

Константин Кастанед

**Социальное
программирование –
не будь управляем**

2015 г.

Содержание

ЧАСТЬ I. Социальные программы

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Глава 0. Что такое социальное программирование?..... | стр. 3 |
| Глава 1. Базовая социальная программа «Шлюха одобрения» или в погоне за лайками..... | стр. 6 |
| Глава 2. Потреблядство. Часть 1. Синдром показного потребления..... | стр. 9 |
| Глава 3. Потреблядство. Часть 2. Психология человека-потребляди..... | стр. 13 |
| Глава 4. Культ Секса..... | стр. 17 |
| Глава 5. Порнография как инструмент культа секса..... | стр. 22 |
| Глава 6. Женский культ..... | стр. 24 |
| Глава 7. СМИ, искусство, культура, Интернет и соцсети как средства социального манипулирования и создания субъективной реальности..... | стр. 27 |
| Глава 8. Культивирование тупости..... | стр. 32 |
| Глава 9. Феномен массовой истерии..... | стр. 35 |
| Глава 10. Детское программирование. Часть 1. Родительская прошивка..... | стр. 37 |
| Глава 11. Детское программирование. Часть 2. Школировка..... | стр. 39 |
| Глава 12. Секты, культы, идеологии и их программирование..... | стр. 42 |
| Глава 13. Секрет успеха гуру..... | стр. 46 |
| Глава 14. Вегетарианство как средство сектантского программирования..... | стр. 48 |
| Глава 15. Две стороны медали алкогольной и табачной зависимостей..... | стр. 52 |
| Глава 16. Религия в социальном программировании..... | стр. 60 |
| Глава 17. Идеально социально запрограммированный гражданин..... | стр. 54 |

ЧАСТЬ II. Защита от социального программирования

| | |
|-------------------------------------------------------------|---------|
| Глава 18. Критическое мышление..... | стр. 61 |
| Глава 19. Не Личность (автор: YoGa)..... | стр. 63 |
| Глава 20. Освобождение от социального программирования..... | стр. 67 |
| Глава 21. Человек-Созидатель. Путь к подлинности..... | стр. 70 |

Часть I. Социальные программы.

Глава 0.

Что такое социальное программирование?

Почему в обществе принято вести себя "как положено"?

Вот одним людям – так и так, а другим – иначе? Взрослым нужно быть серьезными, начальникам – в строгих костюмах, мужчинам – сильными, женщинам – сексуально привлекательными. Надо креститься и верить в Бога. Любить Родину. Учиться в школе/универе/пойти на работу/жениться/родить детей. В этом сезоне модны сапоги с мехом, а в следующем – австралийская обувь из овчины. Чтобы стать счастливым – нужно доказать окружающим, что ты этого достоин – иметь квартиру, машину, дачу, дорогой смартфон, отдыхать за границей. На праздники надо выпивать. Если ты настоящий мужик – надо отслужить в армии. Если девушка – выйти замуж когда положено, не позже 25-ти. Чтобы произвести впечатление на женщину, нужно покупать ей подарки, а если ты и есть женщина – не общаться со скупыми и нищелюбами.

И так далее. Знакомо? Мы все управляемы. Изначально, традиции и стереотипы созданы для поддержания порядка. С другой же стороны, чтобы понять, откуда растут ноги у стереотипов, и не «имеют» ли вас лично этими правилами и установками, следует копнуть глубже, чем мы и будем заниматься на страницах этой книги.

Любое общество живет и развивается не стихийно, а под воздействием каких-то факторов, правил, ограничений. Чтобы система государства была жизнеспособной, его граждане должны делать то, что им скажут «сверху». Чтобы эти граждане не пошатнули систему, они должны считать себя свободными, быть довольными и занятыми.

Современный капитализм представляет из себя общество потребления с кризисом перепроизводства, где необходимым условием его функционирования является постоянное потребление товаров и услуг – нужных и не очень. Система должна работать без сбоев, а поэтому каждому её «винтику» нужно жить по принципу «потребляй, работай, размножайся, умри». Никто не должен мешать механизму, прислушиваться к себе и задавать лишних вопросов.

Чтобы взрастить граждан, поддерживающих существующий порядок, власть, экономику, политический строй, применяется социальное программирование – набор инструментов воздействия на народные массы. Арсенал их велик – это традиции, система образования, религия, идеология, реклама и PR, СМИ и общественное давление.

Метод прямой государственной пропаганды, с плакатными лозунгами и призывами подняться за страну в едином порыве уже не работает в белых странах с демократическим устройством. Активность народных масс сошла на нет, люди устали от политики и войн и стали эгоистичнее. Они замкнулись в своем мире, где главное – их дом, имущество, карьера и семья, кабельное ТВ и Интернет, секс, заграничный отдых и модные цацки. Соревнование в доминировании сузилось до обладания статусными вещами.

Это и есть результат современного социального программирования, мягкой пропаганды, действующей в обход сознания. Формально гражданин думает, что он свободен – но в действительности его свобода подменилась выбором между «сникерсом» и «марсом». Его «держат» семейные обязанности, автокредит и ипотека, стремление следовать стандартам общества, отдавать моральные долги, соревноваться в крутости с окружающими и равняться на «нормальных людей». Свой внутренний голос же с мыслями «а так ли я живу» глушится рекламно-телевизионными призывами покупать больше и сильнее развлекаться.

Народными массами движут три базовых инстинкта:

- Голод
- Секс
- Стремление доминировать (тяга к превосходству, жажда власти)

Социальное программирование воздействует на эти инстинкты посредством так называемых «социальных программ» («Шлюха одобрения», «Потреблядство», «Култ Секса» и др.), каждая из которых будет рассмотрена в книге (и в нашей группе вконтакте).

Основная цель таких программ: навязать индивиду не свои желания – он должен хотеть то, что ему скажут и делать все, чтобы заполучить желаемое. А если он не соответствует стандарту «как у всех» – должен чувствовать себя плохо, порицаемым другими «нормальными людьми».

Главный постулат социального программирования:

Утвердить человека как ничтожество, а потом питаться его стремлением доказать обратное.

Убеждения в собственной ущербности внушаются гражданину с детства, с «воспитанием» в садике и школе. Критерии полноценности же устанавливает общество: это «понты», квартира/машина/дача, статусные вещи, семья, карьера, власть и секс.

Что мы будем иметь ввиду под термином «социальное программирование»?

Это психологическое давление на население в целом и на каждого его члена в отдельности, ставящее цель так изменить сознание индивида, чтобы он воспринимал то, что ему внушают за свои собственные стремления, мысли и мнение, боролся за них, и поступал в угоду «операторам» программирования.

Итак, что относится к социальному программированию?

- 1) Воспитание.
- 2) Дрессировка в учебных заведениях («shooling»).
- 3) Традиции\обычаи\культура\стереотипы и шаблоны поведения.
- 4) Реклама\пиар\информация из СМИ, ТВ, Интернета, продуктов масскульта: книг, музыки, шоу и фильмов.
- 5) Государственная пропаганда.
- 6) Психологическая обработка гражданина в разных организациях – религиозных, политических, тренинговых и пр.

То есть это вся психологическая шелуха, которая «налипает» на индивида и уводит его в сторону от его самости, от собственных целей и стремления к счастью – к служению интересам общества, крупных корпораций и государства.

Социальное программирование бывает разным в зависимости от страны, ее общественно-политического строя, религии и ее исторического времени. В СССР оно было не таким, как в нынешней России. Средневековое церковно-феодалное программирование отличается от современного европейского. Американское социальное программирование отличается от мусульманского или китайского. Все потому что цели, культура и методы воздействия на население в разных странах могут не совпадать.

Конечно, не все социальное программирование вредоносное, если бы людям внушали только деструктивные программы, человеческая цивилизация бы просто не выжила к нашему

времени. И совсем без него общество было бы разрозненным и разобщенным. В этой книге мы будем рассматривать только наиболее нездоровые социальные программы, которые реализуются в нынешнее время в России.

Чем вредно социальное программирование?

Тем, что оно уводит человека от своей подлинности. Тем, что он живет не своей жизнью, гонится за ложными идеалами, не несущими ему пользы. Живет не ради удовольствия, а ради «статуса». Демонстрирует понты, накапливает имущество и потребляет, вместо того, чтобы заниматься своим любимым делом, получать удовольствие от него, от общения и от жизни в целом. Его жизненный путь строится по принципу «так надо». Из-за душевного вакуума некоторые отчаявшиеся люди вступают в секты, где им промывают мозги и выдаивают последние ресурсы. Человек постоянно недоволен тем, что он непопулярен, или у него мало секса или нет каких-то вещей. Пашет как вьючное животное на нелюбимой работе, чтобы купить «статусные» вещи, чтобы произвести впечатление на окружающих, которым до него нет дела. Отсюда – депрессии, неудовлетворенность жизнью, зависть к окружающим, озлобленность и конфликтность, букет психологических комплексов – от неполноценности до ложного превосходства.

Наша с вами задача – депрограммировать сознание: понять суть социального программирования, вскрыть социальные установки и научиться им противостоять, показать, как мыслить и принимать решения самостоятельно и прийти к подлинности, к счастливой жизни.

Книга ориентирована на широкий круг читателей, поэтому написана простым языком с периодическим использованием экспрессивных выражений.

Приятного чтения!

Глава 1.

Базовая социальная программа «Шлюха Одобрения» или в погоне за «лайками»

Случалось ли вам лгать, соглашаться и вести себя с людьми притворно, неестественно ради того, чтобы понравиться или получить похвалу?

Доводилось ли вам покупать дорогие, но по сути ненужные вам вещи, брендовые шмотки или «яблофон», брать в кредит дорогущую иномарку под большую процентную ставку, для того, чтобы впечатлить окружающих? (даже если вы сознавали, что потом весь год придется есть китайскую лапшу?)

Читали ли вы книги или журналы, смотрели ли фильм, потому что «это в моде», а не потому что произведение чем-то вас привлекло?

Делали ли вы что-то просто потому что «так принято», а не потому, что вы хотели это сделать? Или воздерживались ли вы от чего-то, боясь, что вас раскритикуют?

Если вы ответили хоть одно «да», можем вас поздравить. Вы попали под действие так называемой «шлюхи одобрения».

У основной массы людей нет своей точки зрения, основанной на собственных мыслях и логических выводах, их «мнение» продиктовано извне. Мировоззрением большинства владеют так называемые социальные программы – стереотипы, установки, шаблоны мышления, навязываемые в чьих-то интересах. В этой главе мы поговорим о базовой, самой вредной социальной программе, на которой зиждутся все остальные. Впервые она была обозначена человеком по имени Тимур Смирнов в его блоге и условно названа им «шлюхой одобрения».

Почему «одобрения»? Потому люди жаждут его, хотят быть хорошими, признанными другими. Им нужно внимание, похвала, восхищение и зависть окружающих для самоутверждения и услаждения Чувства Собственного Величия.

Почему «шлюха»? Потому что если внимательно присмотреться, многие подстраиваются под других, хотят угодить им, впечатлить, похвастаться или доказать им что-либо ради того, чтобы получить от окружающих положительную реакцию. Чем не торговля собой?

Чтобы наглядней показать «шлюху одобрения» в действии, приведем такой пример. В начале 2010-х, группа инициативных любознательных молодых людей провела сетевой эксперимент. В социальной сети «Мой Мир» есть очень популярная функция «оценка фотографии». Любую выложенную пользователем фотографию может оценить другой пользователь, поставив оценку от «1» до «5». Оценка фотографии увеличивает её рейтинг, повышая или понижая его.

Инициаторы же эксперимента решили поставить «1» фотографиям большого количества людей, и посмотреть на их реакцию. В итоге – пользователи готовы были разорвать незнакомых им людей за плохую оценку. Но подробнее, к чему это привело, можете сами увидеть, набрав в поиске видео «Жители Сети без прикрас».

