ПРОПАГАНДА КАК ОРУЖИЕ

Война нарративов



Давид Штерн

Давид Штерн

Пропаганда как оружие: война нарративов

https://litres.ru/75026807
SelfPub; 2026

Аннотация

Весной 2026 года иранские мультфильмы с пластиковым Трампом за 50 дней войны собрали 900 миллионов просмотров. Ни один не утверждал проверяемого факта. И всё же сработали лучше посольств и телеканалов.

Автор показывает: современная пропаганда - это не ложь, которую опровергает фактчекинг, а нарратив, то есть рамка, заранее решающая, какие объяснения покажутся очевидными, а какие даже не придут в голову. Книга разбирает её устройство: как работают память, число, метафора и монтаж, как устроены машины убеждения: от радиостанции и речи Геббельса до конструктора и генеративного ИИ, и кто производит контент.

Давид Штерн
Пропаганда как оружие: война нарративов

Пролог

Двенадцатого апреля 2026 года корреспондент Би-би-си беседовал с человеком, представившимся «Мистером Взрывным». Собеседник не делал секрета ни из названия своей фирмы, ни из того, как она устроена. Explosive Media – меньше десяти человек, заказы на мультфильмы. Пластиковые человечки из кубиков бегали по пустыне, стреляли, пели рэп, потели, горели; в одном из роликов президент Соединённых Штатов сидел за игрушечным синтезатором и пел песню Рика Эстли – ту, где обещают никогда не подвести.

За первые полтора месяца войны между США, Израилем и Ираном эти ролики собрали десятки миллионов просмотров. Лондонский Институт стратегического диалога подвёл итоги в конце апреля: около ста пятидесяти официальных иранских аккаунтов за пятьдесят дней войны принесли примерно девятьсот миллионов просмотров и двадцать два миллиона лайков – в тридцать раз больше лайков, чем за предыдущие пятьдесят дней. На прямой вопрос человек из Explosive Media ответил, что иранское правительство действительно является клиентом его компании, а позже уточ-

нил, что получал от иранских чиновников заказы на несколько проектов.

Пропорция здесь красноречивее любых цифр. Государство с населением около девяноста миллионов человек, отключившее своим гражданам интернет на время войны, потратило часть внешнеполитического ресурса на то, чтобы дюжина людей в неизвестном офисе выпускала полутораминутные мультфильмы про пластикового Трампа. И это сработало лучше, чем всё, что сорок лет делали пресс-службы, посольства и государственные телеканалы.

Первое объяснение напрашивается само: инструменты подешевели. Объяснение верное и пустое. Дешёвым стало производство картинки, но картинка сама по себе не собирает девятьсот миллионов просмотров. В апреле 2026 года интернет был забит дешёвыми картинками настолько, что для них придумали отдельное слово – «слоп», цифровой хлам. Миллиарды изображений и роликов не смотрит никто. Иранские ролики смотрели, обсуждали, цитировали в Конгрессе и в колонках The Guardian. Их смотрели не потому, что они дёшевы, а потому, что они точно попали в очень конкретную эмоциональную задачу.

Война была непопулярной – американская аудитория устала от неё раньше, чем закончилась первая неделя. И тут возникла история, в которой всё уже разложено по местам: есть трус с синтезатором, есть стойкие солдаты в пустыне, есть зритель, которому с первых трёх секунд ясно, кто здесь

Давид и кто Голиаф. Проверять нечего, потому что утверждается не факт, а настроение. А настроению не выставишь плашку «недостоверно».

С этого места и начинается книга. Сорок лет нас учили, что пропаганда – это ложь, которую нужно опознать и опровергнуть, и мы выстроили вокруг этого целую индустрию: фактчекинг, медиаграмотность, разборы фейков, предупредительные пометки под постами. Индустрия исправно работает. И всё же за пятьдесят дней иранское государство, у которого нет ни одного союзника в западных редакциях, получило в западном информационном пространстве больше внимания, чем за все предыдущие годы вместе взятые. Дело не в том, что мы плохо проверяли. Дело в том, что мы проверяли не тот объект.

Ложь – неудобная единица измерения для происходящего. У лжи есть автор, дата и опровержение; её можно найти, зафиксировать, обезвредить. Так работали с советскими «активными мероприятиями», с иракскими пробирками, с дипфейками. Но то, что случилось в 2026 году, ложью не было. Ни один иранский ролик не утверждал проверяемого факта, который можно было бы опровергнуть. Утверждалось другое: что американский президент смешон, что сила бывает глупой, что маленькая страна может позволить себе насмешку над большой. Это не истинно и не ложно. Это рамка, в которую зритель сам укладывает новости, если захочет.

Такие рамки я называю нарративами – не «историями» в

смысле баек, а способом организации причин и следствий, при котором одни объяснения мира становятся очевидными, а другие даже не приходят в голову. Нарратив отвечает не на вопрос «что произошло», а на вопрос «как это устроено». После ответа на второй вопрос первый перестаёт быть интересным.

Насколько такая власть над умами реальна и меняет ли она ход событий – исследователи спорят. В 2023 году Андреас Криг, специалист по Ближнему Востоку из Королевского колледжа в Лондоне, выпустил книгу «Подрыв: стратегическое превращение нарративов в оружие». Его тезис: информационные операции не дополняют войну, а сами являются её формой; общество можно разоружить изнутри, не вводя войск, если разрушить согласие по поводу базовых вещей – кто нам враг, кому мы доверяем, что считаем фактом. Год спустя Лоуренс Фридман и Хезер Уильямс выпустили «Меняя нарратив» и пришли почти к противоположному выводу: разобрав кризисы от Индии и Пакистана до Балтики и Кавказа, они обнаружили, что информационные кампании редко меняют поведение государств в острой фазе. Нарративы плохо пересекают границы. Они работают там, где уже есть трещина, которую можно расширить, и почти никогда не создают новую.

Оба вывода верны, если развести их по времени. За неделю нарратив не выигрывает кризис. За пять лет он перестраивает почву, на которой кризис будет разрешён или не раз-

решён. Криг описывает долгий химический процесс, Фридман и Уильямс измеряют короткий физический удар. Спорят они не о фактах, а о термометре.

Вокруг этого разведения и устроена книга. В ней будет история, потому что без истории всё происходящее выглядит небывалым, а небывалое нельзя анализировать – можно только бояться. Будет техника, потому что без техники разговор превращается в морализаторство. Будут несколько ландшафтов – Газа, Иран, Тайвань, Судан, Молдова, Индия, Бразилия, Мьянма – и неприятный для западного читателя конец.

Но начать придётся с хирургии: с того, как устроен каркас, который держит аудиторию внутри объяснения. Пока мы не разобрали его на части, разговор о пропаганде остаётся разговором о злых людях и глупой публике – удобных фигурах, позволяющих не замечать главного. Каркас держится не на злонамеренности и не на глупости. Он держится на том, как человек вообще понимает мир.

В 2003 году Кондолиза Райс сказала в эфире, что мы не хотим, чтобы «дымящийся пистолет» превратился в «грибовидное облако». В этой фразе не было ни одного факта. Была рамка: если мы не начнём войну, будет ядерный взрыв. Двадцать лет спустя мы всё ещё спорим о том, кто был прав в Ираке, хотя документы опубликованы, отчёты написаны, источники названы. Победил не тот, у кого были факты. Победил тот, кто раньше поставил вопрос, на который факты

потом отвечали.

Четыре слова, которые я использую

Прежде чем идти дальше, стоит договориться о словах, потому что в этой области почти каждый спор начинается с того, что собеседники используют один термин в разных значениях.

Пропаганда. Я называю так систематическую попытку изменить то, как люди понимают мир, предпринятую организованным актором и рассчитанную на долгий срок. Не отдельная ложь и не отдельный ролик, а практика, у которой есть бюджет, персонал и повторяемость.

Дезинформация. Ложное утверждение, распространяемое намеренно. Ключевое слово здесь – намеренно: ошибка не является дезинформацией, и смешение этих двух вещей приводит к тому, что честную ошибку начинают наказывать как преступление.

Нарратив. Способ организации причин и следствий, при котором одни объяснения становятся очевидными, а другие не приходят в голову. Нарратив не утверждает – он делает ненужным утверждение.

Когнитивная война. Среда, в которой все три предыдущих применяются одновременно и постоянно, без объявления и без фронта. Это не деятельность, а условие.

Четыре слова образуют лестницу: утверждение, практика, конструкция, среда. На нижней ступени работает проверка фактов. На верхней проверка фактов бесполезна, потому что

там нечего проверять: среда не содержит утверждений.

Четыре ошибки, которых я хочу избежать

Первая ошибка – искать злой умысел там, где есть структура. Есть операции, которые задуманы и выполнены. Их немного, и они обычно известны. Подавляющая часть того, что называют пропагандой, производится людьми, которые не считают себя пропагандистами: они делают контент, выполняют план, отвечают на запрос аудитории, повышают показатели. Структура не оправдывает, но объясняет, а объяснение полезнее возмущения.

Вторая – верить, что аудитория глупа. Аудитория не глупа, она занята. Человек, который пересылает непроверенное, обычно не доверяет источнику – он просто не тратит время на проверку, потому что проверка стоит дороже, чем ошибка. Это экономика, а не интеллект.

Третья – думать, что правда побеждает сама. Правда не имеет бюджета. Она побеждает тогда, когда кто-то сделал её дешёвой, удобной и своевременной. Если этого не сделал никто, она проигрывает не потому, что слабее, а потому, что её никто не доставил.

Четвёртая – считать, что если ложь разоблачена, работа закончена. Разоблачение снимает утверждение, но не снимает потребность, которую оно закрывало. Потребность остаётся, и её закроет следующий, возможно, ещё хуже.

Как читать эту книгу

Книга устроена как система, а не как сборник, и это стоит

знать заранее.

Первая часть разбирает каркас: как человек понимает мир, почему факты проигрывают связям, как работает метафора и число. Вторая – аппарат: как устроены машины убеждения, от радиостанции до конструктора. Третья – производство: кто делает контент, на каких условиях и за чей счёт. Четвёртая – ландшафты: несколько стран, в которых механизмы видны в натуральную величину. Пятая – медленные слои: язык, экран, доверие. Шестая – пределы: цена победы, провалы, граница между обороной и войной. Седьмая – ответ.

Читать можно с любого места, но смысл накапливается: каждая часть предполагает, что читатель помнит предыдущую. Это не требование, а свойство предмета – о нём нельзя сказать всё сразу, потому что он устроен слоями.

И последнее. В книге почти нет рецептов. Это не позиция, а честность: рецепты в этой области устаревают быстрее, чем книга выходит из печати. Остаётся устройство, а устройство понятнее рецепта, потому что позволяет придумать рецепт самому.

С этого и начинается первая часть.

ГЛАВА 1
Пробирка

Пятого февраля 2003 года государственный секретарь США стоял в зале Совета Безопасности ООН и держал в ру-

ке маленький стеклянный флакон. Чайной ложки сухого сибирского штамма, чуть больше, чем в этом пузырьке, сказал он, хватило бы, чтобы на месяцы закрыть сенат. Потом он рассказывал про передвижные лаборатории, про беспилотники, которые можно начинить биологическим оружием, про закупку трёх тонн алюминиевых трубок. Слушали его сорок пять минут. Через полтора месяца началась война, которая длилась восемь лет и стоила, по разным оценкам, от ста тысяч до нескольких сотен тысяч жизней.

Трубки оказались деталями для артиллерийских ракет. Лаборатории существовали в виде рассказа одного человека – иракского инженера Рафида Ахмеда Альвана аль-Джанаби, бежавшего в Германию в 1999 году и просившего убежища. Немецкая разведка дала ему кодовое имя Curveball. Офицеры, которые его допрашивали, считали его ненадёжным, алкоголиком, склонным к фантазиям, и своё мнение американцам передали – в форме, которую те сочли формальностью. В 2011 году аль-Джанаби признался журналистам, что врал. Государственный секретарь, узнав об этом, назвал свой доклад в ООН пятном на своей репутации и ушёл из политики.

Ложь в этой истории была, и её легко найти: конкретный человек произнёс её в конкретном месте с конкретной трибуны. Её можно датировать, можно назвать автора, можно предъявить опровержение. И всё это ничего не изменило. Война шла ещё два года после того, как в Вашингтоне узна-

ли, что пробирка была бутафорией, и ещё пять лет после того, как это признали публично.

Потому что пропаганда 2003 года состояла не из пробирки.

Что стояло за пробиркой

Пробирка была деталью. Конструкция выглядела так. Есть режим, который уже применял химическое оружие против собственного населения и против соседей. Есть диктатор, который двенадцать лет не выполняет резолюции. Есть доказательства, которые он прячет, – и это его вина, потому что отсутствие доказательств означает сокрытие. Есть террористические организации, которым он может передать оружие. Есть будущее, в котором он это оружие передаст, и в этом будущем над американским городом встаёт грибовидное облако. Дальше остаётся один шаг: если облако возможно, война неизбежна, а всё, что её откладывает, безответственно.

