

ИНЖЕНЕРИЯ СОГЛАСИЯ¹

Э. Бернейс

Ключевые слова: общественное мнение, манипуляция, лидеры, техника.

Свобода слова вместе с ее демократическими последствиями, а также свободная пресса расширили Билль о правах, включив в него право на убеждение. Данная эволюция произошла в результате распространения каналов свободы слова и убеждения. Все эти средства информации открыли доступ к общественному сознанию, и каждый из нас получил возможность с их помощью влиять на мнения и действия наших сограждан.

Повсеместное развитие коммуникаций в США дало американцам наиболее влиятельный и эффективный во всем мире аппарат распространения идей. Каждый житель нашей страны включен в обширную сеть коммуникаций, проникающей в каждый уголок страны, каким бы отделенным и изолированным он ни казался. В головы американцев постоянно что-нибудь вколачивается. США превратились в комнату, в которой едва слышимый шепот разносится с тысячекратным усилением.

Знание о том, каким образом использовать эту стремительно расширяющуюся систему, входит в сферу интересов тех, кому выгодно, чтобы поведение людей было социально конструктивным.

Эта коммуникационная система, поддерживающая социальную сплоченность, делится на две основные части. К первой из них относятся коммерческие медиа. Общий тираж почти 1 800 ежедневных газет достигает 44 млн. Существует приблизительно 10 тыс. еженедельных газет и почти 6 тыс. журналов. Около двух тысяч различного типа радиостанций вещают на 60 млн радиоприемников. 16 500 кинотеатров вмещают почти 10,5 млн зрителей. Ежегодно публикуется целый шквал книг и брошюр. Страну заполонили биллборды, объявления, рекламные листовки и почтовые рассылки. Круглые столы, экспертные группы и форумы, обучающие уроки и законодательные сессии, а также публичные дискуссии — каждое по отдельности и все вместе эти способы коммуникации день за днем распространяют высказывания, причем чьи-то.

Вторую часть составляют медиа, принадлежащие множеству организованных групп и управляющиеся ими. Почти все подобные группы и многие из их подразделений располагают собственными коммуникационными системами. Они распространяют свои идеи, размещая официальные сообщения в корпоративных газетах, многотиражках, специальных бюллетенях и других подобных изданиях, а также посредством лекций, встреч, дискуссий, разговоров среди своих сотрудников и множеством других способов.

Эдвард БЕРНЕЙС (1891 – 1995), американский специалист по пропаганде и связям с общественностью.

¹Перевод выполнен по изданию: Bernays E. 1947. The Engineering of Consent. — *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 250, № 1.



ЛИДЕРСТВО ЗА СЧЕТ КОММУНИКАЦИЙ

Сеть коммуникаций, которые иногда дублируются, пересекаются и накладываются друг на друга, совсем не теория, а факт. Нам нужно признать значимость современных коммуникаций, осознать, что это не только сложно организованная сеть, но также и могущественная сила, ведущая общество к благу или, не исключено, к злу. И мы имеем возможность определить, в какой степени она будет задействована для достижения общественно полезных целей.

Ведь в обширном комплексе, который представляет собой демократия в США, для достижения лидерства самое главное — овладеть техникой коммуникации. Раньше, в обществе небольшом по своей географии и с однородным населением, сторонники лично знали своего лидера. Коммуникация совершалась преимущественно путем личного извещения слушателей или с помощью относительно примитивного использования печатного станка. Книги, брошюры и газеты были адресованы довольно небольшой части образованной публики.

Мы устали выслушивать повторение избитого клише “мир стал меньше”; этот трюизм на самом деле не содержит в себе никакой истины. Мир стал одновременно и меньше, и больше. Его физические границы расширились. Сегодня лидеры все больше удаляются от общественности физически; однако за счет системы современных коммуникаций общественность осведомлена о своих лидерах куда больше, нежели ранее. Сегодня они остаются такими же могущественными, какими были всегда.