Вообще, популярные сайты, и особенно соцсети базируются на эксплуатации у своей аудитории нарциссизма посредством «шлюхи одобрения».

Возьмем, к примеру сайт vk.com. Что мы имеем? Стена, комментарии, статусы, куча информации «о себе любимом», отметки на фото и видео, подарки, приложения типа

«лицемера», «мои новости», упоминания, ава с функцией смены фото, количество «друзей» (которые еще обиду на тебя затаят, попробуй их удали!), «подписчики» и «ответы».

И самое гениальное изобретение: кнопка с сердечком «мне нравится» («I Like» или просто «лайк»), «одобрение» в миниатюре. Как раз для тех, кому лень писать комментарий и для тех, кому приятно насобирать множество таких «одобрений». Причем, заметьте – кнопку «мне не нравится» руководство социальной сети не вводит! И никогда не введет.

Социальные сети с введением «лайков» как раз иллюстрируют сущность «шлюхи одобрения» - много людей и в реальной жизни по сути занимаются тем, что «собирают сердечки».

Другие сайты используют то же самое – на них сидят, чтобы привлекать внимание и похвалу себе любимому, ищут одобрения в чужих глазах, а не найдя его в достаточных количествах накручивают себе подписчиков, просмотры и «мне нравится». Поэтому они так и популярны: «спрашивай.ру» и «formspring», «twitter.com», «youtube.com» (тоже с лайками/дизлайками), сайты знакомств (часто туда заходят, чтобы просто проверить, сколько смотрели твою анкету и сколько тебе написало), и даже творческие ресурсы типа «проза.ру», где «писатели» пишут друг другу рецензии.

«Шлюха одобрения» - универсальный инструмент, которым можно воздействовать на потребителя в целях реализации ему какого-либо товара.

«Помой рожу клерасилом», «побрызгайся новым суперароматом», «брейся нашими станками» и тебя заметят девушки (ну или парни). Пей элитный алкоголь, купи «яблофон», носи вот это клоунское шмотье (помните, в моде были штаны «Dsquared2»?) и все будут видеть, что ты можешь себе это позволить. Купи в кредит наше авто и гордись этим, пока авто не выйдет из моды. Пройди наш супертренинг и стань мегакрутым по жизни, а не тем ущербным лохом, коим ты был до покупки.

В современной прозападной культуре к сожалению принято, что обладание какой-то статусной штуки делает тебя «особенным». Подробнее о феномене потребительства и социальной программе «Синдром Показного Потребления» - в следующей главе.

Кстати, культ знаменитостей, внимание к «авторитетам» и тяга к известности тоже являются разновидностью «шлюхи одобрения». Как метко заметил тот же самый Тимур Смирнов, быть известным означает быть одобренным большим количеством народа.

Многие, чаще всего молодые, люди с развитием телекоммуникационной индустрии стали помешанными на известности.

К чему это приводит – в мягком варианте в попытках примазаться к известностям, добавлением их в «друзья» в соцсетях, или просто хвастовством, типа «Я сфоткался со звездой» или «Я президента видел!».

Самую «жесть» мы можем наблюдать, когда кто-то сам пытается стать известным, не имея к этому весомых предпосылок. Многие «звезды ютуба» или «жертвы контакта» доставили обывателям много веселья своим искрометным «творчеством». Примеры? Поищите в интернете про Александра Фоломкина, Максима Доши или рэппера Dirty Monk. Женский вариант помешательства – например, Дарья Сускина или Алёна Пискун.

Не последнюю роль «шлюха одобрения» играет в отношениях мужчин и женщин. Конечно, это не относится ко ВСЕМ отношениям. Однако в новорусской культуре отношения во многих парах зачастую строятся не на взаимных чувствах или интересах, а на социальном

положении одной стороны. Тут «шлюха одобрения» касается по большей части мужской части (женской частью двигают другие социальные программы, об этом в других главах). Многим мужчинам свойственно встречаться с девушками ради их внешности, дабы подчеркнуть и продемонстрировать свой высокий статус, попросту говоря «понтануться».

Секс зачастую рассматривается мужчинами как получение от женщины очередного «лайка». А если «лайков» много – то это повод рассказать об этом окружающим, подкормив свое ЧСВ. И это активно культивируется рекламой и современной культурой. Давя на комплекс сексуальной привлекательности, можно впарить потребителю, что угодно – от дезодоранта до автомобиля (об этом позже в главах «Потреблядство» и «Культь Секса»). Еще пример – сообщество пикаперов активно поддерживает «погоню за лайками» и ставит цель научить этому все мужское население (взяв, естественно, плату за «обучение»). Причем задача соблазнить как можно больше женщин постулируется как «саморазвитие», а мерилом мужской крутизны служит количество соблазненных женщин.

В заключении этой главы – несколько советов о том, как не идти на поводу у «шлюхи одобрения».

Выработайте самодостаточность. Поймите, что вы как человек имеете ценность сами по себе, сами для себя, не зависимо от реакции людей и наличия у вас какого-либо «статусного» барахла. Вы должны чувствовать себя хорошо без внешних атрибутов и чьего-либо общества. Вы сами по себе можете являться хорошим человеком, без каких либо надуманных покупных привилегий.

В общении с людьми перестаньте гнаться за «лайками», ведите себя дружелюбно, но не беспокойтесь о том, что скажет княгиня Марья Алексевна. Будьте естественны. Поймите, что для осознания собственной ценности вам не нужно чье-то одобрение. Занимайтесь тем, от чего вы действительно получаете удовольствие, не обращая внимание, одобряют ли это другие. Не делайте что-то, потому что «так положено», «принято» или потому что «это круто».

Не пытайтесь никого впечатлить дорогими вещами, они не принесут вам глубокого удовлетворения и внутреннего счастья. Большинству людей все равно это безразлично, они больше думают о себе. Перестаньте тратить на ненужное барахло, навязываемое рекламой с ярлыком «стиля» или «моды», перестаньте вообще желать его приобрести. Поймите, вы на самом деле не хотите самих этих вещей – вы хотите то, что они вам обещают дать (престиж, любовь окружающих, самоуважение), а вернее того, что они вам дать вряд ли смогут.

Помните, что приобретая слишком много дорогих «игрушек», вы рискуете тем, что с вами будут общаться ради ваших денег или статуса, а не из-за вашей неповторимой личности.

Если вы видите, что кто-то «понтует» или хочет произвести ложное впечатление, не ведитесь, не завидуйте ему и не подкармливайте его ЧСВ. Перестаньте оценивать людей по признаку какой-то «крутости» или «статусности». Эти понятия – всего лишь иллюзии.

А в следующей главе мы рассмотрим феномен неумеренного статусного потребления.

Глава 2.

Потреблядство. Часть 1.

Синдром показного потребления

«Если ты засунул в задницу перо, это еще не означает, что ты стал павлином» - сказал Чак Паланик, автор романа «Бойцовский клуб».

В современном рыночном обществе, где все покупается и продается, люди как раз и заняты тем, что соревнуются – кто из них больше похож на птицу с пышным хвостом. Причем, в качестве «перьев» выступают всевозможные «понты» - брендовые шмотки, аксессуары, модная техника, гаджеты и пр.

Суть деятельности человека-павлина уловил писатель Джек Керуак еще в 1950-х годах, на заре формирования общества потребления. Его афоризм, широко разошелся впоследствии по кино, книгам и глобальной сети Интернет:

«Слишком многие люди сейчас тратят деньги, которых они не заработали, на вещи, которые им не нужны, чтобы произвести впечатление на людей, которые им не нравятся».

Сам феномен так называемого «потреблядства» был предсказан еще дедушкой В.И. Лениным, который, анализируя, куда катится капитализм, предположил два возможных варианта: либо он «сожрет сам себя» вследствие кризиса перепроизводства, либо научится насаждать среди «быдла» желание покупать ненужное ему барахло.

По какому пути пошел капитализм, мы все прекрасно видим. Реклама агрессивно лезет во все сферы нашей жизни, в кино, книги, интернет, и даже на детские площадки для дошкольников (все же видели эти качели и горки с рекламой нефтяной компании?). Продается все – от самолетов до «спИдометра» («стильной штучки, якобы позволяющей определить наличие ВИЧ у человека на расстоянии) или браслетов, с помощью которых мышцы качаются сами. Продают даже воздух, в консервных банках с надписью «Воздух Санкт-Петербурга» или «Воздух Горного Алтая».

Для бездетных людей вот даже изобрели куклу, которая «умеет не только плакать, но еще и какать и писать, у нее поднимается температура, она хлопает глазками, да еще и внешне ее практически не отличить от живого малыша, если не вблизи смотреть, конечно».

А как вам, например, такая услуга как «друг напрокат»? Агентство по «аренде друзей» предоставит наиболее подходящего Вам собеседника или сопровождающего, юмориста или тусовщика, психолога или экскурсовода, партнёра по танцам или спутника по шопингу, который за небольшое вознаграждение составит вам компанию. По такому же принципу, кстати, «продают» время мужчин, которые в нужное время сыграют «папу» ребенку одинокой матери.

Итак, что же такое «потреблядство»? Это отождествление стержня своей самооценки с количеством или со стоимостью вещей, которые ты приобретаешь. Чем больше или дороже купил – тем ты круче.

В научных и околонаучных трудах есть термин – «статусное потребление» или «демонстративное потребление», описывающее поведение, когда человек купил что-то с его точки зрения престижное, и демонстрирует это всем окружающим. Такое поведение в глазах демонстративного потребителя должно служить поддержанию имиджа «благополучного человека», «успешного мужчины» и т.п. и вызывать чувство зависти у окружающих.

Самого «благополучия» как такового объективно не существует. Существует лишь понятие, представление о «благополучии», которое формируется в данном конкретном обществе

в данное конкретное время. Как раньше престижно было иметь венгерский сервис (от которого сейчас все избавляются), видеомэгнофоп и «Жигули» последней модели (уж чего говорить о «Волге»), сейчас на смену этому пришли другие атрибуты «красивой жизни». Суть осталась той же.

Образы «роскоши и респекта» культивируются в обществе искусственно, с помощью инструментов пропаганды, и служат цели обогащения тех, кто пропаганду заказывает. Одним из самых популярных способов внушения является постоянное повторение. Как говорил рейхсминистр народного просвещения и пропаганды Германии др. Геббельс: «Ложь, повторенная тысячу раз, становится правдой».

То есть, если обывателю по много раз в день с экрана телевизора, с радио, с глянца и Интернета вдальбливать: «если у тебя нет яблoфона, машины, разных дорогих предметов – ты лох и ничтожество, тебя не будут уважать и ты не найдешь себе партнера», он рано или поздно пойдет закупаться «понтами», чтобы не выглядеть тускло на фоне других. И некоторое время он будет рад покупке (пока не выйдет ее новая модель).

В матушке России и в развивающихся странах культ Вещей цветет пышным цветом, в погоне за «лайками» и ложными ценностями люди зарабатывают себе неврозы. Не удивительно, что человек боится «отстать от жизни» и «жить хуже людей». Не взял ипотеку, живешь с родителями? – посмешище! Тебе за 30-ть лет и нет «Лексуса»? – унылое говно по жизни! У девушки нет норковой шубы, сапог от «Дольче», сумочки и прибабасов от «Луи Виттон» – фу, что за стрем!? Не купил своей женщине дорогую машину? – тряпка, а не мужик! В пример можно привести молодых мужчин, искренне переживающих, что без личного авто девушки (тех, что в народе зовут «легкого поведения») не будут обращать на них внимания, и испытывающих внутренние муки по этому поводу. Далее, они оформляют кредит на авто и отныне каждый день обедают китайской лапшой. А вот несколько лет назад весь Интернет облетела история, как 17-летний китаец продал почку, чтобы купить себе «яблoфон» тогдашней последней модели.