Каждое звено опиралось на что-то реальное. Химическое оружие у Саддама было, он действительно его применял, в том числе в Халабдже. Резолюции он действительно не выполнял. Террористов он поддерживал, хотя и не тех, о которых говорили. Ни одно из звеньев не было полностью выдумано. Выдумана была связь между звеньями.

Вот это и есть каркас: набор связей, которые не нужно доказывать, потому что аудитория достраивает их сама. Каркас не сообщает факт. Он задаёт порядок, в котором факты

будут прочитаны. Когда порядок задан, каждый новый факт либо подтверждает его, либо не замечается, либо объясняется как исключение. Саддам избавился от оружия в 1991 году, и это был сильный аргумент против каркаса. Но внутри каркаса то же обстоятельство превращалось в доказательство обратного: он избавился, потому что прячет, а спрятал, потому что собирается применить.

Каркас тем прочнее, чем больше в него можно встроить.

Три вещи, которые нельзя путать

В разговорах о пропаганде смешиваются три разных объекта, и от этого смешения происходит половина ошибок.

Информация – это сообщение, которое можно проверить: число погибших, дата удара, наличие трубки. Она бывает истинной или ложной, и с ней работает фактчекинг.

Кадр, или рамка, – способ выделить в событии одни стороны и погасить другие. Понятие ввёл в 1974 году Ирвинг Гоффман, а применительно к новостям разработал Роберт Энтман: фрейминг есть отбор некоторых аспектов реальности и повышение их заметности так, что аудитория получает определение проблемы, причинное объяснение, моральную оценку и рецепт. В 2003 году можно было показать сотни тысяч людей на улицах против войны и можно было показать ликующую толпу со статуями. Оба кадра истинны, оба описывают одно событие, и выбор между ними определяет, что именно запомнит зритель.

Нарратив – это рамка, у которой появился сюжет: агент,

его цель, препятствие, время, мораль. Уолтер Фишер в 1984 году предложил считать, что человек оценивает сообщения не по логике доказательства, а по правдоподобию истории: связно ли она устроена и соответствует ли тому, что я уже знаю о мире. История с пробиркой была связной. Она соответствовала тому, что аудитория уже знала о Саддаме. Она прошла проверку не на истинность, а на узнаваемость.

Из этих трёх этажей пропаганда живёт на третьем. Первые два использует как материал.

Анатомия

Разберём рабочий нарратив на части, чтобы говорить о нём в терминах конструкции, а не морали. Возьмём два случая из разных эпох.

Десятое октября 1990 года. Слушания в Конгрессе США, организованные не комитетом, а неформальной группой по правам человека. Перед конгрессменами выступает пятнадцатилетняя девочка, которую представляют как кувейтскую медсестру, бежавшую из оккупированного города. Она рассказывает, что видела, как иракские солдаты выносили младенцев из инкубаторов и оставляли их умирать на полу. Триста двенадцать детей. Слушания организовала фирма Hill & Knowlton, получившая от кувейтского правительства около одиннадцати миллионов долларов на кампанию «Граждане за свободный Кувейт». Девочку звали Найира, она была дочерью кувейтского посла в Вашингтоне, и её речь была отрепетирована. Правда открылась в 1992 году, после ста-

тьи Джона МакАртура в «Нью-Йорк таймс». К тому времени война закончилась.

Август 1964 года, Тонкинский залив. Радиоперехват, который можно читать по-разному; вечерний доклад; президент в телеобращении; конгресс; резолюция, давшая право на любые действия в Юго-Восточной Азии. Второго нападения, ставшего поводом, скорее всего не было: много лет спустя документы показали, что корабли стреляли по пустому морю в грозу, а перехват относился к другой атаке. Резолюция была принята восемьюдесятью восемью голосами против двух.

Что общего у этих конструкций? В каждой есть агент с намерением – иракский солдат, выносящий младенца; Северный Вьетнам, атакующий американский эсминец в нейтральных водах. В каждой есть жертва, которая не может говорить сама, – младенец, моряки, – и жертву представляет свидетель, от качества которого зависит вся конструкция. Поэтому в первом случае подбирают не эксперта, а пятнадцатилетнюю девочку в форме.

В каждой есть моральный вывод, не требующий обсуждения: убийство детей, нападение на своих, провокация, на которую нельзя поддаваться. Вывод встроен так, что сомнение в нём выглядит соучастием.

И в каждой есть пустая клетка. В истории про инкубаторы не обсуждается, как кувейтская монархия обращается с собственными подданными, хотя к 1990 году это было темой

правозащитных отчётов. В истории про Тонкин не обсуждается, что американцы уже два года вели войну в Южном Вьетнаме. Пустая клетка – это не то, о чём соврали. Это то, о чём вообще не поставили вопрос.

Из этих четырёх элементов – агент, жертва со свидетелем, мораль, пустая клетка – собирается почти любая успешная конструкция.

Трубки

За пробиркой в тот день стояла история, которая сама по себе заслуживает отдельного разбора, потому что в ней виден весь механизм: как техническая неопределённость превращается в уверенность, как уверенность превращается в заголовок, и как заголовок переживает всё, что его опровергло.

Весной 2001 года Ирак попытался закупить крупную партию высокопрочных алюминиевых трубок. Трубки были необычные: сплав, толщина стенки, допуски. Разведка Соединённых Штатов разделилась. Аналитики Центрального разведывательного управления решили, что трубки предназначены для роторов газовых центрифуг, то есть для обогащения урана. Специалисты министерства энергетики, люди, которые всю жизнь занимались центрифугами, решили иначе: трубки годятся для корпуса ракеты, Ирак давно производил такие ракеты, и размеры совпадают.

Это был спор профессионалов, в котором одна сторона знала предмет, а другая знала политику. Министерство энер-

гетики ссылалось на конкретные параметры: слишком толстая стенка, неподходящие допуски, внутреннее покрытие, которое для центрифуги вредно, потому что при вращении нарушит баланс. ЦРУ отвечало на уровне мотивации: Саддам хочет бомбу, значит, всё, что он покупает, служит бомбе.

Мотивация не была выдумкой. Саддам действительно хотел бомбу, и раньше у него была программа. Но из посылки «хочет бомбу» не следует «данная трубка для бомбы». Это классическая ошибка, которую в логике называют утверждением консеквента, а в разведке – подгонкой факта под модель.

Кто видел сноску

В октябре 2002 года американское разведывательное сообщество выпустило национальную разведывательную оценку по Ираку. Документ на сорок с лишним страниц, с грифом, с распределением по инстанциям. В нём была сноска.

Сноска принадлежала бюро разведки и исследований Государственного департамента. В ней говорилось, что трубки, по мнению бюро, не предназначены для центрифуг и что их параметры скорее соответствуют ракетным корпусам. Это был не множащийся на полях комментарий, а официальная позиция одного из шестнадцати разведывательных ведомств, включённая в документ по правилам.

Оценка вышла в октябре. Через три недели, 8 сентября, «Нью-Йорк таймс» напечатала на первой полосе материал под заголовком о том, что Ирак усиливает поиски компонен-

тов ядерной бомбы. Трубки были главной деталью. Источники в администрации говорили о них как о решающем доказательстве. Сноска в оценке не попала в статью, потому что сноска – это не то, что дают журналистам.

Дальше произошло то, что в исследовании пропаганды называют круговым цитированием. Газета сослалась на администрацию. Администрация начала ссылаться на газету. Через несколько месяцев, когда стали задавать вопросы, официальные представители говорили: вот, об этом писали в «Нью-Йорк таймс». Цикл замкнулся, и внутри круга уже нельзя было понять, откуда взялась исходная точка.

Как это читалось

Пятого февраля 2003 года трубки прозвучали в Совете Безопасности как аргумент. Государственный секретарь сказал, что они «подходят для центрифуг» и что у Ирака «нет другого применения» для них. Обе части утверждения были спорными. Первая – спорной технически. Вторая – просто неверной: применение было, и его назвали в сноске.

Почему сноска не сработала, понять нетрудно.

Во-первых, сноска не читается. Она существует для того, чтобы её вставили, а не для того, чтобы её прочитали. В документе, который читают те, кто принимает решения, сноска означает «здесь есть нюанс», а не «здесь есть возражение».

Во-вторых, сноска не имеет голоса. У ЦРУ были аналитики, которые могли позвонить журналисту. У министерства энергетики были инженеры, которые не могли. В бюрокра-

тическом споре побеждает тот, у кого есть доступ к внешнему каналу, а не тот, кто прав.

В-третьих, сноска не создаёт заголовка. «В разведывательном сообществе расходятся оценки» – это не заголовок. «Ирак ищет компоненты бомбы» – заголовок. Между этими фразами нет логического противоречия, но есть разница в упаковке, и упаковка решает.

Редакция и трубки

Отдельно стоит сказать про газету, потому что здесь начинается тема, которая займёт у нас ещё не одну главу: тема последней мили.

Материал 8 сентября был написан профессионально. Он опирался на источники, он содержал оговорки, в нём упоминались разногласия. Но он был построен так, что оговорки находились в конце, а утверждение – в начале. Читатель, который читает первый абзац и заголовок, получал одно. Читатель, который дошёл до двадцатого абзаца, получал другое.

Это не ложь. Это компоновка. И компоновка – самый эффективный инструмент пропаганды, потому что её нельзя опровергнуть: каждый абзац по отдельности верен.

Двадцать шестого мая 2004 года газета опубликовала редакционное примечание. В нём говорилось, что материалы о трубках «не были достаточно агрессивно проверены», что разногласия внутри правительства «не были отражены с той полнотой, которой они заслуживали», и что редакция «должна была быть более настойчивой» в объяснении читателю,

насколько утверждения администрации оспаривались.

Это редкий документ. Редкий не потому, что газеты не признают ошибок, а потому, что здесь ошибка была признана в терминах структуры, а не в терминах факта. Ошибка была не в том, что написали неправду. Ошибка была в том, что правда была размещена там, где её не читают.

Счёт в обратную сторону

Теперь самое неприятное в этой истории. У неё были победители и проигравшие, и распределились они не по точности.

Инженеры министерства энергетики оказались правы. Их карьера от этого не изменилась ни в лучшую, ни в худшую сторону: они остались инженерами, которые пишут заключения, которые никто не читает. Бюро разведки и исследований оказалось право. Его позиция была включена в документ и не повлияла на вывод. Международное агентство по атомной энергии оказалось право. Его представитель Жак Бот говорил, что трубки не подходят для центрифуг без существенной переделки, и его мнение публично оспаривалось.

Аналитики, которые продвигали версию с центрифугами, не понесли наказания. Некоторые из них выросли в должности. Политики, которые использовали их выводы, тоже. Человек, который держал пробирку, позже сказал, что этот эпизод «навсегда останется частью его биографии», и это было самое жёсткое признание, которое прозвучало.

Возникает вопрос, который стоит задать всякой системе,

производящей утверждения: что происходит с тем, кто был прав, но оказался неудобен? Если ответ – ничего, то система не учится. Она просто накапливает право, которое никто не использует.

В разведке это называют проблемой конкурентного анализа: когда все заинтересованы в одном выводе, несогласный голос не усиливает анализ, а ослабляет единство, и его тихо выносят в сноску. В журналистике то же самое называется редакционным решением. В политике – лояльностью. Механизм один: несогласие не запрещается, ему просто не дают канала.

Что осталось

Осенью 2004 года группа, работавшая в Ираке, опубликовала отчёт. Вывод был однозначным: программа создания ядерного оружия после 1991 года не велась, запасов оружия массового поражения нет, трубки предназначались для ракет.

К этому моменту решение о войне было принято полтора года назад. Отчёт вызвал короткую полемику в Вашингтоне и почти не изменил ничего. Люди, которые поддерживали войну, объяснили, что разведка их подвела. Люди, которые выступали против, объяснили, что их предупреждения игнорировали. Обе стороны были правы, и обе стороны использовали один и тот же отчёт как подтверждение собственной позиции.

Вот последний урок этой главы, и он важнее всех преды-

дущих.

Ошибка не в том, что кто-то солгал. Ошибка в том, что система, созданная для производства уверенности, не имела механизма производства сомнения. У неё были аналитики, которые спорили, но спор шёл в сносках. У неё были инженеры, которые возражали, но возражения не имели канала. У неё была пресса, которая могла спросить, но вопрос был задан слишком поздно и в слишком мягкой форме.

Пробирка стала символом не потому, что она была важна. Она стала символом потому, что была видна. Вся остальная механика – сноска, компоновка, круговое цитирование, отсутствие канала для несогласия – осталась невидимой, и именно поэтому она повторилась. Не с Ираком, так с чем-то другим.

Будущее

Есть пятый элемент, без которого конструкция не запускает действие, и в разговорах о нём говорят реже всего. Это будущее.

