

Едуард Бернайс

ПРОПАГАНДА

София, 2019

Originally published in English under the title:

Edward Bernays

PROPAGANDA

Copyright © 1928 by Edward L. Bernays. Renewed 1955 by Edward Bernays.

All rights reserved.

© Издателство „Изток-Запад“, 2019

Всички права запазени. Нито една част от тази книга не може да бъде размножавана или предавана по какъвто и да било начин без изричното съгласие на „Изток-Запад“.

© Денислав Йорданов, превод, 2019

© Деница Трифонова, оформление на корицата, 2019

ISBN 978-619-01-0442-1

Едуард Бернайс

ПРОПАГАНДА

Превод от английски
Денислав Йорданов



*На моята съпруга
Дорис Е. Флайшман*

Съдържание

Глава I	Организиране на хаоса	7
Глава II	Новата пропаганда	17
Глава III	Новите пропагандисти	29
Глава IV	Психологията на връзките с обществеността	43
Глава V	Бизнесът и обществеността	57
Глава VI	Пропаганда и политическо лидерство	83
Глава VII	Женски дейности и пропаганда	103
Глава VIII	Пропаганда за образование	111
Глава IX	Пропаганда в социалните услуги	123
Глава X	Изкуство и наука	129
Глава XI	Механика на пропагандата	137

Някои от идеите и част от материалите в тази книга бяха използвани в статии, написани за „Букман“, „Дилинийтър“, „Адвъртайзинг енд Селинг“, „Индепендънт“, „Америкън Джърнъл ъф Сосолюджи“ и други издания, на които авторът изразява дълбоката си признателност.

Глава I

Организиране на хаоса

Съзнателната и интелигентна манипулация на организираниите навици и мнения на масите е важен елемент в демократичното общество. Тези, които манипулират незабележимите механизми на обществото, съставляват невидимо управление, което е действителната властваща сила в нашата страна.

Ние сме управлявани, умовете ни са моделирани, вкусовете ни са формирани, идеите ни са внушени предимно от хора, за които никога не сме чували. Това е логически резултат от начина, по който нашето демократично общество е организирано. Огромен брой човешки същества трябва да си взаимодействат в този дух, ако искат да живеят в гладко функциониращо общество.

Нашите невидими управници често пъти не знаят самоличността дори на колегите си от вътрешния кръг. Те ни управляват благодарение на вродените си лидерски качества, на способността да дават нужните идеи и на ключовата си позиция в социалната структура. Каквото и становище да заеме някой по този въпрос, това не променя факта, че в почти всяко действие в нашето ежедневие – независимо дали в сферата на политиката или бизнеса, в социалното ни поведение или в етичното ни мислене – ние сме доминирани от сравнително малък брой лица – една нищожна

част от нашите 120 милиона съотечественици¹, – които разбират умствените процеси и социалните модели на масите. Това са тези, които дърпат конците, контролиращи общественото съзнание; които впрягат старите социални сили и измислят нови начини да подчиняват и ръководят света.

Обикновено не се осъзнава колко са необходими тези невидими управници за правилното функциониране на груповия ни живот. На теория всеки гражданин може да гласува за когото пожелае. Нашата Конституция не предвижда политически партии като част от механизма на управление и създателите ѝ, изглежда, не са си представяли тяхното съществуване в националната ни политическа машина. Но американските гласоподаватели скоро установили, че без организация и направление индивидуалните гласове, давани за десетки или стотици единични кандидати, няма да доведат до нищо друго, освен до бъркотия. Невидимото управление, взело формата на зараждащи се политически партии, се появило почти моментално. Оттогава съществува и договорката, че в името на улеснението и практичността партийните машини ще ограничат полето на избора до двама кандидати, в краен случай до трима или четирима.

На теория всеки гражданин може да дава мнение по обществени въпроси и по проблеми от частната сфера. На практика, ако всички хора трябва да изучават неясните икономически, политически и етически аспекти на всеки въпрос, те ще открият, че е невъзможно да се стигне до общо заключение за каквото и да било. Ние доброволно се съгласяваме невидимото управление да пресее данните и да формулира въпросите за решаване по такъв начин, че полето ни на избор да се ограничи до практически размери. От наши-

¹ Толкова е било населението на САЩ през 20-те години на XX в. (Всички бележки под линия са на преводача.)

те лидери – и медиите, които те използват, за да достигнат до обществеността – възприемаме доказателствата и разграничението на проблеми, касаещи обществените въпроси; от някой морализатор, бил той пастор или любим есеист, или просто от преобладаващото мнение, ние възприемаме стандартизиран кодекс за социално поведение, към който се придържаме през повечето време.