Используя эту систему, постоянно расширяющуюся в результате технологического совершенствования, они получили возможность преодолеть проблемы географической удаленности и социальной стратификации, чтобы напрямую общаться со своими слушателями. Главной причиной возникновения системы в ее существующем виде стала грамотность населения, которая распространилась повсеместно с чрезвычайной скоростью и легла в основу развития системы.

Лидеры могут отстаивать множество различных точек зрения. Они могут направлять деятельность значимых организованных групп, таких как промышленность, рабочий класс или правительственные структуры. Они могут конкурировать друг с другом в борьбе за добрую волю общественности. Такие лидеры с помощью специалистов в деле использования каналов коммуникации способны целеустремленно и методично воплотить в жизнь то, что мы называем “инженерией согласия”.

ИНЖЕНЕРИЯ КАК ПОДХОД

Это выражение означает использование инженерии как подхода, т.е. действий, основанных на абсолютном знании ситуации, а также применении научных принципов и проверенных практик, с тем чтобы склонить людей к поддержке той или иной идеи или программы. Любой человек и любая организация всецело зависят от одобрения общественности и, следовательно, сталкиваются с проблемой конструирования общественного согласия относительно своих целей или программ. Мы надеемся, что наши выборные лица постараются сформировать согласие ради предлагаемых ими мер,



используя для этого доступную сеть коммуникаций. Мы отвергаем государственный авторитаризм или всеобщую регламентацию, *однако желаем действовать по письменному или устному внушению*. Инженерия согласия выступает сутью демократического процесса, свободы убеждать или внушать, ведь то, что делает возможным инженериию согласия — свобода слова, прессы, петиций и собраний, — включено в число прав Конституции США, оберегаемых наиболее тщательно.

Инженерия согласия и теоретически, и практически должна быть основана на полном понимании тех, кого она пытается склонять в свою сторону. Однако не всегда находится возможность вырабатывать совместные решения, базирующиеся на понимании фактов всеми людьми. Средний американец имеет за своими плечами всего шесть классов школьного образования. Перед лицом будущих кризисов и предстоящих в их связи решений зачастую у лидера нет времени ждать, пока все придут к общему пониманию. В некоторых случаях демократические лидеры должны посредством инженерии согласия склонить общественность к принятию конструктивных целей и ценностей. Эта роль естественным образом возлагает на них обязательства использовать образовательный процесс и другие доступные техники для достижения максимально полного понимания ситуации со стороны общественности.

Используя понимание как основу деятельности людей, чтобы влиять на них, инженерия согласия ни при каких обстоятельствах не должна, формально или нет, подменять собой функции образовательной системы и тем более вытеснять их. Довольно часто инженерия согласия все же выступает дополнением образовательного процесса. Поэтому даже если в США установятся высокие образовательные стандарты, в результате чего повысится общий уровень знаний, и в этом случае данный подход не потеряет своей ценности.

Даже в обществе с совершенными образовательными стандартами невозможно достичь одинакового прогресса во всех сферах. Всегда найдутся задержки по времени, белые пятна и слабые места, а потому инженерия согласия по-прежнему останется важной. Потребность в инженерии согласия как дополнении или партнере образовательного процесса сохранится во все времена.

ЗНАЧИМОСТЬ ИНЖЕНЕРИИ СОГЛАСИЯ

Сегодня сложно переоценить значимость инженерии согласия, она затрагивает практически каждую сторону нашей повседневной жизни. Когда инженериию согласия используют ради общественного блага, ее вклад в эффективное функционирование общества неоспорим. Однако ее техники могут быть частично извращены; демагоги готовы использовать их в антидемократических целях с тем же успехом, как и те, кто задействует их в благих для общества целях. Ответственному лидеру следует иметь в виду возможность такого хода развития событий, чтобы реализация общественных задач завершилась успехом. Ему стоит приложить усилия и овладеть последними ноу-хау инженерии согласия, перехитрив своих оппонентов в интересах общества.