Человек не боится факта, он боится продолжения факта. Поэтому рабочий нарратив всегда заканчивается не тем, что случилось, а тем, что случится, если ничего не делать. Грибовидное облако. Волна иракских беженцев, которая пойдёт на Запад. Русские танки у границ Балтии. Иран с бомбой. Китайские войска в Тайбэе. Пока будущее не названо, аудитория спокойно может обсуждать прошлое. Как только оно названо, обсуждение прошлого становится отвлечением от

долга.

Угроза будущего работает тем лучше, чем меньше в ней конкретики. Конкретика проверяема, её можно оспорить расчётом. «Грибовидное облако» непроверяемо: это образ, а не прогноз. В 2002 году никто не спорил с тем, что у Багдада есть производство биологического оружия, потому что спор шёл не о производстве. Спор шёл о том, можно ли отложить решение. Образ работал на перенос смысла: не «может ли случиться», а «готовы ли вы рискнуть».

Каркас имеет перед сообщением и чисто техническое преимущество: он не изнашивается при повторении. Факт изнашивается, потому что его можно сверить с другим источником, и он устаревает. Каркас при повторении твердеет: каждое повторение делает его привычнее, а привычное мозг маркирует как более вероятное.

Есть и социальное преимущество. Каркас не требует единомыслия. Внутри одного каркаса могут спорить люди, которые не согласны друг с другом ни в чём. Сторонник войны в Ираке мог быть либералом, защищающим права женщин, и реалистом, защищающим порядок, и журналистом, ненавидящим Буша. Все трое пользовались одной конструкцией, даже не зная об этом. Разногласия шли по третьестепенным вопросам, потому что главный вопрос был уже закрыт формой, а не решением.

Способность вмещать спор – признак зрелого нарратива. Каркас, который требует согласия по всем пунктам, слаб: он

разваливается от одного возражения. Каркас, который заранее отвёл место для возражений, живёт десятилетиями. В Катыни западная пресса сорок семь лет спорила о деталях – кто и когда, – но сам вопрос «а не могли ли это сделать русские» считался неприличным или провокационным. Внутри пустой клетки можно было обсуждать что угодно, кроме отсутствия.

Если пропаганда живёт в сцепках, все обычные инструменты против неё бьют мимо. Проверка фактов попадает в шпалы: плашка «недостоверно» приклеивается к одному вагону, а рельсы остаются. Обучающие курсы медиаграмотности учат отличать информацию от дезинформации, но не учат видеть, что два истинных утверждения могут быть соединены так, что образуют ложь.

И здесь кроется этическая неловкость, из которой стоит исходить. Каркас не является чьей-то собственностью. Он не принадлежит ни государству, ни редакции, ни партии. Он существует в головах тех, кто его использует, включая тех, кто считает себя его жертвой. В 2003 году значительная часть американской аудитории выбирала канал, который подтверждал конструкцию, потому что конструкция уже была в ней, а не в экране.

Разговор о пропаганде как об оружии начинается с признания, что оружие – это не только предмет, но и склад, где он хранится. А склад у всех общий.

ГЛАВА 2

Рассказ про призраков

В 1932 году Фредерик Бартлетт, психолог из Кембриджа, дал нескольким студентам прочитать короткую индейскую сказку «Война призраков». Молодой человек идёт на реку за рыбой, встречает другого человека, они едут в каноэ к деревне, где идёт война; там стреляют, он ранен, возвращается домой и рассказывает – а наутро выясняется, что он был на войне с призраками и сам, возможно, стал одним из них.

Бартлетт просил пересказать историю через пятнадцать минут, потом через несколько дней, потом через месяцы. Студенты пересказывали охотно и уверенно. Призраки исчезали. Война превращалась в ссору. Каноэ становилось лодкой. Стрельба из лука – рукопашной. Непонятное не объяснялось мотивом: призраки уходили, потому что «что-то напугало героя». Никто не выдумывал с нуля. Все пересказывали то, что запомнили, и память аккуратно перестраивала материал под знакомые формы.

Бартлетт назвал это реконструкцией. Мы не храним записи, мы храним схемы и каждый раз восстанавливаем по ним содержание. Воспоминание похоже не на фотографию в альбоме, а на сборку мебели по инструкции, где инструкция общая для всех похожих шкафов.

Результат эксперимента часто пересказывают как историю о ненадёжности памяти. Для нашей темы важен другой вывод: студенты не портили историю, они приводили её в порядок. Всё, что не укладывалось в схему – говорящие при-

зраки, рана без причины, – либо удалялось, либо получало объяснение. Память работала как редактор, у которого есть требования к жанру.

Пропаганда обращается именно к этим требованиям. Ей не нужно, чтобы вы запомнили её текст. Ей нужно, чтобы в вашей голове появилась схема, по которой вы сами восстановите текст, когда понадобится.

Слухи как жанр

В 1947 году Гордон Оллпорт и Лео Постман выпустили книгу о психологии слуха, где описали три механизма, кочующих с тех пор по всем учебникам. Сглаживание: детали выпадают. Заострение: оставшиеся детали преувеличиваются. Ассимиляция: содержание подгоняется под то, во что человек уже верит.

Классический опыт Оллпорта и Постмана выглядит сегодня неловко, и это стоит сказать прямо. Испытуемым на полсекунды показывали фотографию в вагоне метро: белый человек с бритвой в руке стоит над темнокожим. Затем просили описать сцену по памяти. В большинстве описаний бритва оказывалась в руке темнокожего. Эксперимент вошёл в литературу как доказательство того, что слух питается предрассудком, и одновременно стал примером того, как психология середины века сама работала с расовыми стереотипами – в выборе стимула, в выборе аудитории, в интерпретации. Позже исследователи показали, что похожие искажения возникают и без расового компонента, если сцена конфликт-

на, а время показа мало.

Что из этого остаётся верным, так это направление искажения. Люди не искажают случайно. Они искажают в сторону того, что уже считают вероятным. Слух – не испорченная информация, а информация, приведённая в соответствие с имеющейся моделью мира.

Отсюда простой и неудобный вывод для любой контрпропаганды. Если в голове у аудитории уже есть модель, в которой Запад лицемерен, а Россия защищается, любое сообщение будет приводиться в соответствие с ней – включая сообщение, направленное против неё. Вы не можете вбросить факт в чистый сосуд. Сосуда нет, есть раствор.

Лёгкость как доказательство

Дальше начинается химия.

В 1977 году трое психологов – Хэшер, Голдстайн и Топпино – показали студентам список утверждений, часть которых была правдой, а часть выдумкой, и просили оценить, насколько они верны. Через две недели процедуру повторили с другим списком, куда входили и старые утверждения. Спустя ещё две недели снова. Обнаружилось, что чем чаще человек видел утверждение, тем более верным он его считал, независимо от истинности. Эффект назвали иллюзией правды.

С тех пор его проверяли десятки раз. Повторение повышает оценку правдоподобия даже у людей, которые знают правильный ответ, и даже тогда, когда их предупреждают, что часть утверждений ложна. В 2015 году Линн Фазио и её

коллеги провели серию с реальными фактами и обнаружили, что эффект сохраняется у людей с высоким уровнем знаний: эрудиция не защищает от повтора, она только меняет набор утверждений, которые повторяются.

Механизм, который чаще всего называют, связан с беглостью обработки. В 1999 году Норберт Шварц и его коллеги показали, что утверждения, напечатанные разборчивым шрифтом, оцениваются как более вероятные, чем те же утверждения, набранные бледным и неудобным. Мозг воспринимает лёгкость понимания как признак истины: если я понял сразу, значит, так и есть.

С эволюционной точки зрения это разумно. В мире, где информации мало, а времени ещё меньше, быстрое опознание знакомого сигнала действительно чаще приводит к правильному решению. В мире, где сигналов бесконечно много и они производятся машинами, этот механизм становится уязвимостью.

Теперь добавьте к этому распад источника. Ещё в исследованиях 1940-х годов, изучавших воздействие пропагандистских фильмов, обнаружили, что эффект сообщения со временем может расти, а не падать, если источник сначала вызывал недоверие. Через несколько недель люди помнили содержание и забывали, откуда оно. В литературе это называют эффектом спящего. Сообщение переживает своего автора.

Соберите три элемента вместе. Повторение повышает доверие. Лёгкость повышает доверие. Источник забывается.

Вы получаете конструкцию, в которой каркас, повторённый достаточно часто, перестаёт нуждаться в доказательствах: он становится тем, что «всем известно».

Двадцать лет разговоров об одном случае

Один из самых цитируемых экспериментов в этой области провели в 1981 году Амос Тверски и Даниэль Канеман, и его стоит разобрать подробно, потому что он объясняет, почему пропаганда предпочитает формулировки.

Испытуемым сообщали, что в стране вспыхнула эпидемия, которая убьёт шестьсот человек, и предлагали выбрать между двумя программами. Первая спасает двести человек наверняка. Вторая с вероятностью в одну треть спасает всех и с вероятностью в две трети не спасает никого. Большинство выбирало первую. Другой группе описывали те же программы иначе. Первая: погибнут четыреста человек. Вторая: с вероятностью в одну треть никто не погибнет и с вероятностью в две трети погибнут все шестьсот. Большинство выбирало вторую.

Математически варианты идентичны. Менялось одно слово: спасти или потерять. Выбор переворачивался.

Через десять лет Шанто Айенгар из Йеля занялся более прикладной вещью – тем, как американские телеканалы рассказывают о бедности. В одних сюжетах показывали конкретного человека, потерявшего работу, и его семью, в других обсуждали уровень безработицы и социальную политику. Оба формата честные. Но после эпизодического сюжета

зрители возлагали ответственность на самого человека, а после тематического – на государство и экономику. Один и тот же факт, показанный крупным планом или в общем виде, производит двух разных граждан.

Из этого следует, что спор о факте почти всегда идёт не о факте. Он идёт о том, какую форму получит факт при передаче. Форму выбирает тот, кто рассказывает.

Что происходит при опровержении

Теперь самый практический вопрос. Если человек получил ложное объяснение и потом выясняется правда, что с ним происходит?

Ответ известен с 1988 года, когда Уилкс и Литербарроу провели исследование на материале сообщений о пожаре. Испытуемым давали вымышленный отчёт о складе, где пожар начался якобы из-за краски и баллонов с газом, а потом сообщали, что на самом деле склад был пуст. Люди переставали считать, что краска была, но продолжали объяснять пожар легковоспламеняющимися материалами. Отдельная информация исчезала, причинная связь оставалась.

В литературе это называют эффектом сохранения влияния. Его изучали Стефан Левандовски и коллеги на материале самых разных тем, от вакцин до финансовых слухов. Картина везде примерно одна. Опровержение снижает веру в конкретное утверждение примерно наполовину. Оно почти не меняет объяснение. А объяснение – это и есть то, ради чего утверждение рассказывали.

Причина в той же потребности в связности, с которой мы начали главу. Человеку нужна история с началом и концом. Если вы отнимаете у него причину, он не остаётся с пустым местом, он ищет замену. Хорошее опровержение потому и сложно, что должно не просто сказать «этого не было», а предложить другую причину. Онкологи и специалисты по коммуникации сформулировали это как правило: заполняйте пробел, иначе его заполнят за вас.

Миф о бумеранге

Много лет в инструкциях для журналистов кочевало предупреждение: не спорьте с ложью, потому что спор усиливает её. Аудитория, которой предъявляют опровержение, ещё сильнее укрепляется в своей вере. Это называли эффектом бумеранга.

В 2019 году Томас Вуд и Итан Портер проверили это на выборке в десять тысяч человек и пятидесяти двух темах – от налогов до контроля над оружием. Они не нашли бумеранга. Опровержения в среднем работали: люди сдвигались в сторону фактов, в том числе те, кто изначально был настроен враждебно. Эффект, который десятилетиями считался установленным, не воспроизвёлся в нормальных условиях.

Есть важная оговорка. Бумеранг воспроизводится в узких ситуациях: когда опровержение задевает идентичность, когда оно высокомерно, когда его даёт враждебный источник, когда человеку нужно защитить лицо перед своей группой. Но как общее правило «не спорьте» оказалось неверным.

Инструкция, построенная на этом правиле, десять лет молчала там, где нужно было говорить.

Мне этот эпизод нужен не для того, чтобы поддеть коллег по цеху. Он нужен как пример того, что сообщество, изучающее пропаганду, тоже склонно к собственным нарративам – к удобным историям о том, как устроен чужой мозг. И что эти истории проверяются так же, как любые другие: повторением, данными и нежеланием верить в удобное.

Глагол, который меняет воспоминание

В 1974 году Элизабет Лофтус и Джон Палмер показали студентам записи автомобильных аварий, а затем спросили о скорости. Формулировка вопроса менялась. Одним говорили: «с какой скоростью ехали машины, когда они столкнулись?» Другим: «когда они врезались друг в друга?» Третьим: «когда они размазали друг друга?».

