иконникова Н.С. Суггестивное воздействие в рекламной коммуникации [Текст] / Н.С. Иконникова, А.В. Захарова // Студенческая наука XXI века: Материалы V Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 18 мая 2015 г.) – Чебоксары, 2015. – С. 139–141.
3. Кутолина Д.В. Коммуникационная политика государства: понятие, характеристики [Текст] / Д.В. Кутолина, А.В. Захарова // Студенческая наука XXI века: Материалы VI Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 1 окт. 2015 г.). – Чебоксары, 2015. – №3 (6). – С. 70–73.