Очевидно, что лидер в условиях демократии не обязан обладать личными качествами Даниэля Вебстера или Генри Клея². Ему не нужно, чтобы слушатели видели или даже слышали его. У него есть возможность оказывать влияние косвенно: для этого достаточно эффективно использовать современные средства коммуникации, воздействующие на органы восприятия аудитории. Сегодня непосредственный, теперь его можно назвать и устаревшим, метод общения с аудиторией уже играет второстепенную роль, поскольку обычно публичные выступления передаются механически, через СМИ — радио, кинофильмы и телевидение.

В ходе Первой мировой войны знаменитый Комитет общественной информации³, созданный Джорджем Крилом, драматизировал в общественном сознании эффективность вербальной войны. Комитет помог укрепить мораль наших сограждан, склонить на свою сторону настроенных нейтрально и разрушить планы врага. Его работа помогла выиграть войну. Но по сравнению с размахом вербальных методов военных действий, который, спустя несколько десятилетий, наблюдался во время Второй мировой войны, Комитет общественной информации, выполняя столь важную работу, пользовался довольно примитивными средствами. Не исключено, что одно только Управление военной информации⁴ передавало с помощью коротковолновых передатчиков больше сообщений, чем их было написано всеми служащими Крила.

Поскольку данный подход стал осознаваться в качестве ключевого фактора влияния на общественность, тысячи экспертов во многих родственных областях заняли видное положение в нашем обществе — среди них редакторы, издатели, рекламисты, руководители групп влияний и политических партий, преподаватели и публицисты. Во время Первой мировой войны и в первые годы после нее в ответ на спрос на опытных и квалифицированных специалистов начала развиваться новая профессия для оказания консультаций по вопросам техник конструирования общественного согласия — профессия советника по связям с общественностью.

ТОЧКА ЗРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

В 1923 г. я описал эту профессию в книге *“Кристаллизация общественного мнения”* и тогда же прочитал первый курс лекций по данной теме в Нью-

² Даниэль Вебстер (1782 — 1852) — видный политический деятель, один из лидеров “Партии вигов”. 10 лет занимал кресло в Палате представителей, 19 лет — в Сенате, вошел в пятерку самых выдающихся сенаторов за всю историю. Три раза проигрывал выборы президента и три раза становился госсекретарем. Генри Клей (1777 — 1852) — выдающийся оратор, спикер в Палате представителей и госсекретарь с 1825 по 1829 гг. Вошел в пятерку самых влиятельных сенаторов (здесь и далее прим. пер.)

³ Комитет общественной информации (назывался Комитетом Крила, работал с апреля 1913 г. по август 1919 г.) — государственное подразделение, созданное в США для пропаганды в ходе Первой мировой войны. В Комитете работал сам Бернейз, а также другой известный исследователь общественного мнения и публицист Уолтер Липпманн. Принято считать, что результаты деятельности Комитета были весьма эффективными, и это в послевоенные годы дало толчок для использования пропаганды в мирных целях и развития связей с общественностью.

⁴ Управление военной информации — американское правительственное ведомство, создано в 1942 г. Имело целью вести пропаганду военной политики американской администрации как внутри страны, так и за рубежом по каналам прессы, радио, кино и любыми другими средствами.

Йоркском Университете. Почти четверть века спустя профессия получила признание в США и стала распространяться в прочих демократических странах, где развита рыночная экономика и отсутствуют преграды для коммуникаций и конкуренции идей. Профессия обросла литературой, учебными курсами, все возрастающим числом практиков, что привело к росту осознания ее социальной ответственности.