Оценки росли вместе с силой глагола. Средняя оценка по группе с «размазали» была заметно выше, чем по группе с «столкнулись». Через неделю участников спросили, было ли разбитое стекло. В записях стекла не было. Те, кому достался более агрессивный глагол, чаще отвечали, что стекло было.

Это ключевой результат для всей темы. Вопрос не просто извлекает воспоминание – он его редактирует. А потом отредактированная версия записывается вместо исходной, и следующий раз человек уже вспомнит её.

Отсюда практическое следствие, которое редко применяют. Интервью, опрос, допрос, анкета – это не нейтральные

процедуры. Каждый формулировочный выбор – это вмешательство. И если вы проводите опрос после события, вы не только измеряете мнение, но и участвуете в его формировании.

Потеряться в торговом центре

Второй эксперимент Лофтус, проведённый с Жаклин Пикрелл в 1995 году, ещё более неприятный.

Испытуемым предлагали список событий из их детства, составленный при участии родственников. Среди настоящих событий было одно вымышленное: в пять лет ребёнок потерялся в торговом центре, долго плакал, пока его не нашёл пожилой человек, а потом его воссоединили с семьёй.

Примерно четверть участников в ходе нескольких интервью «вспомнили» этот эпизод. Они добавляли детали: цвет одежды, слова, которые им сказали, свои чувства. Один участник описал, как пожилой человек в клетчатой рубашке купил ему мороженое.

Это не значит, что воспоминания всегда ложны. Это значит, что уверенность воспоминания не является мерой его точности. Человек может помнить вымышленное с той же яркостью и с той же субъективной достоверностью, что и настоящее.

Для пропаганды это открывает страшную возможность: можно не спорить с воспоминанием, а подменить его. Для расследований это создаёт постоянную проблему: свидетель, который искренен и подробен, может быть искренен в том,

чего не было.

Кто следит за источником

Как отличить воспоминание от выдумки? Психология отвечает: по процессу, который назвали мониторингом источника. Мы не храним ярлык «это я видел» рядом с каждым образом. Мы каждый раз восстанавливаем его по косвенным признакам: насколько живо, насколько связно, насколько знакомо.

Живость – плохой критерий. Связность – тоже плохой. Знакомость – худший из всех, потому что она растёт от повторения.

Отсюда эффект, который исследователи называют ошибочной атрибуцией источника: человек читает что-то, через месяц помнит содержание, но не помнит, откуда оно. Источник забывается быстрее содержания, и тогда информация становится «тем, что известно».

В 1940-е годы это наблюдали на пропагандистских фильмах: сообщение, сначала вызывавшее недоверие, через несколько недель работало лучше, потому что исчезала память об источнике. Тогда это назвали эффектом спящего. Сегодня у него другое имя – атрибуция источника, – но механизм тот же, и он объясняет, почему повторение работает даже тогда, когда человек знает, что источник ненадёжен.

Слух как совместная работа

Есть ещё одна линия, которую стоит провести через эту главу, потому что она меняет представление о том, кто дела-

ет слух.

В 1947 году Оллпорт и Постман предложили формулу: слух равен важности темы, умноженной на двусмысленность факта. Если тема важна, а данных мало, слух возникает неизбежно. Уберите важность – слух рассеется. Уберите двусмысленность – он тоже рассеется. Но убрать одновременно и то и другое почти никогда не удаётся, потому что важные темы по определению касаются того, что недостаточно известно.

Позже антрополог Тамоцу Сибутани добавил к этому то, чего не хватало: слух – не испорченная информация, а импровизированная новость. Это способ, которым группа коллективно строит осмысленную картину там, где официальная картина не даёт ответа. Слух – это не сбой коммуникации, это её замена.

Из этого следует неудобный вывод для всех, кто борется со слухами. Слух нельзя просто опровергнуть, потому что он выполняет функцию. Он объясняет, объединяет, даёт повод для разговора и снижает тревогу. Если вы отнимаете объяснение и не даёте другого, люди не остаются без объяснения – они возвращаются к старому.

Цепочка, которая не рвётся

В 2016 году в Соединённых Штатах разгорелась история, начавшаяся с одного поста в социальной сети. Небольшая пиццерия в Вашингтоне оказалась в центре теории, согласно которой в её подвале якобы действовала сеть, связанная с

высокопоставленными политиками. Никаких доказательств не было. Были электронные письма, в которых упоминалась пиццерия, и были люди, которые прочитали в этих письмах то, чего там не было.

Через несколько недель человек с оружием пришёл в пиццерию и открыл огонь. К счастью, никто не погиб. Он хотел «посмотреть своими глазами».

Здесь важно не то, что теория была абсурдной. Важно то, как она распространялась. Она не требовала веры во все свои элементы сразу. Она предлагала серию слабых связей: странное слово в письме, странное фото, странная фраза в интервью. Каждый элемент был двусмысленным, а вместе они складывались в картину, которая объясняла тревогу.

Это и есть современная версия Бартлетта. Схема не пришла из готового текста – она собралась из фрагментов, и каждый участник цепочки добавил свой. Призраки исчезли, война превратилась в ссору, каноэ стало лодкой. Только теперь вместо каноэ – электронное письмо, а вместо призраков – люди, которых никогда не существовало.

Что с этим делать

Из всех этих экспериментов следуют правила, которые скучны и почти не применяются, потому что они требуют времени.

Первое: не повторяйте ложь в заголовке. Повторение работает даже в отрицании. «Миф о том, что некий факт верен» – это способ сказать его ещё раз. Формула, которую

предложили исследователи и которую часто называют сэндвичем правды, проста: сначала факт, потом миф (кратко, с указанием, что это миф), потом снова факт и объяснение, почему миф возник.

Второе: заполняйте пробел. Опровержение, которое только отрицает, оставляет пустое место, и пустое место заполняется. Если у человека было объяснение, ему нужно другое объяснение, иначе он вернётся к старому.

Третье: не боритесь за память, боритесь за источник. Напоминание о том, откуда взялась информация, работает лучше, чем напоминание о том, что она ложна. Вопрос «откуда вы это знаете?» полезнее вопроса «вы правда в это верите?».

Четвёртое: считайте, что аудитория будет пересказывать. Если вы построили сообщение так, что его нельзя пересказать без потери смысла, оно будет пересказано с потерей. Хорошие сообщения устойчивы к пересказу: они держатся на одной фигуре, которая не ломается при передаче.

Пятое, и самое трудное: примите, что часть аудитории не изменит мнения. Задача не в том, чтобы переубедить всех. Задача в том, чтобы у сомневающихся была доступная альтернатива. В политике это называют работой с колеблющимися, и это единственная работа, которая даёт измеримый результат.

Бартлетт в 1932 году думал, что изучает память. На деле он изучил то, как культура передаёт себя, – и обнаружил, что передача всегда перестраивает материал под фор-

мы, которые уже есть. Пропаганда не изобрела этот механизм. Она его использует, и делает это с той же естественностью, с какой мы пересказываем другу вчерашний разговор: не дословно, а по схеме, которая нам понятна.

Границы и честность

Есть ещё одна линия спора, на которой стоит задержаться, потому что от неё зависит весь тон книги.

Одна школа считает, что человек мыслит мотивированно: сначала выбирает, во что верить, потом подбирает аргументы. Другая, восходящая к исследованиям Хьюго Мерсье и Дэна Спербера, настаивает, что человек в целом рационален, но ленив, и если создать условия, при которых точность становится важной, он сдвигается к фактам. В 2020-е годы появились работы, показывающие, что даже политически ангажированные люди обновляют взгляды при наличии аргументов – просто делают это медленнее и неохотнее, чем им хотелось бы приписать.

Для книги о пропаганде разница принципиальна. Если аудитория безнадёжно иррациональна, остаётся только управлять ею, и демократия в этой картине невозможна. Если аудитория рациональна, но перегружена, задача меняется: не переубеждать, а освобождать внимание и снижать стоимость проверки.

Я исхожу из второго. Не потому, что это приятнее, а потому, что это подтверждается лучше. И потому, что первое допущение слишком удобно для тех, кто хочет заменить убеж-

дение управлением.

Человек не запоминает данные, он запоминает формы. Форма определяет, что из данных попадёт в память. Повторение и лёгкость превращают форму в очевидность. Источник забывается, форма остаётся. Опровержение убирает деталь, но не убирает форму, если ему нечего предложить взамен. А форма – это и есть нарратив.

Отсюда практический вывод для всего остального разговора. Побеждает не тот, у кого больше фактов, а тот, кто первым задал форму, в которой факты будут обсуждаться.

ГЛАВА 3

Число

Самый честный предмет

Число выглядит самым честным предметом в языке. У него нет прилагательных, нет оценки, нет автора. Оно стоит в предложении и как бы говорит: вот факт.

Именно поэтому число стало главным носителем пропаганды в обществе, которое научилось не верить словам. Аргумент можно заподозрить в предвзятости, цифру – труднее. Цифра кажется измерением, а не мнением.

Но число – это не измерение. Это предложение со скрытой грамматикой. В нём есть подлежащее: что считали. Обстоятельство: за какой период. Сравнение: с чем сопоставили. Определение: кого включили в счёт. Если спрятать любую из этих частей, число останется тем же, а смысл изменится до неузнаваемости.

Тридцать процентов

Самый простой приём – отсутствие базы.

«Преступность выросла на тридцать процентов» звучит угрожающе. Если в городе было десять нападений, а стало тринадцать – это рост на тридцать процентов. Если было тысяча и стало тысяча триста – тоже. Между этими случаями разница в сто раз, а формулировка одна и та же, и читатель не может её восстановить.

Тот же приём работает в обратную сторону. «Мы снизили безработицу вдвое» – если безработных было четыре процента, стало два. Если было сорок, стало двадцать. Первое – статистическая погрешность, второе – исторический сдвиг. Заголовок одинаково убедителен в обоих случаях.

Есть третий вариант, самый изящный: сменить методику. Если изменить определение безработного, можно снизить показатель, не изменив реальности. Статистические службы делают это не из злого умысла, а потому что методику надо периодически обновлять. Но пропаганда пользуется именно этим: она сравнивает ряды, посчитанные по разным правилам, и получает красивый график.

Знаменатель

Герд Гигеренцер, немецкий психолог, много лет изучающий то, как люди понимают риск, приводит пример, который стоит запомнить.

Врачам в Германии и США предлагали объяснить пациентке, насколько эффективен скрининг. Формулировка

«скрининг снижает смертность от рака на двадцать процентов» звучит убедительно. Формулировка «из тысячи женщин, которые не проходят скрининг, умирают четыре; из тысячи, которые проходят, – три» звучит иначе, хотя описывает то же самое.

Двадцать процентов – это относительное снижение: с четырёх до трёх. Один человек из тысячи – это абсолютное снижение. Обе цифры верны. Но первая создаёт ощущение, что речь идёт о спасении каждой пятой, вторая – что речь идёт об одной жизни на тысячу.

Гигеренцер назвал это проблемой знаменателя. Люди плохо обращаются с дробями и хорошо – с большими числами. «Один из десяти» кажется меньшим, чем «десять из ста», хотя это одно и то же. А «девять из ста» кажется больше, чем «один из десяти», хотя это меньше.

Исследователи Деннис Керкпатрик и Сеймур Эпштейн показали это в эксперименте, который называют предпочтением отношения. Испытуемым предлагали выбрать между двумя урнами с конфетами: в одной девять из ста красные, в другой одна из десяти. Выигрыш давали за красную. Большинство выбирало первую урну, хотя вероятность была ниже.

Это не ошибка отдельно взятого человека. Это свойство внимания: число в числителе видится, число в знаменателе – нет.

Среднее и медиана

Есть числа, которые не врут, но описывают не то, что кажется.

Средняя зарплата выросла. Это может означать, что большинство стало получать больше. А может – что у десятка людей доход вырос настолько, что поднял среднюю. Медиана – зарплата человека в середине списка – осталась бы на месте, и это была бы другая история.

Разница между средним и медианой – не статистическая тонкость. Это разница между двумя картинами общества. Первая говорит: всем стало лучше. Вторая: половине не изменилось ничего, а верхушка улетела. Обе описывают один и тот же ряд чисел.

Пропаганда почти всегда выбирает среднее, потому что оно выше и потому что оно звучит как «в среднем». Оппозиция почти всегда выбирает медиану, потому что она ниже. Спор идёт не о данных, а о том, какую часть распределения считать настоящей.

График

График – это число, к которому добавили ось.

Если вертикальная ось начинается с нуля, рост с девяноста до девяноста пяти выглядит как небольшой подъём. Если ось начинается с восьмидесяти, тот же рост выглядит как обрыв. Данные одинаковые, впечатление противоположное.

Этот приём не требует фальсификации. Достаточно выбрать масштаб. И он работает, потому что глаз читает геометрию, а не подписи: читатель видит крутизну линии и де-

лает вывод об интенсивности изменения.