Народ в азиатских странах особо чувствителен к техническим новинкам. В январе 2012 года в Пекине случился показательный казус. В фирменном магазине «Apple» ожидалось открытие продаж новой модели их устройства. В первый день продаж у магазина столпились сотни людей, желающие приобрести продукт. Некоторые прилетели туда из Тибета и отдаленных регионов страны. Руководство же магазина, оценив количество собравшихся, посчитали, что желаемых товаров на всех не хватит и объявило о переносе дня продаж. Разъяренные китайцы стали забрасывать магазин камнями и устроили беспорядки, которые пришлось разгонять полиции.

Наши соседи по западному полушарию не отстают в маразме. «2011 год запомнится американцам тем, что вечером в День Благодарения, еще накануне «Черной пятницы» (дня всеобщих скидок и распродаж), одна женщина в Лос-Анжелесе, в битком набитом универмаге «Уолл-Март», достала из сумочки баллончик с перечным газом и стала брызгать его в лица покупателям вокруг нее, чтобы дезориентировать их и самой завладеть товаром со скидкой, который ей приглянулся. И это не шутка. От ее нападения пострадали 20 человек» (из сообщения в новостях).

Если до начала прошлого века предметы роскоши приобретались людьми из высших каст общества, сейчас с развитием инфраструктуры «потреблядство» перекинулось на бедных и средний класс. Именно они в основной массе покупают предметы, неадекватные их заработку, различные прибабасы, свистелки и дуделки, «бентли» в кредит и т.п.

Однако, можно заметить, многие богатые люди выглядят и ведут себя по-простому. Для примера вспомните, как одевался почитаемый ныне Стив Джобс. Кто-то возразит, что поп-

звезды и знаменитые актеры носят бренды. Да, но за рекламу им платят. «Умные люди глянец не читают, они его издают» - как сказала одна из персонажей фильма «Глянец».

Погоня за вещами – сродни беличьим бегам в колесе. Сколько бы человек не купил, ему всегда будет хотеться приобрести больше или дороже, сколько бы он не заработал – ему будет казаться, что он зарабатывает мало. Реклама будет постоянно гадить в душу обывателя, культивируя его комплексы, давя на жадность, объясняя ему, что он недостаточно крут, здоров, красив, что он несчастлив без определенных покупок. А если учесть, что товары специально производят так, чтобы они служили недолговечно (ибо это экономически выгодно, есть даже такое явление - «запланированное устаревание»), а меняющаяся мода «обесценивает» вещи быстрее, чем они выйдут из строя, гнаться за «понтами» - это все равно, что бежать куда-то без цели назначения.

Бренд «успешный человек» - всего лишь выдумка, навязанная в чьих-то корыстных целях. Опять же с чьей точки зрения здесь «успех»? «Успешные люди» - по сути те, кто постоянно приносит прибыль производителям товаров/услуг. Чувствуют ли они сами удовлетворение? Какое-то время да, но по прошествии уймы убитых лет, прохождения тренингов и товарного фетишизма – они понимают, **ТЫ НЕ СТАЛ «УСПЕШНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ», ТЫ ПРОСТО ПОВЕЛСЯ И ПОТРАТИЛ ДЕНЬГИ НА НЕНУЖНЫЕ ТЕБЕ ВЕЩИ, ТЕБЯ ПОИМЕЛИ, А ЖИЗНЬ ПРОШЛА В ПОГОНЕ ЗА ПОДВЕШЕННОЙ МОРКОВКОЙ.**

Как уберечься от потреблядства?

Никто не призывает вас отказаться от автомобиля, мобильного телефона, сбросить одежду, носить вместо нее на теле простыни и уехать изучать буддизм.

Сказанное выше вовсе не означает, что нужно оставить свою работу и податься в кнининг-услуги или в менеджеры по утилизации стеклотары. Деньги сами по себе не хороши и не плохи. Просто не следует ставить их во главу своей жизни и жить от покупки до покупки каких-то предметов, пусть и считающихся респектабельными.

Вспомните свои ощущения, когда вы купили что-то дорогостоящее? Как долго они продолжались? Куда они делись потом? Поймите, что ни одна вещь не сможет сделать вас счастливым, она рано или поздно выйдет из строя или из моды.

Личное счастье и богатство – далеко не всегда совместимы друг с другом, по той причине, что со временем второе приедается, и становится обыденным. История знает немало случаев суицида очень богатых персон, один из недавних – с мультимиллиардером Адольфом Меркле, занимавшем в 2007 году 5-е место в списке самых богатых людей Германии. В результате неудачной игры на бирже его состояние сократилось до 8 миллиардов долларов, и он решил свести счеты с жизнью, бросившись под поезд 5 января 2009 года.

Чтобы выйти из под влияния потреблядства, нужно отказаться от контактов с его «источниками заражения»: ТВ, радио, новостей, прессы (за исключением специализированных изданий по интересам и хобби).

Также следует как перестать оценивать людей по принципу «у кого больше перьев», так и самому прекратить выделаться имуществом.

Человек, который хочет закончить кормить потреблядскую машину неэффективной тратой денег, должен переориентировать свои финансовые расходы от покупок «что модно», на то «что необходимо/что нравится» и на вещи с «голым функционалом», а также перестать получать сомнительное, сродни наркоманскому, удовольствие от «шоппинга».

Не покупайте брендовые вещи, а если уж купили – аккуратно сотрите с нее, отклейте, уничтожьте фирменный логотип, чтобы его не было видно. Ведь вы отдали деньги за саму вещь, а не вам заплатили за то, чтобы вы носили чужую рекламу.

Глава 3.

Потреблядство. Часть 2.

Психология человека-потребляди

В предыдущей статье «Синдром показного потребления» мы рассмотрели сам феномен потреблядства. Сейчас мы с вами заглянем вглубь психологии гиперпотребителя.

Для начала определим, что такое потребительство, и что значит потреблядство и чем они отличаются.

Предположим, вам нужна теплая одежда на зиму. Вы идете и покупаете зимнюю куртку, шапку, пару сапог, утепленные брюки, пару свитеров. Это потребительство. Покупка необходимого.

Если у вас в гардеробе 6 курток, 2 пальто и шуба из шкуры пушистого зверя, 4 шапки, 7 пар сапог, 10 брюк и 20 свитеров – это потреблядство. Покупка ненужного, не для реальной надобности, а для демонстрации напоказ.

Итак, потреблядство это:

- 1) Покупки излишнего.
- 2) Покупки ненужного.
- 3) Покупки не по средствам.
- 4) Покупки носящие показной характер, с целью впечатлить окружающих.

Для поддержания жизнеспособности экономики современной капиталистической системы, усилиями маркетологов был взращен так называемый «человек-потреблядь», смыслом жизнедеятельности которого выступает накопление богатств и демонстрационное потребление, поднимающее самооценку и тешащее чувство собственной значимости.

Человек-потреблядь по сути неотделим от своих вещей, девайсов, имиджа и стиля жизни. Вспоминается диалог персонажа популярного сериала «Физрук», когда тот на реплику в его адрес: «Ты неудачник!» вспыхнул: «Да у меня квартира-трешка в Москве! У меня «Геленваген!!» Как видим, самоидентификация человека-потребляди напрямую сопряжена с его имуществом.

Потребитель, не имея собственной сути, состоит из того, что имеет. Человек-потреблядь в сущности и есть совокупность его вещей, и, как верно подметил «Mr. Freeman» в старом некогда популярном ролике: «Я есть, а вас – нет! Вы, например, можете подарить свой мобильник первому встречному? Можете прямо сейчас отформатировать винт на вашем компьютере? Стремно? А знаете, почему вы этого не сделаете? Потому что это для вас равноценно самоубийству, вы без этого не существуете!»

Современная жизнь молодых людей выстроена так, чтобы они потребляли как можно больше ненужного. Разберем это на примере праздников и жизненных событий.

Свадьба. Молодожены (и их близкие родственники) покупают венчальные костюмы, заказывают церемонию, обмениваются кольцами, арендуют лимузин, устраивают банкет на огромную сумму (перед этим проведя мальчишник/девичник) с участием множества гостей и тамады. Самый обязательный атрибут любой свадьбы – внимание! – фотосессия. Часто для нее нанимают профессионала. После всех торжеств молодые муж и жена едут в заграничное путешествие.

Рождается ребенок. Его мать торжественно встречают из роддома с большим букетом

цветов и дорогим подарком, опять же закатывают банкет, для новорожденного делаются «подарки». Все снимается на фото.

Очередная годовщина свадьбы/рождения ребенка. «Молодожены» обновляют кольца, покупают украшения для квартиры, тратятся на банкет, а гости – на подарки. Событие запечатлевается на фото.

Ребенок идет в первый класс. Его снаряжают школьной формой, цветами и набором канцелярских принадлежностей. Это все тоже отмечается и фотографируется.

Новый год. Что это прежде всего? Это елка, шампанское и другое бухло, объем продуктов, в 3-4 раза превышающий обычную дневную потребность в еде, фейерверки-хлопушки-огни-гирлянды, и куча подарков всем подряд. Это тоже надо снять хотя бы на телефон.

День Святого Валентина (или «день секса за открытку»). Распродажа «романтических» подарков и кондитерской продукции.

23 февраля. Распродажа носочных изделий и бритвенных принадлежностей.

8 марта. Распродажа косметики, цветов и женских товаров.

Отпуск летом. Обязательно закупить сувениров, сфотографировать все, что ты видел в путешествии, и выложить в сеть.

Хэллоуин. Молодежь закупает костюмы «нечистой силы», идет отмечать и фотаться в клуб.

То есть, мы видим, что:

Во-первых, любой праздник или событие в жизни отмечается чередой актов потребления.

Во-вторых, при этом обязательна фотосессия, с последующим выкладыванием фото в соцсети. Иначе зачем было затевать эту байду и долго готовиться к празднику? Фотографии нужны уже не столько на память, сколько для демонстрации напоказ.

Что все это означает?

То, что основной мотивацией многочисленных и дорогостоящих приобретений является не необходимость в них, а стремление «выпендриться», продемонстрировав их.

В княжеско-царские времена нашей страны населению не было свойственно стремление к личному обогащению. Народу насаждалась идея христианского нестяжательства, служения Богу (через церковь) и царю-батюшке. Россия была предпоследней страной в Европе, отменившей крепостное право, капитализм до его отмены с развитием не спешил.

В советское время населению удалось привить некоторые потребительские идеалы (вспомним джентльменский набор «квартира-машина-дача») и идея построения коммунизма и труда на всеобщее благо провалилась из-за естественного стремления людей к здоровому эгоизму.

После духовного вакуума 1990-х годов российская власть взяла на вооружение идеологию, разработанную и обкатанную на Западе: стремление к богатству и «статусному потреблению».

В качестве выхода из серого беспросветного уныния ельцинских времен система предложила людям стать богатыми, успешными и знаменитыми, демонстрируя обывателям с экранов телевизоров и мониторов картинки «красивой жизни», подкрашенной в видеоредакторе. По задумке новых хозяев идей, желания человека должны затмевать его потребности, и даже – физические возможности воплотить в жизнь свои запросы. Люди должны хотеть приобрести все новые и новые вещи, даже когда в них нет практической нужды. Хозяину пусть даже престижного авто будет давить на нервы факт, что у его знакомого машина на порядок дороже, а владельцу двухкомнатной квартиры – что у его родственников в квартирах больше комнат. Даже школьника с «самсунгом» будет бесить «яблофон» у его соседа по парте. Социальное программирование направлено на то, чтобы мы всегда были недовольны своей жизнью и стремились приобрести больше и дороже.

Отныне люди стали самоидентифицировать себя не со своей сферой деятельности, как в советские времена (я – рабочий, я – врач, я – архитектор) и степенью полезности обществу, а с тем, как они проводят досуг. Теперь их «Я» лежит в сфере потребления. Вместо стремления к любимому занятию человек-потреблядь занимается накоплением и демонстрацией богатств.