На теория всеки купува най-добрите и най-евтините стоки, които се предлагат на пазара. На практика, ако преди покупка всеки човек сравняваше внимателно цените и проверяваше химическия състав на десетките сапуни, дрехи или марки хляб, икономическият живот щеше да изпадне в безнадежден застой. За да се избегне подобна бъркотия, обществото се съгласява неговият избор да бъде стеснен до идеи и предмети, които се предлагат на вниманието му чрез пропаганда от всякакъв вид. Затова тя е едно огромно и продължително усилие, стремящо се да улови нашите умове в интерес на дадена политика, стока или идея.

Вероятно би било по-добре да има – вместо пропаганда и специално застъпничество – комисия от мъдреци, които да избират нашите управници, да диктуват нашето поведение лично и обществено, да определят най-добрите дрехи, които да носим и най-добрата храна, която да ядем. Но ние сме избрали обратния метод – откритата конкуренция. Трябва да намерим начин да направим така, че свободната конкуренция да функционира с поносим ритъм. За да се постигне това, обществото се е съгласило да позволи свободната конкуренция да бъде организирана чрез лидерство и пропаганда.

Някои от проявите на този процес са критикувани – манипулацията на новините, създаването на изкуствена аура около личности и всеобщата врява, с която политици, търговски продукти и социални идеи достигат до съзнанието на масите. С инструментите, чрез които общественото мнение е организирано и фокусирано, може да се злоупотребява.

Но както организацията, така и фокусирането са необходими за порядъчен живот.

Тъй като цивилизацията става все по-сложна и необходимостта от невидимо управление все по-често изпъква, са измислени и разработени технически средства, чрез които мненията могат да бъдат направлявани.

С печатарската машина и вестника, железопътния транспорт, телефона, телеграфа, радиото и самолетите, идеите могат да се разпространяват много бързо, дори мигновено, над цяла Америка.

Хърбърт Уелс² усеща огромните възможности на тези изобретения, когато пише в „Ню Йорк Таймс“:

Съвременните средства за комуникация – възможностите, предоставени от печата, телефона, безжичните технологии и пр. за бързо изпращане чрез команди на стратегически или технически концепции към голям брой взаимодействащи си центрове, за получаването на бързи отговори и воденето на ефективна дискусия – отвориха вратата на един нов свят за политическите процеси. Идеите и фразите вече могат да имат ефективност, по-голяма от ефективността на всяка личност и да бъдат по-силни от всеки отделен интерес. Общият замисъл може да бъде документиран и да устои срещу извращаване и измяна. Той може да бъде разработван и развиван неотклонно и всеотчетливо, без лични, локални и фрагментарни недоразумения.

Това, което г-н Уелс казва за политическите процеси, е също толкова вярно за пазарните и социалните процеси и за всички останали прояви на масова активност. Групиранията и сдружаванията в обществото днес вече не са ограничени от „локалното и фрагментарното“. Когато Конституцията е била приета, основната организационна единица е била сел-

² Хърбърт Уелс (1866–1946) – английски писател на научнофантастични романи, но също така автор и на множество статии с политическа и социална насоченост.

ската общност, която произвежда по-голямата част от необходимите ѝ блага и създавала своите групови идеи и мнения чрез личен контакт и дискусии директно между своите членове. Но днес, тъй като идеите могат да бъдат мигновено предавани на всякакво разстояние и на всякакъв брой хора, тази географска интеграция е допълнена от много други видове групиране, така че лицата, имащи еднакви идеи и интереси, могат да бъдат обединени и направлявани за общо действие, независимо че живеят на хиляди мили едни от други.

Изключително трудно е да се установи колко много и разнообразни са тези сегменти³ в нашето общество. Те могат да бъдат социални, политически, икономически, расови, религиозни или етически, всяко със стотици подразделения. В „Световния алманах“ например, в секция „А“ са изброени следните групи:

Лига за премахване на смъртното наказание; Асоциация за премахване на войната; Американски институт на счетоводителите; Асоциация на актьорите; Асоциация на статистиците в Америка; Международна рекламна асоциация; Национална въздухоплавателна асоциация; Албански институт по история и изкуство; Амен Корнър; Американска академия в Рим; Американско антикварно общество; Лига за американско гражданство; Американска федерация на труда; Античен и мистичен орден на розата и кръста; клуб „Андайрън“; Американско-ирландска историческа асоциация; Антицигарена лига; Антибого-

³ Бернайс използва думата „cleavages“ (букв. „разцепления“), която в съвременните политически науки се е превърнала в термин с потясно значение: противопоставяния в обществото по даден проблем, водещи до образуването на дихотомни групи от типа работници срещу собственици, столица срещу провинция, глобалисти срещу антиглобалисти и т.н. Това значение обаче е въведено чак през 60-те от Сиймор Мартин Липсет и Стейн Роккан. Бернайс влага в понятието по-широк смисъл на „обществени сегменти“.