Есть и обратный приём: ось начинают с нуля, когда хотят скрыть изменение. Тогда даже резкий скачок выглядит как плоская линия. Оба варианта – часть одного инструментария, и оба называются визуализацией данных.

Процент от чего

Третий приём – неясный знаменатель.

«Доля преступлений, совершённых приезжими, выросла вдвое». Если она выросла с одного процента до двух, это вдвое. Если с десяти до двадцати – тоже вдвое. Заголовок одинаков, общество реагирует одинаково, а реальность различается в десять раз.

Тот же приём работает с любым «доля выросла». Доля молодых преступников, доля женщин в парламенте, доля фейков в ленте. Пока не назван знаменатель, доля ничего не описывает.

Точность

Четвёртый механизм – иллюзия точности.

«Поддержка составила 83,7 процента» звучит надёжнее, чем «около восьмидесяти процентов», хотя вторая формулировка честнее. Число с запятой выглядит как результат измерения, а не как оценка. Читатель не спрашивает, откуда взялись эти семь десятых, и не спрашивает, какая погрешность у опроса.

Опрос имеет погрешность, и она обычно больше, чем последний знак после запятой. Но погрешность в заголовок не

попадает: она выглядит как оговорка, а оговорка ослабляет утверждение.

Отсюда простая закономерность: чем точнее число, тем меньше его проверяют. Это работает и в обратную сторону – круглое число («около миллиона») вызывает недоверие, потому что выглядит приблизительным.

Пропаганда пользуется этим двумя способами. Когда нужно убедить, она называет точное число. Когда нужно размыть, она называет круглое. Оба способа принадлежат одному арсеналу.

Якорь

Пятый механизм – якорение. Его описали Тверски и Каneман в 1974 году, и с тех пор он воспроизводится в десятках экспериментов.

Если перед человеком поставить два числа, первое станет точкой отсчёта. Даже если оно не имеет отношения к делу, оно сдвинет оценку. Классический опыт: крутят колесо рулетки, затем просят оценить, какой процент африканских стран входит в ООН. Те, кому выпало большое число, называют большее.

В пропаганде якорь работает так: сначала публикуется завышенная или заниженная цифра, потом – уточнённая. Первая остаётся в памяти как ориентир, вторая выглядит поправкой. Если сначала сказать «десятки тысяч погибших», а потом «по уточнённым данным – около четырёх тысяч», читатель запомнит десятки тысяч, а уточнение воспримет как

попытку замять.

Индекс

Отдельный жанр – индекс.

Индекс демократии, индекс свободы прессы, индекс хрупкости государства. Все они выглядят как измерение, но являются взвешенной суммой множества показателей, и веса расставляет тот, кто строит индекс. Изменение веса на несколько процентов может поднять страну на двадцать мест.

Это не значит, что индексы бесполезны. Это значит, что индекс – это аргумент, а не измерение. Он говорит: вот что мы считаем важным. И когда государство хвастается местом в рейтинге или жалуется на несправедливость рейтинга, спор идёт не о данных, а о весах.

Счёт тел

Есть жанр, в котором число становится оружием в самом прямом смысле: счёт погибших.

Война во Вьетнаме дала понятие подсчёта убитых – показатель, который еженедельно сдавался в Пентагон. Подсчёт был не нейтральным: он был показателем эффективности, а значит, стимулом к завышению. Позже выяснилось, что в подсчёт попадали и мирные жители, и что цифры корректировались на уровне дивизий.

В Ираке в 2003 году американское командование объявило, что не будет вести подсчёт погибших. Формулировка была честной: мы не считает тела. Но эффект был обратный – отсутствие числа означало отсутствие ответственности. Чис-

ло, которого нет, нельзя предъявить.

Противоположный пример – исследования, которые оценивают смертность методом избыточной смертности: сравнивают смертность до и после. Такие оценки всегда имеют широкий интервал, и именно поэтому они становятся полем боя. Если интервал от ста тысяч до шестисот, пропаганда выберет тот конец, который ей нужен, и назовёт другой конец опровергнутым.

Число, которое нельзя проверить

Есть числа, которые невозможно проверить в принципе.

«Тысячи жизней спасены благодаря санкциям». «Миллионы людей избежали голода». «Сотни терактов предотвращены». Эти утверждения могут быть истинными, но у них нет знаменателя: нет списка спасённых, нет контрольной группы, нет альтернативного сценария.

Такие числа работают не как измерение, а как моральный аргумент. Они переводят спор из плоскости фактов в плоскость цены: если ты сомневаешься в числе, ты считаешь, что спасённые не важны.

Это самый прочный тип числа, потому что его нельзя опровергнуть. Его можно только заменить другим числом, которое тоже нельзя проверить.

Как читать число

Из этого следует простая грамматика чтения.

Что именно посчитано? Не «погибшие», а погибшие от насилия, или от всех причин, или по данным одной стороны.

За какой период? День, месяц, год, вся война.

По сравнению с чем? С прошлым годом, с соседней страной, с нулём, с прогнозом.

Кто считал? Государство, оппозиция, независимая комиссия, газета.

Что исключено? Раненые, пропавшие без вести, умершие от болезней, дети.

После этих пяти вопросов число перестаёт быть аргументом и становится тем, чем оно является: описанием, у которого есть границы.

Число без знаменателя

Есть приём, который пережил все изменения в медиа и который работает одинаково хорошо в газете, в ролике и в коротком сообщении.

Называется он числом без знаменателя. Формулируется так: «число случаев выросло в три раза». Звучит тревожно. Знаменатель – сколько случаев было в начале – не сообщается, и без него утверждение ничего не значит. Если было два случая, стало шесть, рост в три раза. Если было десять тысяч, стало тридцать тысяч, рост в три раза. Разница в масштабе – в пять тысяч раз, а фраза одна и та же.

Приём живуч, потому что он не ложен. В нём нет ни одного неверного слова. Ошибка возникает не в утверждении, а в интерпретации, и интерпретацию делает читатель, которому не дали материала для другого вывода.

Отсюда первое правило чтения числа: спросить, от чего

считают. Если ответ не дан, число не описывает явление, оно описывает намерение.

Сравнение с чем

Второй приём – сравнение с неправильным периодом.

«За этот год произошло больше, чем за весь прошлый» – фраза, которая верна почти для любого растущего показателя и которая означает ровно то, что означает: показатель растёт. Если же прошлый год был аномально низким, сравнение с ним превращает обычный рост в катастрофу.

Есть и обратный вариант: сравнение с аномально высоким годом. «Показатель снизился» – и это тоже правда, если сравнивать с рекордным годом.

Оба варианта объединяет одно: выбор базового периода определяет вывод. А выбор периода почти никогда не объясняется.

Проверка проста: спросить, с каким годом сравнивают и почему именно с ним. Если ответа нет, вывод принадлежит не данным, а составителю.

Процент от процента

Третий приём – смешение базы.

«Рост на двадцать процентов» может означать рост на двадцать процентов от исходного значения или на двадцать процентов от прошлогоднего прироста. Разница между этими двумя толкованиями накапливается год от года и через несколько лет даёт разные числа в разы.

Тот же приём встречается в обратную сторону: «сниже-

ние на двадцать процентов» после роста на восемьдесят даёт итоговый рост, но описывается как снижение.

Формула простая: процент всегда считается от чего-то, и это что-то должно быть названо. Если не названо, перед нами не данные, а риторика.

График без нуля

Четвёртый приём – визуальный.

График, у которого вертикальная ось начинается не с нуля, а с произвольной точки, превращает небольшие изменения в обрывы. Это не ошибка, а выбор: ось можно начать где угодно, и выбор определяет впечатление.

Есть и противоположный приём: ось, растянутая так, чтобы серьёзное падение выглядело как колебание. И третий: обрезка горизонтали, когда график показывает только удобный период.

Проверка графика требует трёх действий: посмотреть, где начинается ось, посмотреть, какой период показан, и спросить, что было за пределами картинки. Это занимает полминуты и убивает большинство манипуляций, потому что манипуляция рассчитана на то, что этих действий никто не сделает.

Число, которое помнят

Есть свойство человеческой памяти, которое делает все перечисленные приёмы особенно эффективными.

Числа запоминаются неточно, но запоминаются. Человек не помнит, что «рост в три раза» было без знаменателя, но

помнит, что «выросло в три раза». Он не помнит, что сравнивали с аномальным годом, но помнит, что «больше, чем когда-либо».

То есть число оставляет след, а условия его появления – нет. Это делает число идеальным носителем манипуляции: оно переносит вывод, не перенося оговорок.

Отсюда практический совет, который стоит запомнить: любое число, которое вас убедило, стоит перепроверить именно в тот момент, когда оно вас убедило. Не потому, что оно неверно, а потому, что оно сработало, а сработавшее средство всегда заслуживает проверки больше, чем то, которое не сработало.

Что делать с числом

Есть несколько привычек, которые стоят ровно столько, сколько времени занимают, и которые меняют отношение к статистике.

Первая: всегда искать знаменатель. Сколько всего? От какой доли?

Вторая: всегда искать период. С каким годом сравнивают? Почему с ним?

Третья: всегда искать источник. Кто считал? Как считал? Кто платил за подсчёт?

Четвёртая: всегда искать альтернативный подсчёт. Если есть две методики, арифметика одна, а выводы разные. Значит, дело не в арифметике.

Пятая, самая важная: если число совпало с тем, что вы и

так думали, отложить его и проверить завтра. Совпадение с собственным мнением – это не доказательство, это симптом.

Число как форма

И последнее, что стоит сказать в этой главе.

Число воспринимается как противоположность пропаганды, потому что оно кажется объективным. В нём нет эмоций, нет оценок, нет призыва. Оно просто есть.

Именно поэтому оно так хорошо служит пропаганде. Оно выглядит как выход из спора, а на деле является продолжением спора другими средствами. Тот, кто выбрал знаменатель, выбрал период, выбрал методику, уже сделал всё, что нужно, чтобы вывод получился нужным, – и сделал это до того, как читатель увидел цифру.

Отсюда отношение, которое я считаю правильным: не подозревать каждое число и не доверять ни одному. Просто помнить, что за каждым числом стоит кто-то, кто его считал, и у этого кого-то были основания. Основания не всегда дурные, но они всегда есть.

А спор о том, какие основания допустимы, – это и есть политика в самом точном смысле слова.

Число и каркас

Число не отменяет каркас. Оно его заполняет.

Каркас говорит: преступность растёт. Число говорит: на тридцать процентов. Вместе они дают убедительную картину, потому что каркас задаёт направление, а число даёт точность. Если каркас уже установлен, число подбирается под

него, а не наоборот: сначала решают, что показать, потом находят цифру, которая это подтверждает.

Именно поэтому спор о числах почти никогда не бывает спором о числах. Он бывает спором о том, какая картина мира будет подтверждена.

Есть и обратная зависимость, о которой говорят реже. Число, которое долго было общим, держит общество вместе. Когда статистическая служба считается честной, люди могут спорить о причинах, но не о том, сколько. Когда она перестаёт считаться честной, спор о цифрах превращается в спор о принадлежности: моя цифра против твоей.

Это не техническая деталь. Это инфраструктура, и она ломается так же, как водопровод: тихо, без объявления, и обнаруживается только тогда, когда открываешь кран, а оттуда ничего не течёт.

ГЛАВА 4
Метафора
Спор, который уже решён

В 1980 году Джордж Лакофф и Марк Джонсон выпустили книгу «Метафоры, которыми мы живём». Тезис был простой и неудобный: метафора – это не украшение речи, а способ думать. Мы понимаем абстрактное через конкретное, и вместе со словом переносим всю схему.

Классический пример – спор как война. Мы «атакуем» аргументы, «обороняем» позицию, «выигрываем» или «проигрываем» дискуссию, «сдаёмся». В этом языке нет места спо-

ру как сотрудничеству: нельзя «построить» аргумент вместе с собеседником, потому что в войне не строят, а наступают.

Лакофф и Джонсон заметили: в культуре, где спор описывается как война, люди действительно ведут себя как на войне. Они не ищут общий ответ, они ищут победу. Метафора не просто описывает поведение, она его задаёт.

Сценарий внутри слова

Отсюда главный механизм. Метафора – это не образ, а сценарий, упакованный в образ.

«Война с терроризмом» приносит с собой не только слово «война». Она приносит фронт и тыл, врага и предателя, мобилизацию и жертву, победу и поражение. Как только вы приняли эту рамку, определённые действия становятся мыслимыми, а другие – нет.

В войне допрашивают пленных. Значит, пытка перестаёт быть пыткой и становится допросом. В войне арестовывают без суда. Значит, бессрочное задержание перестаёт быть нарушением и становится военной необходимостью. В войне нельзя критиковать командование. Значит, критика становится помощью врагу.

Ни один из этих шагов не был логическим следствием теракта. Все они были следствиями метафоры. Когда в 2001 году говорят «война», а не «преступление», выбирают не слово, а набор полномочий.