Философ XVII века Рене Декарт выразился: «Я мыслю – значит, я существую». Современный вариант этой фразы звучал бы так: **«Я потребляю – значит я существую».**

Достоинство человека в современной системе оценивается его способностью быть потребителем. Сегодня быть – значит иметь.

Консьюмер нашего времени может сказать о себе так:

Я измеряюсь в площади моего жилища.

Я измеряюсь в размере моей ипотеки.

Я измеряюсь в стоимости моего автомобиля, смартфона и одежды на мне.

Я измеряюсь тем, куда я езжу отдыхать, какие блюда и напитки я заказываю в барах и кафе.

Я измеряюсь в уровне дохода моего мужчины или количестве статусных цацек у моей женщины.

Я тем больше ценюсь, чем более растратно я могу позволить себе жить.

Итак, главный ориентир нынешнего человека – жить дорого и статусно, а главные его достижения – это акты потребления, факты обладания дорогостоящей вещью.

Кто же такие в глазах большинства те, кто из нежелания не участвует в потребительско-статусной гонке? Это люди, витающие в облаках, лохи без машины и ипотеки, неудачники по умолчанию. Им положено испытывать зависть к «успешным», и стремиться доказать, что они не верблюды. «Успешным» же следует тыкать в «неудачников» пальцем и пугать ими детей. Общаться на равных с ними можно, только если те станут соблюдать поверхностные материальные стандарты общества.

Чем руководствуется человек-потреблядь в своих неумных тратах?

1) Большинство людей проживают скучную жизнь и лишены творческой или финансовой свободы. Потребление для них та сфера, где они чувствуют свободу и власть.

2) Приобретая статусные товары, человек хочет потешить свое самолюбие и возвыситься в глазах окружающих.

В особенности это касается «брендовых товаров», лейблы на которых выступают в качестве «знаков-мессенджеров» для их потенциальных владельцев. Приобретая их, человек покупает не вещь, как функционал, а покупает «обозначение» - «я крутой, я богатый, я особенный» и пр. Потребляется не столько товар, сколько его «крутизна».

То есть, стремление человека-потребляди – не жить хорошо, а жить лучше соседей, родственников и коллег по работе. Статусные вещи несут в себе ту же функцию, что и в животном мире высокие гребни, яркая раскраска и пышные хвосты у высокоранговых особей. Отличие лишь в том, что созданные искусственно «понты» могут и близко не отражать реального ранга их носителей.

3) Люди не столько хотят обладать «понтами», сколько боятся не иметь их, не соответствовать стандартам общества.

Ведь социальное программирование внушило, что не иметь авто и разных дорогих вещей есть позорное явление для белого человека. Обладание же этими атрибутами, согласно рекламе, сулит радость, счастье, одобрение окружающих и легкую жизнь.

4) Обладатель роскошной и красивой вещи становится более значимым, а значит сексуально привлекательным для представителей противоположного пола.

5) У потреблядства есть более глубокая суть:

Обладая престижными вещами, люди хотят чтобы их любили и уважали.

Глава 4. Культ Секса

Если вы смотрели фильмы «Американский пирог» или «Займемся любовью», вам никогда не было жалко главных героев? Парней, **готовых расшибиться в лепешку, потерять голову, перешагнуть через собственное достоинство, лишь бы только получить секс?**

Все мы видели таких людей и в реальной жизни. За примерами далеко ходить не нужно – у девушек от дробчоров на мамба.ру и в чатрулетке отбоя нет. И вроде количество женщин и мужчин примерно одинаковое, а для многих людей секс – дефицитный товар.

Почему так? Если секс – простое и естественное занятие, почему все так помешаны на нем?

С развитием цивилизации это занятие обросло «социальной шелухой»: правилами, церемониями, запретами, табу. Люди понимали, насколько силен **сексуальный инстинкт**, и он **стал одним из основных инструментов социального воздействия, наряду со стремлением выжить и стремлением доминировать**. Как и всякое животное начало, его пытались обуздать и поставить на службу обществу.

Существует два способа социального программирования через сексуальный инстинкт:

1) Ограничения на секс и его проявления.

Применялся в странах христианской и мусульманской культур.

Если точнее, тут следует говорить о контроле над жизнью и поведением человека вообще, но в том числе и над его половой жизнью.

Почему секс табуировался? Однозначно сказать нельзя, но здесь много причин. Основная из них – сплочение общества, укрепление института брака и семьи для уменьшения количества конфликтов между мужчинами из-за особи женского пола. Также считалось, что секс отвлекал людей и забирал у них энергию от стремления к Богу и служению государству.

2) Управление через сексуальные провокации.

Активно применяется в наше время. Остановимся на этом подробнее.

Сейчас мы можем наблюдать как мужские так и женские сексуально-провокативные образы – в рекламе, по телевизионным и интернет-передачам, в кино, в прессе, в литературе и музыке, на различных коммерческих акциях. Делается это однако не из бескорыстных стремлений повозбуждать народ, а из расчета использовать основной инстинкт как главный мотиватор совершить покупку. Под «соусом» секса продается все, что угодно – от дезодорантов до пикап-тренингов.

«Купи наше авто, носи наши шмотки, пей наш коктейль **И ТОГДА ТЕБЕ ДАДУТ БАБЫ/МУЖЧИНЫ ПОСЧИТАЮТ ТЕБЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ**» - вот примерно такой мессадж содержится в каждой рекламе. На подсознание дается **ОБЕЩАНИЕ** секса за приобретаемую вещь, которая по идее должна вызывать соответствующие ассоциации. Постоянное повторение такой рекламы программирует людей постоянно думать о сексе.

Людей пичкают им, заставляя потреблять больше, чем они «съели» бы сами, не будь этого программирования. Больше, чем требует организм. Людям внушили, что это **ОЧЕНЬ** важно.

Значение секса многократно преувеличено и переоценено, он превращен в культ и возведен на пьедестал. В наше время **секс перестал быть просто биологической потребностью. Теперь это вопрос статуса, востребованности и общественного признания.**

Не трахаешься? Лох и неудачник! Отсутствие у тебя секса должно вызывать комплексы по поводу твоей несостоятельности. На наличии у тебя половой жизни в обществе завязывается самооценка.

Секс культивируется и возвеличивается в обществе для того, чтобы через воздействие на половой инстинкт людьми было легче управлять, заставлять их делать покупки и т.п. В этом задействована массированная пропаганда, целая индустрия, формирование общественного мнения... Ведь существенно проще делать деньги именно на человеческих слабостях.

Если бы человек из XIX столетия оказался бы в наше время в крупном городе России или Европы, он бы испытал сильное возбуждение. Судя по тому, что показывают с телеэкранов и мониторов, может показаться, что современные люди купаются в сексе. Девушки модельной внешности, отретушированные в фотошопе, позируют с рекламных щитов, видеороликов и глянцевого обложки журналов с интим-заголовками, фильмы часто не обходятся без постельных сцен. Но все это не отражает реальность, а создает большую иллюзию.

В рекламе часто используются секс-привязки. Эталонных красоток показывают вместе с продвигаемой продукцией. Можно вспомнить много ярких примеров – реклама жвачки, где крупным планом чувственный женский рот и язык; девушка с преувеличенным наслаждением натягивает колготки или чистит зубы; женщина будто бы заходится в оргазме, когда открывает и пьет сок...

У зрителей такой рекламы на уровне подсознания происходит связка между товаром и половым возбуждением. В дальнейшем этот товар, по расчету рекламодателей, должен вызывать сексуальные ассоциации.

В насаждении культа секса заинтересована вся система нашего капиталистического общества. Она в основном держится благодаря этому. Народ приучивают к потреблению – скупке всевозможных сомнительно нужных товаров и услуг – через сексуальные отношения.

Посмотрим, как это работает.

Исследования маркетологов показали, что **мужчины на призывы больше тратить ведутся слабо, предпочитая в покупках практичность, умеренность и здравый смысл. Женщины же охотнее расстанутся с деньгами взамен на различное барахло, так как принимая решения, они больше следуют эмоциям, нежели логике.**

Встал вопрос – **как же заставить мужчин потреблять больше?**

Завязать идею показного потребления на сексуальный инстинкт!

Мужчин стали приучать к потреблению через женщин. Во-первых, демонстрируя в рекламе связь товара с сексом. Во-вторых, внедряя в мужское сознание такие мифовиды:

1) Настоящий сильный успешный состоявшийся мужчина – это ВСЕГДА альфа-самец! Если ты крутой, ты должен трахаться как можно чаще и с большим количеством разных красивых девушек. У тебя мало женщин, бабы не дают? Какой же ты успешный мэн, ты лох! А еще слабак и неудачник!

2) Чтобы трахаться больше, чаще, с разными, и с очень красивыми, нужны деньги. Нужна машина дороже, квартира шире и выше, прикид моднее, последний яблофон, стиль жизни на широкую ногу, **и побольше тратить денег на капризы девушек. Без этого всего тебе не дадут.**

3) Да, много тратить на свою женщину, удовлетворять все ее хотелки и капризы, обслуживать ее и содержать. Иначе, какой же ты мужчина? И **если от тебя ушла женщина к другому более богатому и щедрому, это не она проститутка. Это ты сам виноват** (но тема программирования мужчины в так называемого «бабораба» - это предмет отдельного разговора).

Программирование направлено на создание такого типа мужчин, который не способен устоять перед желанием секса и ради этого сделает все, что женщина от него захочет. Это на руку как самим женщинам, так и производителям всевозможных товаров.

Цель данной программы – «накрутить» и не дать, внушить, что женщина – это противник в войне полов и предложить что-то купить, чтобы это исправить.

Женщинам в свою очередь тоже навязываются следующие установки по отношению к мужчинам:

1) Отдаваться нужно только тем мужчинам, которые способны обеспечить тебя и будут вкладываться, развлекать и покупать тебе то, что ты хочешь. На то они и нужны. **Мужчины – это ресурс, который нужно эксплуатировать по максимуму.**

2) Просто так давать по влечению – нельзя. Девушка, которая любит мужское внимание и отдается разным мужчинам, часто и по симпатии – шлюха (напомним, мужчину, соблазняющего много женщин называют гордо: «мачо»). Шлюх (т.е. девушек, искренне любящих секс) надо позорить. А себя надо «уважать» и заниматься сексом только в обмен на что-либо материальное.

3) Чтобы привлечь мужчин-спонсоров, нужно использовать **сексуальную провокацию** – вызывающим образом одеваться, вести себя, привлекать внимание.

То есть, с одной стороны, женщин подводят к демонстрации сексуального поведения, с другой – тех, кто сильно часто «дает» общество порицает. Таким образом формируется культура сексуальной провокации, поведение «возбудим, но не дадим».

Итак, что мы имеем?

Мужчинам навязывают, что главное в женщине – ее первичные половые признаки. Женщинам, что главное в мужчине – его платежеспособность. Нет, мы не отрицаем, что проституция была всегда. Просто сейчас такой образ мышления, характерный для представительниц самой древней профессии, пропагандируется в открытую через все виды СМИ.

Мужские сексуальные чувства намеренно разжигаются, чтобы побудить больше ПОКУПАТЬ ради успеха у женщин. Женщин программируют на «если давать, то за деньги и подарки», на провокационное поведение.

Когда мужские половые инстинкты поощряются, а женские подавляются, это приводит к всеобщему дискомфорту и проблемам в интимной сфере. Что получилось в итоге – сексуально больное и озабоченное общество, где мужчины и женщины плохо находят общий язык. Так называемую «войну полов» накручивают извне. Человечество должно

страдать от постоянной сексуальной неудовлетворенности, от расстройств в этой сфере и испытывать постоянную нехватку секса. Это выгодно системе.