хулна лига; Археологическа асоциация на Америка; Национална асоциация за стрелба с лък; Пеещо общество „Арион“; Американска астрономическа асоциация; Асоциация на животновъдите от Еършър; Ацтекски клуб „1847“.

В секция „А“, разбира се, има много повече групи от изброените в този ограничен списък.

„Америкън Нюспейпър Енюъл енд Дайректъри“ за 1928 г. изброява 22 128 периодични издания в Америка. Аз съм избрал на случаен принцип няколко издания в секция „Н“, публикувани в Чикаго. Те са:

Народ (бохемски⁴ ежедневник); *Народ-Полски* (полски месечник); *Н.А.Р.Д.* (фармацевтичен); *Нашънъл Корпорейшън Рипортър*; *Нашънъл Кълъинъри Прогрес* (за готвачи в хотели); *Нашънъл Дог Джърнъл*; *Нашънъл Дръг Кларк*; *Нашънъл Енджиниър*; *Нашънъл Гроусър*; *Нашънъл Хотел Рипортър*; *Нашънъл Инкъм Такс Магазин*; *Нашънъл Джуълър*; *Нашънъл Джърнъл ъф Кайропрактик*; *Нашънъл Лайв Сток Продюсър*; *Нашънъл Милър*; *Нашънъл Нът Нюс*; *Нашънъл Полтри, Бътър енд Ег Булџин*; *Нашънъл Провижънър* (за опаковачи на месо); *Нашънъл Ривъл Истейт Джърнъл*; *Нашънъл Ритейл Клоутиър*; *Нашънъл Ритейл Лъмбър Дилър*; *Нашънъл Сейфти Нюс*; *Нашънъл Спиричуълист*; *Нашънъл Ъндъррайтър*; *Дъ Нейшънс Хелт*; *Науенос* (литовски ежедневник); *Ню Камър* (републикански седмичник за италианци); *Дейли Нюс*; *Дъ Ню Уърлд* (католически седмичник); *Норт Америкън Банкър*; *Норт Америкън Ветеринеъриън*.

Тиражът на някои от тези издания е поразителен. „Нашънъл Лайв Сток Продюсър“ има деклариран тираж 155 978; „Нашънъл Енджиниър“ – 20 328; „Дъ Ню Уърлд“ – прибли-

⁴ Има се предвид областта Бохемия – историческото наименование на Западна Чехия, а не нарицателното „бохем“ (чиято етимология също идва от името на региона).

зителен тираж 67 000. Повечето от изброените издания – на случаен принцип измежду 22 128 – имат тираж над 10 000.

Разнообразието на тези издания се вижда от пръв поглед. И все пак те могат само бегло да покажат множеството сегменти, които съществуват в нашето общество и в които текат информация и мнения, представляващи авторитет за отделните групи.

Това е списък на публичните събрания в Кливланд, Охайо, записани в последното издание на „Уърлд Кънвеншън Дейтс“ – извадка от списък с 5500 събрания и обединения.

Асоциация на заетите фотографьори в Америка; Асоциация на аутдор⁵ писателите; Рицарите на свети Йоан; Лигата на Валтер; Националната асоциация за плетени дрехи; Рицарите на свети Йосиф; Кралски орден на Сфинкса; Асоциация на ипотечните банкери; Международна асоциация на чиновниците по заетостта; Киванис клуб в Охайо; Асоциация на американските фотографьори; Изложение на автопроизводителите в Кливланд; Американско общество на инженерите по отопление и вентилация.

Други събрания, които ще се проведат през 1928 г., са:

Асоциация на производителите на протези; Асоциация на американските фенове на цирка; Американска асоциация за природолечение; Американска асоциация по трап стрелба; Фолклорна асоциация на Тексас; Хотелските посрещачи; Асоциация на развъждащите лисици; Асоциация за инсектициди и дезинфектанти; Национална асоциация на производителите на кори за яйца и пълначки на кори за яйца; Американски бутилировачи на газирани напитки; и Национална асоциация на производителите на туршия, да не говорим за Състезанието с костенурки – повечето от тях са с организирани банкети и речи.