То же самое происходит с другими метафорами. «Война с наркотиками» приносит с собой наркомана как врага, а не

как больного. «Война с раком» приносит с собой победу, которая должна быть полной, и поражение, которое нельзя признать. «Борьба с вирусом» приносит с собой фронт, героев и дезертиров.

Вода

Есть метафоры, которые работают тише.

«Поток беженцев». «Волна миграции». «Наводнение». Каждое из этих слов описывает людей как стихию. Стихию нельзя интервьюировать, нельзя спросить, зачем она пришла. Стихию можно только остановить: дамбой, стеной, рвом.

Метафора воды делает три вещи одновременно. Она обезличивает: не люди, а масса. Она натурализует: не решение, а природное явление. Она оправдывает оборону: против наводнения не спорят, его сдерживают.

Замените «поток беженцев» на «люди, которые бегут» – и политика, которая казалась технической, станет моральной. Именно поэтому замена почти никогда не происходит.

Сорняк и опухоль

Самый опасный сорт метафоры – метафора, которая описывает человека как биологическую угрозу.

Нацистская пропаганда говорила о еврействе как о раковой опухоли на теле народа. Радио Руанды в 1994 году называло тутси «тараканами». Советская пропаганда говорила о «вредителях» и «врагах народа» как о сорняках, которые нужно выполоть.

Во всех трёх случаях метафора делала одно: она переносила человека из категории «кто» в категорию «что». С «кто» можно говорить, «что» можно только удалить.

Это не риторическое украшение. Исследователи геноцида отмечают, что дебуманизирующий язык появляется до массового насилия, а не после. Он не описывает готовность убивать – он её создаёт.

Семья

Есть и мягкие метафоры, которые работают не хуже.

«Отец народов». «Родина-мать». «Братья и сёстры». «Дети народа». Семейная метафора приносит с собой иерархию: отец знает лучше, мать надо любить, детей надо воспитывать, а непослушных – наказывать.

В семейной рамке критика власти звучит как неблагодарность. Не «я не согласен», а «ты против отца». Не «политика ошибочна», а «семью нельзя выносить сор из избы».

Семейная метафора особенно эффективна в обществах, где реальная семья остаётся главным институтом доверия. Она берёт готовую лояльность и переносит её на государство.

Машина

Противоположность семьи – машина.

«Система». «Шестерёнки». «Винтики». «Государственный аппарат». В этой рамке человек – деталь, а общество – механизм. Механизм можно оптимизировать, деталь можно заменить, а ту, которая скрипит, – выбросить.

Метафора машины кажется холодной и технической, но она даёт опасную приятность: она снимает моральную нагрузку. Если общество – механизм, то решение о том, кем пожертвовать, – это инженерная задача, а не убийство.

В двадцатом веке эта метафора лежала в основе и утопий, и террора. И в тех и в других человек был материалом.

Книга

Есть метафоры, которые описывают время.

«Страница истории». «Новая глава». «Поворотный момент». «История нас рассудит». В этой рамке у времени есть сюжет, а значит, есть автор, замысел и финал.

Метафора книги утешительна: она обещает, что хаос на самом деле является текстом, и где-то есть читатель, который поймёт. Она опасна тем, что разрешает судить о живых с позиции финала: если мы знаем, чем кончится, то знаем, кто был прав.

Революции всегда описывали себя как новую главу. Это не случайность: метафора оправдывала разрыв с прошлым как переход к следующей странице.

Игра

Ещё одна метафора времени – игра.

«Геополитическая партия». «Шахматная доска». «Ход». «Фишка». В игровой рамке у конфликта есть правила, доска и судья, а участники – игроки, а не люди.

Метафора игры делает две вещи. Она интеллектуализирует: анализировать партию интереснее, чем считать погиб-

ших. И она обезболивает: фишка не умирает, она снимается с доски.

Когда аналитик говорит «Москва сделала ход», он описывает решение, принятое людьми, которые несут за него ответственность. Метафора эту ответственность прячет.

Мёртвая метафора

Есть метафоры, которые умерли, но продолжают работать.

«Ножка стула». «Ручка двери». «Горлышко бутылки». Мы не видим в них метафор, потому что они стали словами. Но они несут в себе древнюю картину мира: у стула есть нога, у двери – рука, у бутылки – горло.

То же происходит с политическими метафорами. «Равновесие сил» – мёртвая метафора из механики. «Восхождение» – мёртвая метафора из топографии. «Поворот» – из дороги. Мы не замечаем, что они описывают политику как физику, а историю как маршрут.

Мёртвая метафора – самая прочная, потому что её нельзя оспорить как метафору. Она не выглядит утверждением, она выглядит описанием.

Как бороться с метафорой

Отсюда практический вопрос: что делать, если метафора уже задала сценарий.

Первый инстинкт – отрицать её. «Это не война». «Это не наводнение». «Это не опухоль». Отрицание работает плохо, потому что оно оставляет метафору в голове и приписывает

вам позицию защитника врага.

Второй способ – заменить метафору. Не «война с бедностью», а «бедность как ловушка». Не «поток беженцев», а «очередь на границе». Не «опухоль», а «раненый, которого надо лечить». Заменяющая метафора должна быть не слабее, а иначе устроена: она должна приносить свой сценарий, в котором желаемые действия мыслимы.

Третий способ – вскрыть метафору. Спросить: что именно вносит это слово, чего не было бы без него. «Война с терроризмом» – что, собственно, делает это слово, кроме разрешения на бессрочное задержание? Такой вопрос не отменяет метафору, но лишает её невидимости.

Ни один из трёх способов не работает быстро. Метафора держится не на аргументе, а на привычке, а привычка меняется медленнее, чем мнение.

Два рода метафоры

Метафоры, которые управляют нашим пониманием политики, делятся на два рода, и различие между ними важнее самих образов.

Первый род – метафоры строения. Государство как здание, общество как конструкция, институты как фундамент. Такие метафоры описывают порядок и предполагают инженера: раз есть здание, есть тот, кто его проектирует и ремонтирует.

Второй род – метафоры организма. Нация как тело, общество как живое существо, угроза как болезнь. Такие ме-

тафоры описывают здоровье и предполагают врача: раз есть болезнь, есть лечение, а лечение может быть жестоким.

Разница между ними видна в том, как они оправдывают действия. Метафора строения оправдывает ремонт: надо укрепить, перестроить, заменить. Метафора организма оправдывает удаление: если орган поражён, его удаляют.

Отсюда практическое наблюдение: как только в публичной речи появляется язык болезни – заражение, вирус, опухоль, – стоит ждать разговоров об удалении. Не потому, что кто-то заранее решил удалять, а потому, что метафора сама подсказывает единственное логическое продолжение.

Метафора семьи

Есть третья метафора, которая встречается чаще первых двух и которая обычно не замечается.

Семья. Государство как семья, лидер как отец, граждане как дети, оппозиция как непослушные. Метафора кажется тёплой, и именно поэтому она опасна.

В ней уже заложены три вещи. Первая: дети не равны родителям, значит, иерархия естественна. Вторая: дети не могут судить родителей, значит, критика нелегитимна. Третья: семья не выбирается, значит, выход невозможен.

Всё это упаковано в образ, который сам по себе ничего не утверждает. Никто не говорит «вы дети» – говорят «мы одна семья», и смысл доставляется вместе с теплом.

Метафора семьи хороша ещё и тем, что она делает критика предателем: в семье не уходят, в семье не спорят с отцом

при чужих.

Метафора игры

Четвёртая метафора появилась недавно и быстро стала господствующей.

Политика как игра. Партии как игроки, выборы как матч, репортаж о политике как спортивный репортаж: кто выиграл, кто проиграл, кто ошибся, кто перехватил инициативу.

Метафора кажется нейтральной и даже просветительской: она снижает пафос, делает политику понятной, привлекает аудиторию, которая иначе не читала бы.

Но в ней есть три встроенных следствия.

Первое: у игры есть правила, и они считаются общими. Значит, нарушение правил – это скандал, а не система. Тот, кто нарушает, – «плохой игрок», а не «плохая система».

Второе: у игры есть победитель, и после финала игра кончается. Значит, поражение – это окончательно, а следующая игра будет по тем же правилам.

Третье: за игрой наблюдают. Зритель не участвует, он болеет. Метафора превращает гражданина в зрителя, а это самое глубокое изменение из всех, потому что зритель не отвечает за результат.

Когда метафора умирает

Есть ещё один механизм, который работает не через образ, а через его стирание.

Метафора, которая повторяется достаточно долго, перестаёт восприниматься как метафора. Она становится про-

сто словом. «Поток беженцев» – это метафора воды, но её уже никто не слышит. «Утечка данных» – метафора трубы. «Оборонка» – метафора крепости.

Когда метафора умирает, она продолжает работать, но уже не может быть оспорена. Оспорить можно образ: «они не поток, они люди». Нельзя оспорить слово: «поток» уже не воспринимается как образ, и возражение против него звучит как придирка к лексике.

Отсюда асимметрия: живую метафору можно разобрать, мёртвую – только заменить, а замена слова в языке происходит медленнее, чем изменение политики.

Как метафора устанавливается

Метафора редко вводится заявлением. Она вводится повторением.

Сначала один человек говорит «волна». Потом второй повторяет, потому что это удобно и коротко. Потом третий использует, потому что уже все говорят. Через месяц «волна» – единственное доступное слово, и альтернативы нет не потому, что её запретили, а потому, что она не сложилась.

Этот процесс описан в исследованиях языка вражды: сначала появляется слово, потом оно становится единственным, и только тогда становится возможной политика, которая из него вытекает.

Отсюда следствие для тех, кто хочет сопротивляться: надо не разоблачать метафору, а предлагать свою, и предлагать раньше, чем чужая станет единственной. Разоблачение рабо-

тает на уже установленной метафоре и потому всегда опаздывает.

Что делать

Практических правил немного, и все они просты.

Первое: замечать метафору. Не спорить с ней, а назвать: «это образ, а не описание». Само называние снимает часть эффекта, потому что превращает невидимое в видимое.

Второе: спрашивать, что метафора скрывает. Если государство – семья, то где в этой семье место несогласному? Если политика – игра, то кто установил правила?

Третье: предлагать альтернативу, а не только критику. «Они не поток» – слабо. «Они люди, которые приняли решение» – сильнее, потому что даёт другое действие.

Четвёртое: помнить, что метафора работает в обе стороны. Собственная речь тоже построена на образах, и они тоже скрывают. Проверка собственной метафоры – единственный способ не превратить критику пропаганды в её зеркальную копию.

И пятое, самое трудное: не воевать с языком, а работать с ним. Язык – не враг и не оружие, а среда, в которой всё происходит. Среду можно менять медленно и только вместе с теми, кто в ней говорит.

Метафора как предпосылка

Самое важное свойство метафоры в том, что она работает до аргумента.

Прежде чем вы успели согласиться или не согласиться,

метафора уже решила, какие вопросы будут считаться разумными. В рамке «война» разумно спрашивать «как победить». В рамке «преступление» разумно спрашивать «кто виноват». В рамке «болезнь» разумно спрашивать «как лечить».

Переход от «войны» к «преступлению» – это не смена мнения, это смена вопроса. А вопрос, как мы видели в первой главе, важнее ответа.

Поэтому борьба за язык, о которой пойдёт речь в части о медленных слоях, начинается не со словаря, а с метафор. Словарь можно заменить. Метафору можно только разучить – а это дело лет, а не недель.

ГЛАВА 3

Окно проверки

Сравним два события, разделённые шестьюдесятью годами.

В апреле 1943 года немецкие власти объявили о находке захоронений польских офицеров в Катыни. Первые сообщения были встречены с недоверием, но не потому, что их быстро проверили, а потому, что источник был очевидно заинтересован. Проверка заняла не часы, а годы, и всё равно ничего не решила: окончательно вопрос был закрыт только в 1990 году признанием советской стороны. Окно проверки было широким, но проверяющие институты были слабы, а политическая потребность в одной из версий сильнее доказательств.

В 2026 году в первые часы войны с Ираном в социальных сетях появились видеозаписи разрушений на американских базах, которые Пентагон в брифингах не упоминал. Проверка шла параллельно с публикацией: спутниковые снимки, геолокация, сопоставление теней. К концу апреля Американский институт предпринимательства насчитал ущерб примерно в пять миллиардов долларов по семидесяти объектам на одиннадцати базах в семи странах. Тринадцатого мая Исследовательская служба Конгресса сообщила, что как минимум сорок два американских военных самолёта были потеряны или повреждены. Всё это выходило наружу быстрее, чем в любой предыдущей войне. И всё это уже не могло конкурировать с роликом, в котором пластиковый президент поёт в микрофон.

Окно проверки не сузилось. Оно стало существовать одновременно с событием, а не после него. Проверять теперь можно быстрее, но и рассказывать можно быстрее, а рассказывать дешевле.