В США специфика профессии заключается в рассмотрении проблем взаимоотношений между группой и ее аудиторией. Ее главная функция — объективно и реалистично анализировать позицию клиента по отношению к обществу, а также при необходимости давать советы, как ее скорректировать. Таким образом, профессия советника по связям с общественностью заключается в регулировании отношений в случае, если в них происходит разлад. И, конечно, стоит помнить, что деловую репутацию — основу надежного и долговременного регулирования отношений — на длительное время сохраняют только те, кто подтвердит ее делами. Правда, это совсем не относится к тем, кто, получив прибыль, отказывается поддерживать деловую репутацию до тех пор, пока не потерпит значительные убытки.

На советнике по связям с общественностью лежит профессиональная ответственность за продвижение только тех идей, к которым он относится с уважением. Эта же ответственность диктует ему отказаться от всяких дел, включая получение гонораров, с клиентами, чья деятельность, по его мнению, противоречит интересам общества.

126 ПЛАНИРОВАНИЕ КАМПАНИИ

Подобно тому, как инженеру-строителю необходимо произвести анализ каждого элемента до начала строительства моста, также и инженер согласия для достижения общественно полезных целей должен приступить к действиям, тщательно спланировав их с самого начала. Допустим, его привлекли для выполнения определенной задачи. Его планы должны базироваться на четырех предпосылках:

1. Подсчет ресурсов — как людских, так и физических, в том числе кадровый состав, финансы и время, имеющиеся для достижения цели;
2. Глубокое знание предмета, насколько это возможно;
3. Определение целей и тем, которые, возможно, следует изменить по окончании исследования; а именно что стоит предпринять, посредством кого и с чьей помощью;
4. Изучение аудитории для выяснения, как и почему она ведет себя, одновременно и как группа, и как собрание отдельных индивидов.

Только после того, как был заложен фундамент будущей работы, появляется возможность определить, насколько реально достижение предполагаемых целей. И уже только после этого инженер согласия может оценить имеющиеся в его распоряжении ресурсы кадрового состава, финансов, времени и доступных средств информации. Стратегия, организация и действия будут приспособлены к реалиям ситуации.

Первым делом для привлечения кадров и задействования тех или иных механизмов следует соотнести задачу с имеющимся в наличии бюджетом. На языке кадровых ресурсов, инженер согласия обладает определенными способ-

ностями — креативными, административными и исполнительными — и он должен знать, в чем они состоят. Он должен также точно знать, чего он сделать не сможет. Помимо всего прочего кадры необходимо обеспечить офисом и соответствующей техникой, что также включается в бюджет.

После утверждения бюджета и до начала действий необходимо тщательно исследовать область знаний, связанную с тематикой проекта. Предстоит собрать большой массив информации и упорядочить ее для эффективного использования на практике. Такая подготовительная работа, вероятно, окажется утомительной и скучной, но ее не удастся избежать, поскольку еще до появления на публике инженер согласия должен быть осведомлен в необходимой мере.

Инженеру согласия придется собрать стандартный набор справочных изданий по связям с общественностью, паблисити и общественному мнению: *Ayer N. W. & Son's Directory of Newspapers and Periodicals*, *the Editor and Publisher Year Book*, *Radio Daily Annual*, *Congressional Directory*, *Chicago Daily News Almanac*, *World Almanac* — и, конечно же, телефонную книгу. (*The World Almanac*, например, представляет собой перечень многих тысяч ассоциаций, существующих в США — в географическом разрезе по всей стране⁵). Эти и ряд других изданий составляют базовую библиотеку, необходимую для эффективного планирования.

На подготовительном этапе инженеру согласия следует приступить к рассмотрению целей своей работы. Желательно, чтобы он постоянно представлял, куда он направляется и что намеревается сделать. Он может интенсифицировать уже существующие благоприятные отношения; он может убедить тех, с кем эти отношения поддерживаются, совершить полезное действие; он может обратить на свою сторону сомневающихся или разрушить точку зрения, противоположную своей.

Цели следовало бы определить четко. Например, в кампании Красного Креста с самого начала было определено, за какое время сколько денег предстоит собрать. И можно достичь куда большего успеха, когда в такой кампании призывается помочь людям какой-то конкретной страны или местности, нежели когда призыв касается обширной территории, например, Европы или Азии.

ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОСТИ

Необходимо постоянно соотносить цель с аудиторией, согласия которой предстоит достичь. Публика состоит из людей, но что они думают обо всем этом? Каково их отношение к ситуации, которой занимается инженер согласия? Какими стимулами управляется это отношение? Какие идеи люди готовы воспринять? Что они готовы предпринять, если их начнут стимулировать к этому? Из каких источников они берут свои идеи: от барменов, почтальонов, официанток, сиротки Энни⁶ или из редакционной статьи *New York Times*? Кто из представителей групп и лидеров общественного мнения ока-

⁵ Другие издания представляют собой справочники по газетам и периодике, издательствам и радиостанциям, а также ежегодный биографический справочник Конгресса и специализированные издания, в которых приводится ежегодный контент-анализ прессы.

⁶ Персонаж комиксов Г.Грея (в 1925–1948 гг.) и радиопостановок, любимая героиня американских детей 20–30-х годов XX в. Образ сиротки Энни широко использовался производителями товаров для детей в рекламе и стал для американцев одним из символов надежды и опоры на собственные силы во времена Великой депрессии.

зывает реальное воздействие на мыслительные процессы своих последователей? Как распространяются идеи — от кого и к кому? Какую роль в принятии этих идей играют авторитеты, фактические доказательства, точность, разум, традиции и эмоции? Мнения аудитории, ее предположения, идеи и предубеждения вырабатываются в результате вполне определенных оказываемых на нее влияний. Необходимо постараться и выяснить, каковы они и какие из них сработают в данной ситуации.

Для эффективного планирования инженеру согласия необходимо также знать, как формируется группа, с которой ему предстоит иметь дело, поскольку демократическое общество представляет собой не более чем неопределенную совокупность составляющих его групп. Добровольные объединения формируются из индивидов с типичными социальными и/или профессиональными интересами. Среди них крупные объединения врачей, юристов, медицинских сестер и т.п.; сельскохозяйственные ассоциации и рабочие профсоюзы; женские клубы; религиозные собрания, а также тысячи клубов и тайных сообществ. Формализованные группы, такие как политические объединения, могут разниться от организованных меньшинств до огромных аморфных корпораций, которыми и являются две наши главные партии. Сегодня также существует еще один вид общественных групп, о которых следует помнить инженеру согласия. Читатели *New Republic* или слушатели передач Раймонда Свинга наравне с членами профсоюзов или Ротари клуба составляют добровольные объединения, пусть и неорганизованные.

В целях нормального функционирования почти все организованные группы выбирают или избирают лидеров, обычно занимающих управляющие посты на протяжении установленного срока. Последние разделяют чаяния своих членов, работая по продвижению их интересов. В демократическом обществе они могут занимать лидирующее положение только по воле своих последователей и ведут их только туда, куда они хотят. Для оказания влияния на общественность инженер согласия работает вместе и посредством ведущих представителей групп и лидеров общественного мнения на всех уровнях.

ЦЕННОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ И ЕГО МЕТОДЫ

Для того чтобы получить точные и работающие гипотезы о восприимчивости общественного мнения к той или иной идее, необходимо провести скрупулезное исследование. Оно должно стремиться найти общий знаменатель между исследователем и общественностью. С его помощью необходимо выявить реалии объективной ситуации, в которой предстоит работать инженеру согласия. По завершении исследование обеспечивает его шаблоном действий и отвечает на вопросы, кто и что должен делать, где, когда и почему. В общих чертах оно определяет всю стратегию, акцентируемые темы, необходимую организацию, задействуемые медиа и тактику. Исследование также указывает, сколько времени уйдет на то, чтобы завоевать признание общественности, каковы краткосрочные и долгосрочные тенденции общественного мышления. Оно раскроет сознательные и подсознательные мотивации в процессе общественного мышления, а также укажет, какие действия, слова и образы повлияют на них. Исследование прольет свет на вопросы об общественной осведомленности и степени доступности идей для общественного сознания.