⁵ Аутдор литература (от англ. *outdoor* – „навън“) – сравнително широка група поджанрове, обединени от това, че действието се развива на открито: приключенски романи, пътеписи и т.н.

Ако всички тези хиляди формални организации и институции можеха да бъдат изброени (и някога да бъде направен пълен списък), те пак щяха да са само част от всички съществуващи неформално, но водещи активен живот. Идеите са пресети, а мненията – стереотипизирани в кварталния бридж клуб. Лидерите отстояват авторитета си чрез общностни кампании и аматьорски театрални умения. Хиляди жени могат несъзнателно да принадлежат към женски клуб, който следва модата, определена от един-единствен обществен лидер.

„Лайф“ изразява сатирично тази идея: един британец възхвалявал страната ни, че няма горни и долни класи или касти, на което американецът отговорил:

О, да, всичко, което имаме, са Четиристотинте⁶, белите якички, контрабандисти, Уолстрийт барони, престъпници, Дъщерите на Американската революция⁷, Ку-клукс-клан, Колониалните дами⁸, масоните, Киванис⁹ и ротарианците, Рицарите на Колумб¹⁰, Лосовете¹¹, цензорите, експертите, мороните¹², герои

⁶ Фраза, популяризирана от Самюъл Уорд МакАлистър (1827–1895), американец, отчаяно търсещ признание сред висшите кръгове. Според него четиристотин е броят на хората в Ню Йорк, които наистина имат стойност – това са тези, които се чувстват комфортно в балните зали на нюйоркското висше общество. Всички останали не заслужават внимание.

⁷ Организация на жени, преки потомци на участници в борбите за независимост на САЩ.

⁸ Организация на жени, потомци на хора, живели в Британска Америка през колониалния период (1607–1775) и назначени на държавна служба.

⁹ Международна доброволческа организация.

¹⁰ Католическо братство.

¹¹ Американски братски орден.

¹² „Морон“ е излязъл от употреба термин, обозначаващ човек с лека форма на умствена изостаналост. Въведен е през 1910 г. от пси-

като Линди¹³, Женският християнски съюз за въздържание¹⁴, политици, менкенити¹⁵, бубоазията¹⁶, имигранти, радиоводеци и чак след това – богатите и бедните.

И все пак не трябва да забравяме, че тези хиляди групи се преплитат. Джон Джоунс, освен ротарианец, е член на църква, на братски орден, на политическа партия, на благотворителна организация, на професионална асоциация, на местна търговска камара, на лига за или против забраната на нещо, на общество за или против намаляване на митата и на голф клуб. Мненията, които той възприема като ротарианец, ще бъде склонен да разпространява и в други групи, в които може да има влияние.

Тази невидима, преплетена структура от групирания и асоциирания е механизмът, чрез който демокрацията е организирала груповия разум и опростила масовото мислене. Да осъждаме съществуването на такъв механизъм е все едно да искаме общество, каквото никога не имало и никога няма да има. Да признаваме, че съществува, но да се надяваме, че той няма да бъде използван, е наивно.

холога Хенри Годард, но понеже с времето започва да се използва като обида, впоследствие е отхвърлен от психологичната общност.

¹³ Чарлс Линдберг (1902–1974) – американски летец, който на 20 май 1927 г. за първи път прелита Атлантическия океан без междинни кацания.

¹⁴ Американска организация за въздържание от употребата на алкохол, базирана на християнски ценности.

¹⁵ Наричателно, производно от името на Хенри Луис Менкен (1880–1956) – американски сатирик и културен критик, повлиял на новите културни тенденции през 20-те години.

¹⁶ „Бубоазия“ – по аналогия с „буржоазия“ – е нарицателно, което Хенри Менкен използва за необразованите средни класи.

Емил Лудвиг¹⁷ представя Наполеон така:

Винаги следящ за пулса на общественото мнение; винаги вслушващ се в гласа на народа; глас, който се поддава на пресмятане. „Знаещ ли – каза той в тези дни – какво ме изумява повече от всичко друго? Невъзможността на силата да организира каквото и да било.“

Целта на тази книга е да обясни структурата на механизма, който контролира общественото съзнание, и да разкрие как то е манипулирано от специалния застъпник, стремящ се да създаде обществено благоприятно положение към дадена идея или стока. Същевременно тя ще се опита да намери подходящо място в модерната демократична схема за тази нова пропаганда и да хвърли светлина върху нейните постепенно развиващи се етичен кодекс и приложение.

¹⁷ Емил Лудвиг (1881–1948) – немско-швейцарски писател, автор на биографии на бележити исторически личности, в това число Наполеон.