Пожарный шланг

В 2016 году два исследователя из корпорации RAND, Кристофер Пол и Мириам Мэтьюз, описали российскую модель информационного воздействия и дали ей название, которое прижилось: пожарный шланг лжи. Они выделили четыре признака. Большой объём сообщений. Множество каналов, включая те, что не выглядят связанными. Быстрота и непрерывность. И отсутствие приверженности объективной

реальности: рассказчик не обязан согласоваться с тем, что говорил вчера.

Десять лет спустя эта модель кажется почти наивной, потому что генеративный ИИ довёл все четыре параметра до предела, а пятый признак, который Пол и Мэтьюз не выделили, стал главным. Пожарный шланг работает не на убеждение, а на пропускную способность. Он не стремится, чтобы вы поверили в конкретную версию. Он стремится, чтобы проверка стала дороже доверия. Когда на одно событие приходится двадцать версий, а у вас есть семь минут, вы выбираете версию, которая лучше подходит к вашей картине мира, и идёте дальше.

К этому добавляется то, что Даниэль Чесни и Даниэль Ситрон в 2019 году назвали дивидендом лжеца. Если дипфейки существуют и о них все знают, любой политик, уличённый подлинной записью, может сказать: это синтетика, это монтаж. Технология подделки обесценивает не только подделку, но и доказательство. Чем больше в мире фальшивок, тем меньше стоит правда, причём выигрывают от этого те, кому есть что скрывать.

Кто платит за осторожность

Здесь возникает структурная проблема, которую я считаю одной из центральных в книге.

Институт, который хочет говорить правду, обязан ждать. Ему нужно проверить, согласовать, извиниться, если ошибся. Чем серьёзнее институт, тем длиннее его процедура.

Университет ждёт рецензии, суд ждёт доказательств, министерство ждёт подтверждения, газета ждёт второго источника. Всё это правильно и всё это стоит часов.

Актор, не связанный процедурой, платит ноль. Он публикует через двенадцать минут после события и через сутки уже не помнит, что говорил. Ему не нужно быть последовательным, потому что у него нет репутации, которую надо беречь, а если она есть, её можно пересобрать под новую аудиторию.

Получается соревнование, в котором один бегун обязан останавливаться на каждом перекрёстке и смотреть по сторонам, а второй бежит напрямик. Первый выигрывает на длинной дистанции, если дистанция вообще есть. Вопрос в том, существует ли она.

Ашраф Альдмур формулирует это как выбор между достоверностью и скоростью, и его вывод неудобен для обеих сторон. Израиль, выбравший достоверность, проиграл в первые часы и потом не смог отыграть, потому что каждое его опровержение требовало доверия, которого уже не было. Хамас, выбравший скорость, выиграл внимание, но разрушил собственную доказательную базу: когда всё публикуется до проверки, никакая проверка не работает, включая ту, что подтверждает правду.

Отсюда правило, которое я буду повторять в разных формах: в войне нарративов проигрывает не тот, кто ошибается, а тот, кто не может себе позволить ошибиться быстро.

Окно в цифрах

Попробую описать окно проверки как измеримую величину, потому что без этого разговор остаётся метафорой.

Пусть утверждение появилось в момент времени ноль. Проверка занимает время t. Окно – это интервал от нуля до t, в течение которого версия существует без конкуренции.

В 1943 году проверка шла месяцами и годами. В 2013 году – часами. В 2026 году – минутами, но с одной оговоркой: проверка теперь распределена. Она идёт параллельно, её делают незнакомые люди, и результат не имеет инстанции, которая объявила бы его окончательным.

Отсюда парадокс, который стоит запомнить: окно сузилось, но закрыться полностью оно не может, потому что не существует процедуры, которая сказала бы «проверка завершена». Общество получило скорость без завершённости. Оно узнаёт быстрее и не знает, когда узнать всё.

Есть и второе следствие, менее очевидное. Когда проверка становится быстрой, она становится и дешёвой, а дешёвая проверка означает, что проверяют и то, что не нужно. Появляется класс утверждений, которые проверяются мгновенно и потому не выдерживают проверки, – и вокруг них образуется постоянный фоновый шум, в котором теряются утверждения, проверка которых требует недель.

Ложный баланс

У окна проверки есть обратная сторона, о которой говорят меньше.

Когда институт боится ошибиться, он перестаёт утверждать. В журналистике это даёт практику, которую называют ложным балансом: если одна сторона говорит, что Земля круглая, а другая – что плоская, статья может выйти под заголовком «учёные расходятся». Формально это точно: расходятся. По существу – обман, потому что создаёт впечатление спора там, где его нет.

Ложный баланс возникает не из злого умысла, а из страха. Редакция боится обвинения в предвзятости и потому даёт слово обеим сторонам, даже если одна сторона не имеет аргументов. В краткосрочной перспективе это защищает от жалоб. В долгосрочной – разрушает доверие, потому что читатель перестаёт понимать, когда журналист сообщает факт, а когда выполняет ритуал.

Есть и третий вариант, самый редкий: объяснить читателю, почему вы не даёте слово одной из сторон. Это трудный текст, он требует времени и смелости, и его почти не пишут, потому что он не приносит кликов.

Слишком быстрое опровержение

И последнее, о чём почти никогда не говорят: у скорости опровержения есть цена.

Если официальное опровержение появляется через несколько минут после публикации, оно читается не как результат проверки, а как подготовленный ответ. Логика читателя проста: чтобы опровергнуть так быстро, нужно было знать заранее, а если знал заранее, значит, участвовал.

Это ставит честный институт в ловушку. Быстрое опровержение выглядит подозрительным, медленное – бесполезным. И выход из ловушки не в темпе, а в прозрачности процедуры: показать, как именно вы проверяли, какие шаги сделали, что осталось неизвестным. Опровержение с видимой методикой переживает подозрение. Опровержение без методики – нет.

Отсюда общий принцип, который мы будем встречать и дальше: в среде, где скорость ничего не стоит, единственным дефицитом становится видимость процедуры. Не «мы проверили», а «вот как мы проверяли».

Прививка вместо разбора

Логичный ответ на всё это выглядит так: надо успевать раньше. Проблема в том, что «успевать раньше» для честного института означает говорить до того, как он знает. Именно это и делают плохие акторы, и именно за это их критикуют.

Второй ответ, который последние десять лет продвигают исследователи, называется пребанкинг – предварительная прививка. Идея не нова: её сформулировал Уильям Макгуайр в 1961 году, показав, что слабое дозированное воздействие ложного аргумента вместе с его опровержением делает человека устойчивее, чем полное отсутствие воздействия. В 2010-е годы Стефан Левандовски и его коллеги перенесли это на дезинформацию, а Сандер ван дер Линден и Йон Розенбик сделали из этого игры – «Плохие новости», «Гармония», «Вакцина от манипуляций». В них игрок сам строит

сеть троллей, чтобы изнутри понять приёмы.

Работает ли это? Да, но скромнее, чем хотелось бы авторам. Эффекты измеряются, они устойчивы в течение недель, они переносятся на похожие приёмы. При этом они невелики, зависят от того, попал ли человек в игру добровольно, и почти не проверены в условиях, когда на человека одновременно действует поток в сотни раз интенсивнее.

Есть у прививки и побочный эффект, о котором говорят реже. Если учить людей видеть манипуляцию везде, часть из них приходит к выводу, что всё есть манипуляция, – а это удобная позиция для того, кто не хочет верить ни во что. Цинизм выглядит как проницательность, и его трудно отличить от неё в разговоре. Но политически это разные вещи: проницательный человек ищет, кому выгодно, и проверяет; циник не ищет ничего, потому что заранее всё отменил.

Первая часть книги разобрала каркас. Он держится на связях, которые не требуют доказательств, на потребности в связном объяснении, на памяти, которая перестраивает материал под форму, и на времени, которое достаётся тому, кто говорит первым.

Вторая часть покажет, что это не изобретение последних десяти лет. Аппарат, который в 1930-е годы строило министерство пропаганды, работал с теми же свойствами человека, только инструменты у него были другие. Разница между тогда и сейчас не в принципах, а в пропускной способности.

И начинать надо с человека, чьё имя стало ругательством.

Именно потому, что стало, его почти никто не читает как инженера.

ГЛАВА 4

Восемнадцатое февраля

Зал «Шпортпаласт» в Берлине вмещал около десяти тысяч человек. К вечеру восемнадцатого февраля 1943 года его заполнили не случайные берлинцы, а отобранные: партийные функционеры, раненые с фронта, работницы военных заводов, несколько иностранных журналистов в ложе. Сцена была уставлена знамёнами, за спиной оратора висел транспарант с надписью про тотальную войну.

Он говорил почти два часа. В конце начал задавать залу вопросы, и зал отвечал. «Хотите ли вы тотальную войну?» Крики «да». «Хотите ли вы её, если она будет тяжелее, чем всё, что мы до сих пор перенесли?» Крики «да». «Готовы ли вы работать по десять, двенадцать, а если нужно, по четырнадцать часов в сутки и отдать всё ради победы?» Крики «да».

Запись этого вечера показывали в кинохронике по всей стране. Смысл был не в тексте речи – текст был пропагандистски посредственным. Смысл был в картинке: десять тысяч человек в одном зале одновременно хотят одного и того же, а вы, зритель, смотрите на них из темноты и проверяете, хотите ли вы того же.

Ради этого вечера было сделано несколько вещей, о которых кинохроника не сообщала. Зал подготовили. Зрителей

отобрали. Аплодисменты записали заранее, на случай, если живой зал не даст нужной плотности. И, что важнее всего, сама речь не была причиной события. Событием была демонстрация единодушия, и её сняли как продукт.

Человек, который это придумал, имел докторскую степень по литературе, хромал, не был принят в армию в Первую мировую и всю жизнь помнил об этом. Его звали Пауль Йозеф Геббельс, и в 2026 году его имя употребляется как синоним лжи, что удобно и совершенно бесполезно для понимания.

Что он сделал до власти

В двадцать восемь лет он приехал в Берлин, где партия, в которой он состоял, имела около трёх процентов голосов и репутацию уличного хулигана. В 1926 году Гитлер сделал его руководителем партийной организации Берлина – отчасти чтобы занять энергичного и склочного человека делом, отчасти потому, что больше никто не хотел.

Берлин тогда был городом с социал-демократической полицией, коммунистическими районами, громкими кабаре и газетами, которые писали о нацистах с насмешкой. Геббельс начал выпускать собственную газету «Атаку», где писал о евреях, о продажных депутатах, о коммунистических бандитах, о себе самом в третьем лице. Тон был не аналитический, а уличный: короткие абзацы, прямые обвинения, оскорбления, которые невозможно не запомнить. Он придумывал скандалы, чтобы о партии писали. Его выгоняли из залов, судили, запрещали газету на несколько недель, и каждый за-

прет был поводом для новой статьи.

Именно в этот период он сформулировал вещь, которую потом будут цитировать все, кто пишет о его технике. Мы идём в парламент, чтобы получить доступ к арсеналу демократии и вооружиться её собственным оружием; если демократия так глупа, что даёт нам билеты и депутатские мандаты для её уничтожения, это её дело.

Формула не была ни оригинальной, ни тайной. Она была честной. Партия, которая не скрывала своих намерений, шла к власти по правилам, которые обещала отменить. Избиратели знали, что она отменит. В 1932 году на выборах в рейхстаг нацисты получили больше трети голосов. Это не была тайная операция. Это была открытая сделка, в которой одна сторона не считала нужным скрывать цену.

Аппарат

Тринадцатого марта 1933 года, через полтора месяца после назначения Гитлера канцлером, в Германии появилось министерство народного просвещения и пропаганды. Геббельс получил в подчинение не только прессу, но и радио, кино, театр, музыку, литературу, изобразительное искусство. Через полгода он создал имперскую палату культуры с отделениями по каждому виду искусства. Чтобы работать в Германии в любой публичной профессии, нужно было в неё вступить. Членство было не автоматическим: не вступил – значит, не работаешь.

В октябре 1933 года вышел закон о редакторах, по кото-

рому журналист обязан был быть гражданином арийского происхождения и не просто гражданином, а тем, чью политическую позицию государство считает приемлемой. Редакция из инструмента наблюдения за властью превратилась в инструмент передачи указаний. Ежедневно в министерстве проходила конференция, на которой прессе давали инструкции: что подавать крупно, что убрать на четвёртую полосу, о чём молчать. Эти инструкции записывали, часть сохранилась, и в них видно, насколько пропаганда была ремеслом, а не вдохновением: тема дня, формулировка, допустимые эпитеты, запрет на подробности.

С радио поступили ещё практичнее. Приёмники стоили дорого, поэтому выпустили дешёвые – сначала за семьдесят шесть марок, потом за тридцать пять, при средней зарплате в сто пятьдесят. Приёмник был не просто бытовым прибором, он был государственным рупором на кухне, и его конструкция ограничивала диапазон: короткие волны, где вещали иностранные станции, ловились плохо. К 1938 году, по разным оценкам, приёмники были примерно в семи из десяти немецких домохозяйств.