Исследование может выявить необходимость корректировки первоначальных задач, расширения или сокращения общей цели, изменения действий и методов. То есть оно представляет собой эквивалент морской карты, архитектурного чертежа или карты автодорог для путешественника.

Исследования общественного мнения могут проводиться с использованием опросных листов, экспертных и личных интервью и массовых опросов. При их проведении контакты осуществляются с ведущими бизнесменами, главами торговых ассоциаций, представителями профсоюзов, уважаемыми работниками сферы образования, а также всеми, кто выкажет желание оказать поддержку инженеру согласия. Стоит проконсультироваться со всеми руководителями профессиональных групп и сообществ — медицинских ассоциаций, архитекторов, инженеров. То же и в отношении представителей социальных служб, официальных лиц женских клубов и религиозных лидеров. Можно убедить редакторов, издателей и представителей киноиндустрии обсудить с инженером согласия его цели, а также концепции и точки зрения, воздействующие на них и их аудитории. Местные ячейки профсоюзов или ассоциации парикмахеров, железнодорожников, работников легкой промышленности, водителей такси могут изъявить желание присоединиться к вашему предприятию. Грасс-рутс⁷ лидеры для его успеха тоже весьма важны.

Подобное исследование обладает двояким эффектом. Инженер согласия выяснит, что лидеры общественного мнения знают, а чего нет, в какой степени они готовы сотрудничать, какие средства информации воздействуют на них, какие доводы могут оказаться эффективными, а также какими предубеждениями, легендами и фактами они живут. Одновременно он может определить, присоединятся ли они сами по себе к информационной кампании, тем самым дополнив ее.

ТЕМЫ, СТРАТЕГИИ, ОРГАНИЗАЦИЯ

Теперь, когда подготовительная работа выполнена, можно перейти к текущему планированию. После изучения общественного мнения станут понятны стратегия и основные тематики. Эти темы содержат идеи, которые предстоит преподнести. Они доносят до общественности подходы к решению проблемы, а выражать их нужно посредством всех задействованных средств информации. Темы эти постоянны, но неуловимы — сродни тому, что в беллетристике зовется фабулой.

Для достижения успеха темы должны апеллировать к мотивам, движущим общественностью. Мотивы активизируют сознательные и бессознательные впечатления, вызываемые силой желаний. Психологи выявили множество неодолимых влечений, действие которых неоднократно подтверждалось на практике.

Теперь, когда темы определены, нужно понять, какого рода кампания будет проводиться. В той или иной ситуации может потребоваться блицкриг или длительное сражение, их сочетание или какая-то иная стратегия. Возможно,

⁷ Термином *грасс-рутс* (англ. *grassroots* — корни травы) в США принято обозначать довольно распространенные там движения граждан, созданные в защиту своих прав — потребительских, политических, гражданских и т.д. Их характерной особенностью является то, что они создаются с самых низов и приобретают массовый характер.

потребуется разработать план действий избирательной кампании, которая завершится через пару недель или месяцев, а возможно, кампания продлится годы, как в случае попытки сократить смертность от туберкулеза. Планирование процесса убеждения масс зависит от многих факторов, для чего потребуется привлечь профессиональную выучку, опыт, практические навыки и рассудительность. Планирование должно быть гибким и предусматривать изменение условий.

За корректировкой планов следует этап организации ресурсов, предпринимаемый с целью привлечения требуемых кадров, денежных средств и материального обеспечения. Процесс организации также включает в себя деятельность различных специалистов, привлекаемых время от времени, таких как исследователи общественного мнения, специалисты по фандрайзингу, пиарщики, радио- и киноэксперты, а также эксперты в области женских клубов, национальных диаспор и т.п.