И что мы видим в результате? С одной стороны – множество мужчин и женщин с комплексом неполноценности и поврежденной сексуальностью. С другой - полчища агрессивно озабоченных «альфа»-самцов, латентных женоненавистников, видящих в женщинах лишь тело, и орды доминирующих стервозных самок, ищущих, как выгоднее развести богатых мужчин на деньги и подарки, или по-другому использовать их.

Культивирование секса не приводит ни к чему хорошему. Вот как высказался неизвестный автор в одном из пабликов vk.com:

«Я в своё время с огромным сожалением открыла для себя одну истину: слишком много секса в умах людей. Общаются, строят отношения, фильтруя всё через призму "секс". Мужчины жаждут казаться о*уительными альфа-самцами, женщины - невероятно-привлекательными и соблазнительными самочками. Всё их поведение основано на сексуальной теме. Иногда я мечтаю о том, как хорошо было бы, если бы секс не приносил удовольствия и, как следствие, не вызывал такой интерес у людей. Не было бы насильников; не ломалась бы психика ребёнка, впервые увидевшего порно; люди бы вели себя естественно (без этой игры в самок и самцов) и строили бы отношения, основанные на искренней симпатии и любви, а не на желании поношаться. Не было бы измен, лишних страданий. Не было бы мата (ведь он основан на теме секса неспроста). Различных комплексов по отношению к своему телу. Люди бы были счастливее... БЕСИТ, что секс правит межчеловеческими отношениями».

Действительно, если задуматься – у **«среднего» мужчины (не красавчика, не «альфа-самца»)** на поиск секса уходит **гораздо больше энергии, мыслей, времени, сил, нервов, чем оно стоит на самом деле.** Есть повод задуматься – так ли это важно? Ведь эта энергия, она могла бы уходить на достижения, развитие общества, по-настоящему полезные дела...

Какие можно сделать выводы по поводу здорового отношения к данной проблеме?

Хотеть заниматься сексом – это естественное и нормальное желание. Но не тогда, когда оно превращается в навязчивую маниакальную идею или психоз. Здесь можно провести аналогию с едой. Удовлетворять свой голод и естественно и необходимо. Обжираться и переедать, бредить яствами или есть только острые блюда – уже ненормально (Кстати, с помощью культивирования секса нас как раз таки хотят «закормить»).

Никто здесь не доказывает, что «секс – это грязно», это всего лишь инстинкт, который нужно контролировать, чтобы он не взял верх над мозгом.

«Миссия мужчины – устремляться к звёздам, раздвигать горизонты, создавать шедевры, а не добиваться годами разрешения на доступ к заветному органу маши или наташи. Если вся твоя жизнь подчинена поиску секса, то чем ты лучше свиньи или собаки? Неистовая зависимость от девушки простительна, пожалуй, только спермотоксикозному прыщавому подростку, да и то с условием, что он клянётся встать на верный путь, когда подрастёт и наберётся опыта» - пишет в своем блоге Александр Бирюков (http://andrfem.blogspot.ru/2013/02/blog-post_25.html).

Отношение к сексу должно быть спокойное, без жертв – это как выпить стакан воды, или поесть или сходить в туалет. Вы же не копите на золотой унитаз, чтобы справлять свои естественные потребности как-то по-особому эксклюзивно?

Если рассматривать секс как товар, то его себестоимость равна нулю. В целях манипулирования людьми ценность секса многократно увеличена.

Людям следует лишить его особой важности. Говорить о нем не так, как о полете в космос, а как об обыденном бытовом действии, типа разговора по телефону или вечерней прогулки.

Быть может, по-настоящему здоровые отношения людей имеют место в том возрасте, когда они не были так обработаны социальным программированием.

Помните себя в дошкольном возрасте? Вы замечали, как общаются дети? Обычные такие дворовые Ваня и Маша. «Давай дружить?» «Давай!» Но когда они вырастают, бескорыстное, искреннее общение становится невыгодным тем, кто диктует обществу правила игры.

Теперь, чтобы дружить с Машей, Ване нужно приобрести авто, модный прикид и пройти пикап-тренинг, а Маше в свою очередь, чтобы Ваня ее дорого оценил, надо закупить шмотья от «Гуччи», вести себя холодно и пройти курс по стервологии.

Итак...

Какие рекомендации мы можем дать, исходя из вышенаписанного?

1) Значение секса искусственно преувеличено, раздуто и накручено в целях манипулирования вами, помните об этом. Если для вас секс имеет огромное значение и в то же время является запрещенной темой, измените свое отношение к нему. Лишите секс внутри себя большой важности. В то же время, «разрешите» секс, чтобы он перестал быть для вас табу. Пусть он будет не событием вселенской значимости, а обыденным действием вроде завтрака или стакана воды.

2) Не ставьте свою самооценку в зависимость от наличия у вас секса или количества соблазненных партнеров. Иначе вами легко управлять.

3) Старайтесь не вестись на сексуальную провокацию (особенно, когда хотите что-то приобрести). Не смотрите порнографию, эротику, старайтесь не смотреть, не слушать и не читать ничего возбуждающего. «Вычистите» свой мозг от всего этого. Через некоторое время вы почувствуете, что избавились от какой-то гадости, что много времени пожирала ваши ресурсы.

4) Не прикладывайте для получения секса слишком много усилий, не подрывайтесь ради него и не перешагивайте через свое достоинство. Помните, что на первый взгляд по странному парадоксу, секс имеют как раз те, кто мало в нем нуждается.

5) Не тратьте денег на секс, не покупайте ничего ради секса. Не используйте денег, чтобы привлечь и удержать партнершу. Не поощряйте завуалированную проституцию и секс-provокаторш.

6) Секс – это природный инстинкт, данный для размножения и сплочения особей. Он не должен быть «грязью», «развратом» или «грехом», но и нельзя ставить его на первое место в своей жизни. Удовлетворять, но не возвеличивать и жить ради него. Есть много других важных и интересных дел. Именно такой образ мышления характеризует здоровую личность.

Глава 5.

Порнография как инструмент Культа Секса

Еще одно явление, активно способствующее Культуре Секса, и коверкающее реальное представление о нем – это порнография.

В нашу эпоху тотального одиночества за мониторами порно выступает в роли «спасительной палочки» сексуально обделенным людям, но слишком частый ее просмотр вредит психике и здоровью человека.

В чем вред порнографии?

Во-первых, она формирует ошибочное восприятие секса.

Дети и девственники-подростки строят представление о сексе, основываясь на порнографии, где секс зачастую не такой, как в реальной жизни. Порнография – это суррогат секса, имеющий к нему отдаленное отношение.

В профессиональном порно снимаются люди с хорошей растяжкой, выносливостью и физподготовкой, которые проделывают «трюки», поражающие воображение обывателя. Актеры работают не на удовольствие, а на камеру – для того, чтобы весь процесс был наглядно виден, и для того, чтобы впечатлить зрителя, актеры и актрисы занимаются сексом в неудобных положениях, в которых они могут проводить по несколько часов. После такого человеческого телу требуется массаж. Если обычный джонкер захочет повторить увиденное в реале, ничего, кроме дискомфортных ощущений, а то и растяжения он не получит.

Для того, чтобы человек покупал DVD с «клубничкой» и доступ на порносайт (что практикуется на Западе, где большая часть порно и снимается), эротическая видеоиндустрия делает все возможное, чтобы потрясти воображение зрителя. В порно все орут от множественных оргазмов и фонтанами кончают в потолок, в отличие от будничных реалий.

Естественное, после просмотра подобного, у подростков возникает ощущение, что занятие сексом – это как в космос полететь. Многие из них, попробовав секс, испытывают разочарование – «и это все, ради чего я так бился и лез из шкуры??»

У других людей такая порнография вызывает стойкое ощущение, что «у меня с сексом что-то не так», если он не такой яркий и взрывной, значит «я занимаюсь не тем сексом или не с тем партнером». Что формирует сексуальные комплексы.

Во-вторых, порнография может разрушить реально существующие отношения близких людей.

Некоторые мужчины «пересаживаются» с женщин на порнографию, т.к. она дает им больше эмоций. На форумах и в соцсетях можно встретить отзывы женщин, жалующихся, что их мужья перестали заниматься сексом с ними, т.к. они зависают на порносайтах и удовлетворяют сами себя. В особо запущенных случаях, они так привыкают к картинкам и видео, что их вообще перестают возбуждать реальные женщины. Медики говорят, что чрезмерное увлечение онанизмом приводит к эректильной дисфункции и простатиту. Мужчины, привыкшие получать сексуальную разрядку при просмотре приватных сцен на мониторе, уже не могут перенести интимные отношения в реальную жизнь.

И третье, самое страшное последствие – увлечение порно формирует зависимость, сродни игровой, алкогольной или никотиновой.

Происходит это так: человека перестает удовлетворять эротика, он пересаживается на порно. Затем обычное порно тоже надоедает, он переходит на видео с извращениями. Когда и этого ему становится мало, он может пересест на просмотр экстремальных извращений, педофилии, инцеста или даже снафф-муви. Так и маньяком-насильником стать недолго.

Как правило, особи, дошедшие до вышеназванной стадии – это и есть те самые повернутые на сексе извращенцы, которые самоудовлетворяются в чатах и пишут всем девушкам на сайтах знакомств непристойные предложения.

Какие из этого рекомендации? Побольше занимайтесь сексом с реальными людьми, и поменьше смотрите порно.

Глава 6. Женский Культ

Обольстительные женщины на афишах, на наружных баннерах, на обложках журналов, в рекламных роликах. В фильмах они – воплощение красоты, страсти, мудрости и нежности, едва ли не ангелы. В жизни – «трепещи перед ними», «уступай место», «пропусти вперед», «ухаживай», «защищай», «дари подарки», «уважай»... Даже в Интернете – «я Женщина, и значит я богиня...», «Предназначение быть Женщиной» и т.п.

Телевидение, Интернет, пресса, кинематограф, реклама, общественное мнение и устоявшиеся стереотипы – если не возвеличивают, то по меньшей мере встают на позицию женской части населения. Они создают в обществе перекося ценностей и ориентиров на женщин – все, что ни делается, все для и ради них.

В постхристианских обществах Культ Женщин настолько глубоко вжился в людское сознание, что большинство людей его просто не замечают и принимают как должное. Однако общепринятое почитание женщин связано вовсе не с защитой «слабых» (а они сейчас далеко не так слабы, как принято считать), а с тем, что привлекательная и требовательная женщина – основной двигатель потребления.

Образ Женщины (или бренд «Женщина») нужен для продвижения бренда «Секс», чтобы в результате замотивировать как мужчин так и женщин потреблять как можно больше (об этом рассказывалось в главе «Культ Секса»). Владельцы крупных корпораций смекнули, что можно набить себе карманы, раскрутив Культ Секса, тесно связав наличие и количество секса с самооценкой мужчин и со статусным потреблением, а также поощряя женщин манипулировать сексуальным инстинктом для получения материальных выгод.

В чем же заключается Женский культ, в чем убеждают людей средства программирования?

1) Женщина – это высокодуховное, возвышенное, сверхнравственное и прекрасное существо, необычайно сложное, с богатым внутренним миром, земной ангел, небесный человек.

Красивая женщина – атрибут статуса для мужчины, признак состоятельности. Чтобы она была с тобой, нужно взойти на ее уровень, «соответствовать», вином поить, стихи читать, серенады петь и дорогие подарки дарить. Даже если, как показывает жизнь, большинство таких красоток обделено интеллектом и нравственными качествами, культурный уровень оставляет желать лучшего, круг интересов ограничивается шоппингом/алкоголем/шмотками/клубами/подругами/самолюбованием/поиском спонсора, а внешность остается их единственным козырем, все равно каждая из таких «богинь» «должна быть счастлива и больше никому ничего не должна».

2) Мужчины – это выючные животные, простые, примитивные, приземленные, низко мыслящие. Это расходный материал, рабочие руки, пушечное мясо, обслуживающий персонал, гибрид вибратора и банкомата, масса рядовых винтиков в системе. Их функция – обеспечивать женщин, удовлетворять их запросы и хотелки. Кстати, таких мужчин называют «настоящими».