Кино огосударствили постепенно, к 1937 году прибрав крупнейшую студию UFA. Перед каждым сеансом шла хроника, обязательная к показу, и её смотрели миллионы людей, пришедших на развлечение. В 1940 году вышли «Вечный жид» и «Еврей Зюсс», и второй собрал огромную аудиторию, потому что был сделан как кино, а не как листовка: с

сюжетом, с любовной линией, с мелодрамой, в которой злодеи были карикатурны, но живы.

Четыре приёма и один, о котором говорят меньше

В исследованиях, сравнивающих аппарат Геббельса с современными цифровыми кампаниями, обычно выделяют набор приёмов: упрощение, приоритет эмоции над аргументом, манипуляция авторитетом источника, создание реальности через повторение. Всё это верно, и всё это можно найти у любого политического рекламщика любой эпохи.

Мне важнее пятый приём, который обычно оставляют за скобками, потому что он не помещается в список техник. Немецкая пропаганда не комментировала события, она их производила.

Съезды партии в Нюрнберге были не собраниями, а постановками: архитектура, свет, порядок движения, толпа как массовка, кинооператоры на кранах. Олимпиада 1936 года была организована как медиапроект задолго до открытия, с Лени Рифеншталь во главе съёмочной группы. Речь в «Шпортпаласте» была написана так, чтобы зал мог на неё ответить. Когда нужно было показать, что народ ненавидит евреев, устраивали погром и снимали его. Когда нужно было показать, что народ един, устраивали парад и снимали его.

Это переворот отношений между сообщением и реальностью. Обычная пропаганда описывает то, что есть. Производящая пропаганда сначала делает то, что можно описать, а потом описывает. Её главный продукт не текст, а событие,

устроенное так, чтобы его было удобно показывать.

Современные исследователи называют это иллюзией единодушия. Ощущение, что все вокруг думают одинаково, сильнее любого аргумента, потому что оно не требует аргумента. В 1930-е годы эту иллюзию делали из залов, колонн и радиоточек. В 2020-е её делают из лент, где алгоритм показывает вам то, что подтверждает мнение большинства, и из аккаунтов, которых не существует.

Пределы

Теперь неприятная часть, без которой вся глава была бы карикатурой в другую сторону.

Немецкая пропаганда не была всемогущей. Она работала в стране с террором, концлагерями, гестапо, доносами и военной дисциплиной. Отчёты социал-демократов в эмиграции, тайно провозившиеся из Германии, и отчёты службы безопасности партии показывают картину, далёкую от единодушия: недовольство ценами, насмешки над функционерами, глухие разговоры о том, что войну проиграют, недоверие к сводкам. Люди научились говорить одно, думать другое и понимать, что сосед делает то же самое.

Иан Кершоу в книге о «мифе Гитлера» показал, как культ фюрера держался не только на трансляциях, но и на ожиданиях населения: люди проецировали на него то, чего хотели, и миф начал разрушаться после Сталинграда, когда ожидания перестали совпадать с новостями. Кершоу описывает это как сделку, которая не может длиться дольше, чем выполня-

ются условия.

Есть и вовсе провальные эпизоды. Призыв к тотальной войне в феврале 1943 года не вызвал в стране того подъёма, который изображала хроника; через полгода немецкие города начали гореть, и энтузиазм ушёл в тыловые очереди. В 1945 году, когда Геббельс призывал к «вервольфу», партизанскому сопротивлению, откликнулись единицы, а большинство немецких граждан думало о том, как пережить следующую ночь.

В последние недели он записывал в дневнике вещи, которые не предназначались для публикации: что немецкий народ оказался слабым, что он не заслужил своего будущего, что его надо уничтожить вместе с государством. Человек, тридцать лет объяснявший немцам, что они великая нация, в финале объяснял себе, что они мусор. Это не психологическая загадка, это логика жанра: пропаганда, построенная на превосходстве, обязана найти виноватого, когда превосходство не подтвердилось.

Как собирали зал

О вечере восемнадцатого февраля обычно говорят как о речи. Это неточно. Речь была частью постановки, и постановка началась задолго до того, как оратор вышел на сцену.

Зал «Шпортпаласт» не был случайным. Билеты распределяли через партийные организации, через профсоюзы, через военные администрации. Приглашали тех, кто мог быть показан в кадре: раненых с орденами, работниц военных

заводов, представителей союзников. Людей, которые могли испортить картину, не приглашали. Это не конспирология, это обычная практика любого массового мероприятия, и она старше кинохроника.

Аплодисменты записывали отдельно. В архивах сохранились указания о том, какие сцены нужно снять крупным планом и где должны стоять операторы. Речь шла не о том, чтобы задокументировать событие, а о том, чтобы получить материал, который потом будет смонтирован.

И вот здесь возникает вопрос, который стоит задать всякой хронике: что было бы, если бы зал ответил иначе? Ответ прост: зал не мог ответить иначе, потому что его собрали из людей, которые отвечали иначе только в том случае, если не были приглашены.

Это не отменяет искренности тех, кто кричал «да». Люди действительно кричали. Но искренность отдельного человека и репрезентативность собрания – разные вещи, и хроника смешивает их намеренно.

Публичное обещание

Почему вообще нужны были вопросы залу? Речь можно было произнести и без ответов.

Ответы нужны были потому, что они делали зрителя соучастником. Человек, который публично сказал «да», связывает себя. В социальной психологии это называется последовательностью: однажды высказав позицию вслух, человек стремится вести себя в соответствии с ней, потому что

противоречие между словом и действием переживается как неприятность.

Отсюда техника, которая сегодня называется вовлечением. Она старше телевидения. Любой ритуал, в котором человек публично соглашается, работает лучше, чем аргументами, потому что он меняет не мнение, а обязательство. Мнение можно изменить. Обязательство нужно нарушить, а нарушение стоит самоуважения.

В этом смысле вечер в «Шпортпаласте» был не пропагандой в обычном понимании. Он был механизмом производства обязательств. Люди, которые кричали «да» в зале, уходили домой не с новым мнением, а с новой ролью – человека, который обещал.

Почему зал не стал страной

Здесь начинается то, что делает историю поучительной.

Хроника с этим вечером обошла страну. Но страна не стала залом. Отчёты службы безопасности, которые велись для внутреннего пользования, показывают картину, далёкую от энтузиазма: недовольство, усталость, разговоры о том, что война проиграна, насмешки над лозунгами.

Разрыв между залом и страной объясняется просто. Зал был отобран. Страна – нет. Зал был поставлен в ситуацию, в которой молчать было неудобно. Страна находилась в ситуации, в которой говорить можно было только шёпотом.

Отсюда следует общий закон, который стоит выписать отдельно: демонстрация единодушия показывает не то, что

думает общество, а то, что общество может показать. Всё, что требует публичного выражения, проходит через фильтр страха и через фильтр приличия. И чем сильнее страх, тем меньше связь между тем, что показывают, и тем, что думают.

Это верно не только для диктатур. В любой среде, где выражение мнения имеет цену – репутационную, профессиональную, семейную, – публичная картина искажается. Вопрос не в том, есть ли искажение, а в том, насколько оно велико и можно ли его измерить.

Два текста

У речи было два тела: устное и печатное.

Устное существовало в зале, в записи, в монтаже. Печатное – в газетах, где текст был очищен от пауз, от выкриков, от случайных формулировок. Печатный текст был литературно лучше. Устный был убедительнее.

Это важное различие, потому что оно показывает, как работает обработка сообщения. В зале убеждало не содержание, а событие: голос, пауза, реакция. В газете убеждало содержание, но содержание было уже другим – редактированным, выверенным, лишённым того, что делало его живым.

Современный аналог – разница между роликом и расшифровкой. Ролик убеждает интонацией и монтажом. Расшифровка убеждает аргументами. Это два разных продукта для двух разных аудиторий, и делать их из одного материала – работа, которую выполняет редакция, а не оратор.

Что показала хроника

Кинохроника, снятая в тот вечер, – интересный документ именно потому, что она показывает не всё.

В ней есть крупные планы лиц. Есть зал, встающий при появлении оратора. Есть руки, поднятые в приветствии. Нет очередей за хлебом, нет разрушенных городов, нет писем с фронта, которые не приходят.

Это не ложь. Это монтаж. Монтаж – самый честный из пропагандистских приёмов, потому что он не утверждает ничего ложного: каждый кадр подлинный. Он просто выбирает, какие подлинные кадры показать.

Отсюда правило, которое стоит применять к любому видео из зоны конфликта: смотрите не на то, что в кадре, а на то, что могло быть в кадре и чего там нет. Оператор всегда выбирает направление камеры, и выбор направления – это уже позиция.

Что осталось от вечера

От вечера восемнадцатого февраля осталось больше, чем кажется, и осталось оно не в идеологии.

Осталась форма. Форма массового мероприятия, на котором публика не слушает, а участвует. Форма, в которой вопрос задаётся залу и зал отвечает. Форма, в которой ответ записывается и становится материалом.

Сегодня эта форма живёт в трёх местах. В политических митингах, где зал отвечает на вопросы ведущего. В ток-шоу, где аплодисменты вставлены в монтаж. И в ленте, где реакция – лайк, репост, комментарий – выполняет ту же функ-

цию, что крик «да» в 1943 году: она связывает человека с позицией, которую он только что выразил публично.

Разница только в масштабе. В «Шпортпаласте» было десять тысяч человек. В ленте может быть десять миллионов. И все они – зал, который ответили «да», потому что их спросили именно так, как спрашивают, когда нужен ответ.

Что от него осталось

Наследие Геббельса почти никогда не передавалось прямым копированием, и в этом главная ошибка разговоров о нём. Никто сегодня не строит министерство и не вешает транспарант. Передались три вещи, которые не являются идеологией.

Первая: понимание, что аудитория не рассуждает, а переживает. Поэтому сообщение должно быть переживанием, а не доводом.

Вторая: понимание, что событие можно изготовить под сообщение. Современный эквивалент «Шпортпаласта» – это не речь, а утечка, срежиссированное видео, провокация, удар по объекту в тот момент, когда он нужен как картинка.

Третья: понимание, что главный враг пропаганды не правда, а альтернативный источник. Поэтому вся энергия аппарата уходила не на переубеждение противника, а на устранение возможности слышать кого-то ещё.

Разница между 1933 и 2026 годами не в этом списке. Разница в том, что в 1933 году для первой и второй вещи нужны были министерство, радиостанции, киностудии и террор.

В 2026 году для первой и второй нужен телефон, а для третьей приёма не существует: источников стало столько, что их нельзя устранить, и потому энергия уходит на противоположное – на то, чтобы все источники кричали одновременно.

ГЛАВА 5

Будапешт, двадцать третье ноября

Венгерское восстание началось двадцать третьего октября 1956 года с демонстрации студентов, а к четвёртому ноября, когда советские танки вошли в Будапешт, в стране уже несколько дней работало правительство Имре Надя и по радио звучали голоса, которых раньше не было.

Один из этих голосов принадлежал «Свободной Европе», радиостанции, вещавшей из Мюнхена на венгерском. Её слушали в Будапеште с начала пятидесятых, слушали тайком, обсуждали услышанное в очередях. В дни восстания её аудитория выросла до масштабов, о которых редакция не могла мечтать. В эфире говорили о сопротивлении, о помощи, о том, что мир смотрит.

После разгрома восстания начался разбор. Кто-то из венгерских эмигрантов утверждал, что радио обещало вмешательство Запада. Слушатели вспоминали фразы, которые могли быть обещанием и могли быть надеждой, вложенной самим слушателем. Разбирательства шли годами, часть сотрудников венгерской редакции ушла, потому что не могла больше работать, несколько человек покончили с собой. Специальный комитет ООН по Венгрии в 1957 году написал

осторожно: передачи были неоднозначны, и при тогдашней ситуации в Венгрии любая неосторожность могла иметь последствия.

Для нашей темы в этой истории важнее не вопрос о том, кто что обещал. Важнее устройство: государство, которое официально не вело войны с СССР, содержало радиостанцию, вещавшую на его союзника, и эта радиостанция была сильнее любой армии в деле, ради которого её создавали.

Как это было устроено

В 1949 году в США появился Национальный комитет за свободную Европу, а вместе с ним кампания «Крестовый поход за свободу», собиравшая деньги с американцев: можно было подписать «свиток свободы», купить марку, отправить пожертвование. В 1950 году начала вещание «Свободная Европа», в 1953 году к ней добавилась «Свобода», для СССР.

Деньги шли из бюджета, о котором не сообщалось. Комитет финансировался ЦРУ через частные фонды, и это было известно узкому кругу людей в Вашингтоне. Формальная независимость редакций соблюдалась: сотрудники-эмигранты не знали, откуда деньги, и это было частью замысла. Человек, который не знает, кто ему платит, говорит искренне, а искренность была главным ресурсом.

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.