ТАКТИКА

На этом этапе можно приступить к тактическому планированию, т.е. определить, каким образом указанные темы будут распространяться сторонниками, образуя при этом сеть коммуникаций.

Не пытайтесь размышлять о тактике, пользуясь разрозненными подходами. Проблема заключается не в том, чтобы разместить статью в газете, заполучить эфир на радио или запечатлеться в кинохронике; скорее она состоит в том, чтобы запустить механизм множественных действий, успех которых зависит от состыковки всех фаз и элементов предложенной стратегии. Ее осуществление производится тактикой, в рамках которой высчитано, когда эти действия окажутся наиболее эффективными. Действие откладывается до тех пор, пока для него не наступит подходящий момент. Искусное и оригинальное управление временем предопределило успех множества массовых движений и кампаний. *Подобные сценарии довольно распространены и являются типичными для задействования поведенческих паттернов американцев.*

Инженер согласия добивается выразительности посредством устного и письменного слова, адаптированного под привлекаемые средства коммуникации и разработанного для аудиторий, к которым он обращается. Он должен быть уверен, что его материал будет воспринят публикой. Для школьников необходимо подготовить текст, написанный простым языком предложениями не более 16 слов. Другие тексты следует адаптировать для понимания людьми, потратившими на образование 17 лет. Инженеру согласия необходимо ознакомиться со всеми средствами информации и знать, в каком виде предоставить материалы, чтобы они подходили по содержанию и объему.

Но прежде всего инженер согласия должен уметь создавать новости. Новости не терпят инертности. Они предполагают умышленное действие, их создающее — именно новости формируют отношение и стимулируют действия людей. Самый простой критерий определения, является нечто новостью или нет, состоит в том, чтобы понять, заметно ли событие в повседневной рутине. Разработка событий и обстоятельств, выбивающихся из заведенного порядка — одна из основных функций инженера согласия. Вбрасывая подобным образом спланированные события в коммуникационные системы, можно

добиться куда большего внимания к ним со стороны людей, нежели к тем событиям, которые и так ожидаются. К тому же подобные события наглядно инсценируют идеи для тех, кто не был их очевидцем.

В целях привлечения внимания одно искусно управляемое событие может удачно сочетаться с другими. События, достойные освещения и привлекающие внимание людей, обычно не случаются сами по себе. Для того чтобы достичь поставленной цели и оказать влияние с помощью идей и действий, их необходимо обдуманно планировать.

События также могут спровоцировать цепную реакцию. Инженер согласия способен спровоцировать групповых лидеров начать действовать самостоятельно и таким образом задействовать их энергию. Тогда они выступают организаторами особых дополнительных событий, которые продолжают драматизировать основную тему.

Вывод

Ключевым моментом инженерии согласия, стимулирующей социальные действия, выступают коммуникации. Однако напечатать листовки и буклеты, разместить пресс-релизы в газетах или заполнить радиоэфир разговорными на заданную тему будет недостаточно, чтобы осуществить задуманное. Слова, звуки и иллюстрации не способны достичь цели до тех пор, пока не являются средствами основательно продуманного плана, выполняемого с использованием тщательно упорядоченных методов. Если планы хорошо составлены и не остались на бумаге, идеи, выраженные в словах, станут частью самих людей.

Когда общественность убеждена правдивостью идеи, следующим шагом станут действия. Будь она идеологической, политической или социальной, люди рано или поздно перейдут от слов к действиям, что вытекает из самой идеи. Люди могут принять философию, в которой особое место уделяется религиозной толерантности; они могут поддержать Новый курс⁸ или организовать потребительскую акцию протеста. Но подобные результаты не выходят сами собой: в условиях демократии они могут быть достигнуты главным образом путем использования инженерии согласия.

Перевод А.Б.Белоусова

⁸ Новый курс — экономическая и социальная политика президента Ф.Д.Рузвельта в 1930-х годах, направленная на преодоление кризиса 1929 — 1933 гг.