Наиболее популярная установка, в соответствии с которой программируют мужчин – аля «мужчина должен, мужчина обязан» (и часто это высказывают те, «кто ничего никому не должен»). Самым лучшим образом это иллюстрирует ставший очень популярным на просторах рунета «афоризм» главного персонажа ТНТ-сериала «Физрук»:

«Настоящего мужчину, если он настоящий, ни о чем просить не надо. Он уже по факту

обязан».

3) Самое важное, самое ценное, что есть в жизни, это "любовь, что без денег сделает тебя богатой, о которой в книжках ты читал когда-то". Именно об этом поется в 90 % популярных песен. У каждого мужчины обязательно должна быть женщина (и наоборот). Любовь, отношения, брак и дети в последующем – есть смысл и неотъемлемая составляющая жизни всех людей. А чтобы все это у тебя было...

4) ...мужчины обязаны тратить на женщин как можно больше денег, времени и сил. Даже просто так, даже в случае прекращения отношений. Ибо весь мир вращается вокруг женщин, весь мир обязан женщинам, и все что ни делается – за них и про них.

Вкратце суть женского культа и мировоззрения женщины-потреблядки отражает такой афоризм из очередного цитатника:

«Женщины – это прекрасные цветы, а мужчины – это навоз, на которых эти цветы произрастают».

Еще среди подписчиц женских пабликов популярен текст о том, что «женщина берет энергию от природы, а мужчина от женщин, и самый лучший способ восстановить баланс – это дарить подарки. И подаренное обязательно окупится».

Все это – установка на женский социальный паразитизм, или говоря жестче, на завуалированную проституцию. Но только это настолько глубоко вошло в привычные рамки жизни, что общество это не осуждает (и не особо замечает). А приведенные выше мифы о сложном устройстве женщин и примитивности мужчин перешли у многих людей в разряд убеждений.

Для раскручивания Женского Культа подключены все средства пропаганды. К примеру, современное кино (а особенно столь популярные российские «комедии») наполнено сценами унижений мужчин женщинами, или из-за женщин. А иногда сюжет кино построен на ситуации, когда мужчина поставлен женщиной в неловкое/стыдное положение или зависимость от нее, и на протяжении фильма терпит от этого неудобства и издевательства. Здесь заложена метафора: «За проступки перед Женщиной придется дорого заплатить». Образ провинившегося мужчины, мелкого, бегущего на цырлах перед своей Госпожой, карающей его за провинности – все это подается с юмором. Смеясь над ситуацией, зрители воспринимают это как должное, и поэтому никого из смеющихся такое положение вещей не возмущает. Примеры таких фильмов: «Любовь в большом городе», «Любовь-морковь», «О чем молчат женщины».

Также очень популярен образ слабого забитого мужчины-подкаблучника, безвольного, слабохарактерного, неухоженного, женоподобного, задрюченного семьей, работой и обстоятельствами, терпящего унижения от жены и домочадцев. Примеры – сериалы «Счастливы вместе», «Воронины». Кстати, эти сериалы позиционируют себя как «защищающие семейные ценности».

Есть даже целые шоу, посвященные подобного рода юмору, такие как «Comedy Woman», где шутки строятся вокруг женской алчности и потребительства, унижения мужчин и «сложности женского внутреннего мира».

Еще очень много фильмов, где мужчина выступает насильником и узурпатором, а женщина в роли несчастной жертвы, которую берется спасать другой «настоящий» мужчина. Нужно заметить, что в подобном кино убивают практически только персонажей-мужчин (в большом количестве), а сами мужские образы демонизируются и очерняются. Здесь напрашивается вывод о каком-то мужененавистничестве в кино.

Мультфильмы тоже взяли на себя пропаганду Женского Культа. Если судить о будущем подрастающего поколения по современным мультсериалам для детей, прогнозы будут неутешительные. Так, например, в популярном мульте «Маша и Медведь» демонстрируется: женское взбалмошное безответственное поведение «без тормозов», и мужское – терпящее, страдающее и постоянно расхлебывающее плоды безбашенных девичьих действий.

Музыкальная индустрия тоже преуспела в возвеличивании Женщин. Вспомним довольно старые песни со словами «Мы вам честно сказать должны – больше жизни девчонки нам нужны ... и мы опять готовы руки подставлять», «Будет все, как ты захочешь, будет мир у ног твоих...» - в текстах этих и подобных им песен изображается поведение если не раба, то эдакого дамского лизоблюда-лакея без чести и достоинства, ставящего Женщину на пьедестал, готового служить ей и добровольно вытерпеть от нее любое фуфло. Если покопаться глубже в российской поп-музыке, можно обнаружить, что таких песен очень много.

Интернет так же пестрит цитатами, историями и прочими текстами, смысл которых сводится к тому, что (повторимся):

- 1) Женщина – околобоженное существо.
- 2) Мужчина создан, чтобы зарабатывать, содержать и обслуживать женщину.
- 3) На женщин нужно тратить как можно больше денег.

Если зайти на типичный женский паблик, можно воочию увидеть, на какой эгоцентризм, нарциссизм, алчность и вседозволенность по отношению к окружающим они программируют своих подписчиц.

Но самый действенный метод усвоения людьми Женского Культа – это воспитание детей, в соответствии с которым девочек готовят к жизни как принцесс, а мальчиков как обслуживающий персонал: должен, обязан, сделай, уступи, не обижай, не говори плохо о них и т.п.

На этом выросли поколения безответственных, интеллектуально неразвитых, инфантильных, самовлюбленных, но требовательных и дерзких женщин с неадекватной самооценкой, и их прихвостней мужчин (воспитанных мамами-одиночками, воспитательницами и учительницами), пресмыкающихся перед ними дабы им угодить и возводящих их в своей жизни на первое место.

В итоге мы можем наблюдать неравноценность мужчины и женщины в современном обществе, с большим перевесом в женскую сторону. Это наглядно проиллюстрировал, например, социальный эксперимент в одном видеоролике, где инициаторы, парень и девушка, в людном месте имитировали избиение друг друга. В первом случае, когда парень бил девушку на глазах у толпы, за нее начали вступаться прохожие, во втором же, когда избиению подвергся парень, никто не сдвинулся с места, но многим было очень смешно.

На самом деле, Женский Культ – настолько обширная тема, что об этом можно было бы написать отдельную книгу. Впрочем, такая книга уже есть – это «Женщина. Учебник для мужчин» О. Новоселова, рекомендую к прочтению всем тем, кто хочет глубже изучить это явление.

Глава 7.

СМИ, искусство и культура, Интернет и соцсети как средства социального манипулирования и создания субъективной реальности

Очень немногие люди способны сами понять происходящее. Они повторяют то, что говорили им родители, потом учителя в школе, то, что они видели в вечерних новостях. Наконец, они убеждают себя, что это их собственное мнение, которое они с жаром защищают, если им противоречат. Однако они могли бы сами посмотреть и подумать, чтобы увидеть мир таким, каков он на самом деле, а не таким, как его хотят им показать

Бернар Вербер

Случилось мне как-то поработать в газете, принадлежащей депутату от правящей партии. Всегда считал работу журналистом захватывающей, правдорубящей и срывающей покровы. Однако, вскоре меня ждало разочарование. Вместо объективного освещения происходящих событий, редакции нужна была заранее предопределенная позиция, отражающая интересы руководства газеты и ее инвестора.

Вот понадобилась о погоде на предстоящий сезон. В беседе респондент-синоптик сказал, что резкие перепады температуры воздуха в мае в нашем регионе – явление нормальное, и в ближайшее время погода будет стабильно теплой, нет причин для беспокойств. Однако редакции нужна статья, будоражающая сознание читателя, пугающая его, где бы сообщалось, что нынешние капризы погоды – это еще цветочки, а в скором времени нам всем вообще придет... едва ли не Апокалипсис.

Такая же цензура ждала и другие материалы, а в особенности на политические темы. События перевирались, об отдельных фактах умалчивалось, слова респондентов вырывались из контекста интервью и представлялись в свете, выгодном изданию. Пусть даже человек, которого опрашивали, придерживался противоположного мнения. Кроме того, выдумывались имена, фамилии и должности людей, якобы так и так высказавшихся по определенному вопросу.

Работа журналистов и пиарщиков очень «чиста». Главред издания жаловалась на планерке, как ей стыдно брать интервью у человека, а потом поливать его грязью в статье, потому что на него был «черный» заказ от шефа.

Крупнейшие издания и медиа-агентства работают по похожей схеме. Так относительно небольшие обеспеченные группы людей дирижируют всей народной массой.

Если в древние времена людей контролировали через традиции и стереотипы, передающимися из поколения в поколение, то сейчас основной инструмент управления трудящимися это СМИ – пресса, ТВ, информагентства, радио, а также кинематограф, литература, Интернет и социальные сети. Каждое СМИ, будь то школьная стенгазета или Первый канал, выдает только ту информацию и только под тем углом, что диктуют его владельцы. СМИ – инструмент борьбы за власть. СМИ призваны не отражать, а создавать общественное мнение, впечатление, что в мире происходят именно те, а не иные явления, и что мир именно таков, как о нем рассказывают.

От большинства политико-экономических новостей правды ждать не стоит. В них скорее, умолчат об одних фактах, зато расскажут о других. А еще могут накачать вас эмоциями и обрисовать происходящее так, чтобы вы это любили или ненавидели.

Один из способов эмоциональной накачки, это использование ярлыков (оценок), определенных слов, выражающих субъективное отношение к какому-либо объективному явлению. Мы живем в мире придуманных кем-то ярлыков, понятий, названий, оценочных определений.

Одно и то же можно назвать по-разному. Вот примеры ярлыков. В СССР были «попы», сейчас - «священнослужители». «Половая распущенность» или «сексуальная свобода». «Грабеж, разбой» или «экспроприация». «Душегуб, убийца» или «киллер». «Путана, куртизанка, гетера» или «проститутка» (или есть еще другие слова). «Гей» или «...» (сами догадайтесь). Суть от этого не изменится, изменится субъективная оценка.

Вопрос на засыпку – что вы знаете о жизни семьи Николая Второго? Сталина? Путина? Эйнштейна? Ксении Собчак и Пэрис Хилтон? Иисуса Христа? Нет, не что вы думаете о них судя из того, что вы где-то прочитали или слышали, а что ВЫ ЛИЧНО своими глазами видели и знаете об этих людях? Вряд ли вы можете достоверно утверждать о них что-либо определенное.

Загвоздка в том – почему вы верите или не верите тем или иным источникам? Кто гарантирует, что их авторы не были заинтересованы в формировании у вас определенного, выгодного кому-то представления о предмете разговора?

У журналистов даже есть поговорка: «фактов не существует, есть только их интерпретации, так что писать о фактах бессмысленно». Итак, основная функция средств массовой информации не в том, чтобы информировать население о происходящем. Главная их задача – отключить у людей самостоятельное мышление и сформировать определенную реальность, выгодную тем, кто заказывает музыку.

Да, именно сформировать реальность. Начнем с того, что каждый человек живет в своей собственной бредовой реальности.

Однажды на улице ко мне прицепился 17-18 летний пацан, который стал рассказывать, как «сидел на зоне». Помимо традиционных пяти рублей спрашивал, могу ли я помочь ему в разборке с одним типом, который «по базару не так пошел». А еще знаю ли я, кто сейчас смотрящий за районом и кто из моих знакомых где сидел. Реальность у паренька была своя особенная, отличная от той, в коей находится большинство.

Приблизительно такой же вывод вы можете сделать, пообщавшись с приглауренной девочкой, круг интересов которой ограничен деньгами, шмотками, модой, машинами, свиданиями с потенциальными спонсорами, а уровень самовлюбленности зашкаливает. Или с религиозным фанатиком, везде видящим присутствие Бога.

Футбольный фанат, стадион которому – второй дом, не просыхающий ни дня алкоголик, юный сыроед, каждый день читающий что-то в стиле «мясоядтрупыгниютвскишках» - все они тоже находятся в «своем мире».

Как приводится в классическом примере – лесоруб, художник и ботаник увидят в одном и том же лесу три разных леса. Мы воспринимаем мир через фильтры убеждений и верований, которые берутся из окружающей нас информации. «Ты – то, что ты читаешь», гласит поговорка. Некоторые государства (особо яркий пример – почивший в бозе СССР) стремятся ограничить разнообразие точек зрения в публичном информационном поле. Граждане таких государств должны воспринимать одинаковую информацию, думать одинаково и верить в одно и то же.

Примерно то же можно сказать и о нас с вами. Мы – одна большая толпа российских граждан, находимся в своей российской бредовой реальности. Любое государство (наше в том числе) стремится через свои СМИ, кинематограф и культуру сформировать у населения определенное мировоззрение и систему ценностей – большие точки, надавливая на которые оно будет нами управлять. Поворачивать головы в ту сторону, в которую нужно политической и экономической верхушке страны. Ведь человек в своих решениях и действиях исходит из своего мировоззрения.

Мы живем в мире придуманных понятий о происходящем, у нас общая субъективная реальность. Порой эти реальности, взгляд на самые фундаментальные вещи, у граждан разных государств могут в корне различаться. К примеру, как вы представляете себе карту мира? Два полушария, посередине проходит линия экватора, север (Россия, США, Канада) находятся в верхней части карты, юг (Антарктида) в нижней. Но для австралийских граждан карта мира выглядит так: Австралия находится в центре, вверху карты юг (Антарктида), северные страны Россия, Канада и США находятся внизу. Для нас мир на этой карте перевернут с ног на голову!

«Все людские отношения основаны через призму фантазии, думание, ум, это тоже фантазия, ум - это верный слуга фантазии общества, закона, правил, этикета. Закон, правила, этикет - фантазия общества и ум верный слуга этим фантазиям, так как за нарушение закона, каких то норм, можно получить наказание и ум как верный слуга помогает избежать проблем связанных с этими фантазиями. Приедете в другую страну, например в горы к чеченским сепаратистам, у них совсем другие законы, фантазии, они плюют на закон, который у нас здесь, на фантазии нашего российского общества и воюют с нами. Так что всё человеческое общество погрязло в фантазиях, отделилось от природы, истинной реальности, и живёт в своём выдуманном мирке, общество придумало свой мир в котором и живёт и ум как преданный слуга служит этому иллюзорному миру, чтобы человек не получил звездюлей» (Сергей Казаков).

Функция СМИ и культуры – поддерживать «систему», т.е. выдуманный иллюзорный мир ярлыков, оценок и понятий.

Произведения кинематографа, литературы, музыки тоже могут служить средством социального манипулирования. Многим известно, как через искусство осуществлялась государственная пропаганда в СССР. Сейчас, когда хозяевами положения являются крупные бизнес-корпорации, основной посыл, льющийся с киноэкранов и музыкальных проигрывателей звучит так: «Покупай больше! Понтуйся! Развлекайся!».

Искусство имеет сильное влияние на человека. Если персонаж произведения харизматичен и симпатичен публике, ему хочется подражать, даже если герой хулиган, алкоголик, раздолбай, вор или убийца. А уж если история подана красиво, романтизирована и приукрашена, поступки главного действующего лица наверняка вызовут одобрение.

Истории известны случаи, когда произведения масскульта оказывали деструктивное влияние на людей и провоцировали на преступления:

- В конце 80-х и в 90-х годах прошлого столетия в странах бывшего СССР молодые люди, насмотревшись модной в то время «чернухи»: фильмов о бандитах, наркоманах, проститутках, вдохновлялись идеей «легких денег», шли в рэкет, наркоторговлю, бандитизм, девушки подавались в «ночные бабочки». После показа сериала «Бригада» (2002 г.) в России стали появляться молодежные преступные группировки с таким же названием. Одним из руководителей такой банды, которому вынесли приговор за изнасилование, разбойное нападение и убийство был... сын режиссера сериала «Бригада» Алексея Сидорова, называвшим себя Космосом.

- После выхода в свет фильма «Прирожденные убийцы» (1994 г.) Оливера Стоуна по сценарию Квентина Тарантино, в США прокатилась серия вооруженных нападений, совершенных «последователями» главных персонажей фильма.

- В 1981 году неадекватный мужчина совершил покушение на президента США Р. Рейгана, вдохновившись финальной сценой фильма «Таксист» (1976 г.) Мартина Скорцезе.

- В 1996 году трое фанатов группы Slayer несколько раз ударили ножом их знакомую 15-летнюю Элиз Палер, задушили и совокупились с телом в честь жертвоприношения Дьяволу. Убийцы полагали, что это придаст им достаточно безумия, чтобы выйти на профессиональный уровень с их собственной рок-группой. Родители убитой обратились в суд с иском к музыкантам Slayer, обвиняя их в подстрекательстве к преступлению посредством текстов песен.

- В 2012 году на премьере фильма «Темный рыцарь: Возрождение легенды» Кристофера Нолана в кинотеатре американского городка Аврора фанат фильмов о супергероях, называвший себя Джокером, открыл огонь из полуавтоматической винтовки по зрительному залу. Погибли 12 человек, 58 получили ранения.

Однако произведения искусства могут подавать и полезные примеры для подражания:

- В СССР после выхода в свет книги А. Гайдара «Тимур и его команда» зародилось движение тимуровцев – подростков безвозмездно ухаживающих за инвалидами, ветеранами войны, стариками, оказывающих помощь детским домам и больницам и совершавших другие благие поступки.

- Автор лично знает несколько человек, что стали заниматься чем-то подобным тимуровцам после просмотра французского фильма «Амели» (2001 г.) Жан Пьера Жене.

- В России в последние годы зародились движения трезвенников и за здоровый образ жизни не без помощи музыкальных исполнителей, ратующих за ЗОЖ. Яростных фанатов, вызывающих смех, недоумение и слезы, в расчет брать не стоит, но сама идея несомненно является полезной.

Самым новым и очень эффективным инструментом воздействия является Интернет. Его «фишка» в том, что многие верят на слово публикуемой там информации, не анализируют ее критически и ведутся на эмоции.

Этим пользуются заказчики так называемых «вирусняков» - сенсационных сообщений в соцсетях, набирающих большое количество репостов. Их создателями может быть широкий круг лиц – от шутников, вбросивших в массы сообщения про то, что такого-то числа в небе появятся две луны, что мультфильм «Ну погоди!» запретила цензура, что все предметы в школе станут платными, кроме физкультуры, ОБЖ и основ православной культуры (может, кто помнит, сколько много перепостов было у этих шуток?) до крупных коммерческих и политических организаций, «заказывающих» соперника.

В 2011 году кто-то запустил «утку», якобы в детском питании от фирмы «Нестле» есть стекло. Это сообщение разошлось на десятки тысяч репостов. На самом деле, это был заказной «вирусняк» от конкурентов. На сайте компании сразу же появилось официальное опровержение, но от падения продаж оно компанию не спасло.

Аналогичную функцию выполняют популярные «образовательные ролики, открывающие глаза на правду», например, о вреде медицинских вакцин. Их заказчиками являются фармацевтические компании, заинтересованные, чтобы люди чаще болели и покупали больше лекарств. Или пугающие видео типа «правда о ГМО». Известно, кто заинтересован в их

распространении – ведь если не покупают продукты-ГМО, значит, выигрывают конкурирующие компании, торгующие продовольствием, обработанным пестицидами.

С недавних пор, в связи с ухудшением международных отношений, сеть облетают статьи и ролики, повествующие о том, как плохо жить на Западе. Например, популярным стало видео с «YouTube», где русская женщина, получившая гражданство Норвегии, рассказывает, что почти все жители той страны ходят в туалет за угол дома, с трудом умеют читать и являются педофилами. Это новость настолько понравилась населению, что даже когда вышло опровержение от русскоязычных граждан Норвегии, люди, никогда не бывшие в Скандинавии, долго оспаривали это в комментариях.

Социальные сети активно способствуют потреблению и формированию искаженной реальности. Многие люди имитируют в сети активную, презентабельную, роскошную жизнь, стремясь на страничках своих аккаунтов выставить себя успешнее, чем они есть на самом деле, создавая «красивую картинку». От этого у других пользователей соцсетей складывается впечатление, что окружающие более богаты, активны и счастливы, что дает почву для расстройств и переживаний.

Какие выгоды и рекомендации можно извлечь из вышесказанного?

1) Фильтруйте информацию, не верьте ничему на слово, старайтесь не вестись на эмоции и не идти на поводу у провокационных посылов.

2) Не проецируйте художественный вымысел, что, что вы увидели в фильмах, прочитали в книгах и т.п. на реальную жизнь (если только произведение не подает благой пример).

3) Помните, что действительность, попадая на экран или монитор, всегда приукрашивается и разнится с реальностью. Не дайте этому впечатлению обмануть себя.

Глава 8.

Культивирование тупости

Все россияне помнят времена, когда они смеялись над шутками Михаила Задорнова про тупых американцев. Зрители наполнялись национальной гордостью из-за кажущегося интеллектуального превосходства над невежественной и деградирующей нацией, смотрящих реслинг и поедающих биг-маки. И вот, с нами случилось то, что мы презирали – эпидемия тупости пришла в Россию.

Казалось бы – зачем государство поддерживает и еще старается опустить и без того низкий интеллектуальный уровень населения, ведь его экономико-промышленный, научный и культурный прогресс напрямую зависит от состояния умов сограждан? Отчего непосредственно в ту эпоху, когда у жителей планеты возникло столько средств и возможностей для образования и творчества, мы видим такой поток тупости в кино, в сети и на ТВ?

Но разберем все по полочкам.

Сначала примем очевидный факт – люди не любят думать. Шевелить мозгами – это в какой-то степени труд, расходующий энергию, а напрягаться людям лень. Нервное напряжение в голове вызывает усталость и дискомфортные ощущения. А поэтому вместо чтения умных книг или полезного созидания лучше посидеть перед телевизором или в Интернете.

Невежество и капитализм идут рука об руку. СССР шел по другому пути – население старались всесторонне образовывать, была создана одна из лучших в то время систем образования, советский народ был одним из самых читающих в мире (читали, правда, все подряд запоем, но это уже другая история), детей активно привлекали вступать в кружки радиотехников, конструкторов и пр. Однако, развивая просвещение, СССР подрубил сук, на котором сидел. Образованные и развитые люди всерьез в идею коммунизма не верили, и в судьбоносное перестроечное время существующий режим не поддержали.

К сожалению, в СССР научили лишь читать, а не думать, иначе как объяснить то, что сотни тысяч жителей бывшей самой читающей страны после распада последней стали массово «заряжать воду» у телевизоров и относить деньги в «МММ».

Капиталисты же хорошо уяснили, что глупый человек гораздо полезнее для власти. Он не пойдет бунтовать, когда по телику идет его любимый сериал, эпизод «Битвы экстрасенсов» или «Камеди». Хотя его же проще заставить ненавидеть власть, показывая ее мнимые или реальные преступления через Интернет, т.к. глупый человек, не умея глубоко анализировать, легче поддается эмоциям. Но теперь, как мы наблюдаем, Интернет шаг за шагом прибирают в ежовые государственные рукавицы.

И здесь дело не столько в политике. Те, кто стоят на верху экономической пирамиды понимают:

Чем больше тупых, тем проще на них зарабатывать, и легче ими управлять.

«Американские коллеги объяснили мне, что низкий уровень общей культуры и школьного образования в их стране — сознательное достижение ради экономических целей. Дело в том, что, начитавшись книг, образованный человек становится худшим покупателем: он меньше покупает и стиральных машин, и автомобилей, начинает предпочитать им Моцарта или Ван Гога, Шекспира или теоремы. От этого страдает экономика общества потребления и, прежде всего, доходы хозяев жизни — вот они и стремятся не допустить культуры и образованности (которые, вдобавок, мешают им манипулировать населением, как лишённым

интеллекта стадом)». © В.И. Арнольд.

Итак, чтобы людьми было легче управлять, их нужно отучить много думать. Мышление среднестатистического гражданина должно оставаться на уровне мышления подростка.

Как это осуществляется на деле?

1) Шаблоны и стереотипы значительно облегчают мышление. Чем больше в голове трафаретов и общепризнанных точек зрения, тем меньше простора для собственной мысли. Особое значение занимает мнение «авторитетов», выступающих в СМИ – артистов, спортсменов, политиков, телеведущих: если все время слушать их, то не придется трудиться над составлением собственного мнения.

2) Обыватель должен мыслить строго оценочно. Оценки должны носить категоричный, однозначный характер: вот это добро, а вот это зло; это хорошо, а это плохо; это белое, а это черное – третьего не дано, никаких серых оттенков и полутонов.

3) Чем по сути занимается гражданин, расслабляясь после работы перед телевизором? Получает эмоции и ржет. Юмористические передачи (а равно как и смешные картинки и видео, и «высказывания» в Интернете) занимают львиную долю досуга обывателей. Однако этот юмор не требует умственных усилий, в основном он плоский (как для детей), или пошло-туалетно-матерный (как вариант – «циничный», но тоже тупой). Лучший юмор для граждан, это так называемая «ржака» - когда какое-то неадекватное действие, не требующее раздумий, вызывает реакцию смеха.

4) На минимизацию привычки мыслить направлена вся многообразная индустрия развлечений – по 50 каналов телевидения в каждом доме, всевозможные шоу, торгово-развлекательные комплексы, бары, клубы и кафе, алкоголь. Чем бы народ не был занят – главное, чтобы не мешал.

Надеюсь, никто не будет спорить, что «Дом-2», передачи по ТНТ, сериалы и музыкальные клипы, а равно как и кликанье мышью в поисках ржаки или половой разрядки на просторах Интернета ну никак не развивают интеллект, а наоборот – подавляют желание шевелить мозгами.

Тупость, сексуальное поведение, агрессия и эпатаж прославляется в телешоу и комедиях. Там наглядно демонстрируется, как это весело и прикольно – быть тупым и неадекватным. Фрикам достается все внимание. Самый часто встречающийся образ в телешоу – это истеричный, капризный, гребанутый на всю голову человек, что ведет себя нарочито эпатажно и требует внимания к себе. Таким фрикам чаще всего хочет подражать молодежь – дабы тоже быть «не таким (-ой) как все», особенным, популярным. Но это «выделение из серой массы» чаще всего заключается в неадекватном поведении, причудливой внешности и странных манерах, но отнюдь не в умственных способностях. И, конечно же, для того, чтобы «не быть как все», обывателями тратится много денег на покупку «эксклюзивной» одежды, аксессуаров, гаджетов и прочего барахла (на что, собственно, индустрия и направлена).

5) Другой насаждаемый «тренд» – ненависть и презрение к окружающим (в том числе, кстати, за их «тупость»). Это подстегивает желание выделяться, приобретая больше статусных вещей. Чем больше индивиды презирают и стремятся унижить друг друга, тем больше они покупают, дабы самоутвердиться. Окружающие должны видаться как источник личного самодовольствия (во всех смыслах слова).

6) Гражданину неявно внушается, что смысл его жизнедеятельности – в демонстрации собственной значимости и постоянном получении допинга удовольствия (через потребление,

просмотр различных шоу и покупки).

Будь крутым и больше покупай. Превознось и получай больше кайфа. Телки, бухло, тачки, клубы, бери от жизни все – вот ваш девиз. Триумф ЧСВ и неиссякаемого потока эндорфинов.

7) Массмедиа должны поощрять и развивать в потребителях те эмоции и качества, которые помогут производителям различных товаров и услуг хорошо навариться.

Например:

- Алчность, жадность, стремление к халяве;
- Чувство превосходства, эгоцентризм, нарциссизм, чванство.
- Агрессия, стремление доминировать;
- Сексуальный инстинкт, желание выглядеть привлекательно;
- Желание выделяться, быть особенным, не таким, как все;
- Стремление быть модным, быть «в тренде», не отставать от жизни, чаще менять гардероб и обновлять вещи.

Такие эмоции и стремления в древних культурах принято считать низменными. Люди, головы которых забиты подобным, все чаще напоминают стаи грызущихся животных, чем цивилизованное общество. Отсюда мы получаем разобщенных, равнодушных, жестоких друг к другу сограждан.

8) Конечная цель массмедиа – даже не столь отупление через развлечения, сколько формирование потребителя.

Идеальный потребитель должен быть уверен в своей исключительности, быть эгоистичным и самовлюбленным. Его «Я» и его хотелки должны быть в центре его вселенной. Поощряется не логическое, а эмоциональное отношение к происходящему. Желания человека должны затмевать его реальные потребности. Людей стремятся научить сильно хотеть новые вещи, даже когда в них нет практической нужды.

Идеальная масса – та, которая не станет обдумывать призыв, а сразу пойдет покупать, повинаясь своим желаниям.

Для полной картины по этому вопросу рекомендуем посмотреть два фильма:

1) документальное кино «Культ глупости»

2) и художественный фильм Майкла Даджа «Идиократия» (антиутопия о том, во что в будущем деградирует наше общество).

Глава 9.

Феномен массовой истерии

Джордж Оруэлл в знаменитом романе-антиутопии «1984» описывает «двухминутку ненависти», проводившуюся каждый день во всех корпорациях тоталитарного государства.

Собирающиеся на ней сотрудники офиса кричат, шипят и бьются в истерику на демонстрируемое на экране изображение Врага государства:

«Как всегда, на экране появился враг народа Эммануэль Голдстейн. Зрители зашикали. Маленькая женщина с рыжеватыми волосами взвизгнула от страха и омерзения. Голдстейн, отступник и ренегат, когда то, давным-давно (так давно, что никто уже и не помнил, когда), был одним из руководителей партии, почти равным самому Старшему Брату, а потом встал на путь контрреволюции, был приговорен к смертной казни и таинственным образом сбежал, исчез. Программа двухминутки каждый день менялась, но главным действующим лицом в ней всегда был Голдстейн. Первый изменник, главный осквернитель партийной чистоты. Из его теорий произрастали все дальнейшие преступления против партии, все вредительства, предательства, ереси, уклоны. Неведомо где он все еще жил и ковал крамолу: возможно, за морем, под защитой своих иностранных хозяев, а возможно – ходили и такие слухи, – здесь, в Океании, в подполье...

...Ко второй минуте ненависть перешла в иступление. Люди вскакивали с мест и кричали во все горло, чтобы заглушить непереносимый блеющий голос Голдстейна. Маленькая женщина с рыжеватыми волосами стала пунцовой и разевала рот, как рыба на суше. ... Темноволосая девица позади Уинстона закричала: «Подлец! Подлец! Подлец!» – а потом схватила тяжелый словарь новояза и запустила им в телекран. Словарь угодил Голдстейну в нос и отлетел. Но голос был неистребим. В какой то миг просветления Уинстон осознал, что сам кричит вместе с остальными и яростно лягает перекладину стула. Ужасным в двухминутке ненависти было не то, что ты должен разыгрывать роль, а то, что ты просто не мог остаться в стороне. Какие-нибудь тридцать секунд – и притворяться тебе уже не надо. Словно от электрического разряда, нападали на все собрание гнусные корчи страха и мстительности, иступленное желание убивать, терзать, крушить лица молотом: люди гримасничали и вопили, превращались в сумасшедших. При этом ярость была абстрактной и ненацеленной, ее можно было повернуть в любую сторону, как пламя паяльной лампы».

Подобные вспышки агрессивной истерии возникают периодически во всех государствах разного уровня тоталитарности или демократии.

Какие из подобных истерий наиболее известны?

- Охота на ведьм или еретиков.
- Линчевание негров в США.
- Еврейские погромы в царской России.
- Доносы и репрессии против буржуев, затем против кулаков, троцкистов-бухаринцев и других «врагов народа» в СССР.
- Преследования евреев в Третьем Рейхе.
- Травля коммунистов в 1950-х годах в Америке.

- В Китайской Народной Республике при «Великом Кормчем» Мао – целая серия идейно-политических кампаний под названием «культурная революция», когда врагами объявлялись даже государственные чиновники.

- Русофобия в странах соцлагеря и бывшего СССР после развала последнего, в том числе нынешняя русофобия на Украине.

- Террористическая паника в Штатах после 11.09.2001 г.

- Гомоистерия и педоистерия.

- Зарождающаяся ненависть к «развращенному Западу» в РФ в наши дни (хотя, кто хоть немного жил при Союзе, может, помнит, что была «истерия наоборот», как в народе боготворили «свободную Европу», и особенно США в конце 1980-х-начале 1990-х.).

Истории имеют следующий сценарий:

Элите государства нужно отвлечь население от острых социальных проблем и не дать народному гневу выплеснуться на себя. В СМИ проводится обширная агрессивная кампания по демонизации какой-то социальной группы. Под раздачу могут попасть как настоящие враги интересов политиков и корпораций, так и национальное, политическое или иное меньшинство.

Народ начинают запугивать и убеждать, что именно «враги» - источник всех бед и страданий честных трудящихся. Появляется какая-нибудь агрессивная группа активистов, что начинают уничтожать или бить врагов или издеваться над ними, снимая это на видео, либо виновников бед начинают вязать доблестные чекисты, опять же, под присмотром репортеров. Народный гнев, сцены насилия над неприятелями демонстрируются в массы, провоцируя волну ярости среди обывателей. Теперь «врагов» все ненавидят коллективно, и одновременно боятся по-одиночке.

Ничто настолько сильно не может сплотить народ, как ненависть. В ней – вся месть за свою неудавшуюся жизнь. Враги должны ответить за неудачи, жизненную несправедливость, никчемность и бессилие простых людей. Почему обиженные любят объединяться и нападать коллективно? – за групповой ответственностью можно остаться безнаказанным, а то и вовсе анонимным.

Когда истерия перестает нагнетаться через СМИ, то она быстро сходит на нет, и народ успокаивается, переключая свое внимание на другие популярные темы.

Глава 10.

Детское программирование. Часть 1.

Родительская прошивка

Однажды я наблюдал такую картину:

Сижу в кафе, недалеко подсаживается жирная баба с двумя девочками лет 7-8. Не баба, а бабища, агрессивная, тупая быдломразь, рожа утонула в десятке складок жира. Заказав еду, бабища не стесняясь стала шипеть на весь зал на одну из девочек:

- ЖРИ ПАДЛА Я ТЕБЕ СКАЗАЛА НАХ*Й, ЖРИ, ТВАРЬ!!! ПРИДЕМ ДОМОЙ, Я ТЕБЯ ОТП*ЗЖУ!!! ПОКА НЕ СОЖРЕШЬ, НЕ УЙДЕМ ОТСЮДА!!!

У меня внутренности колотились от гнева, очень, ну ОЧЕНЬ хотелось встать, налить еще кипятка в кофейную чашку, подойти к ним и выплеснуть его в жирный еб*льник бабообразной мрази.

Страшно даже не то, что человек, который в идеальном представлении должен олицетворять собой прекрасное, быть венцом творения, деградировал до такого скотского состояния. Больше всего страшно за этих маленьких девочек, которым каждый день приходится жить в атмосфере страха и агрессии.

Расхожее представление про счастливое беззаботное детство, как о «золотой» беззаботной поре никак не согласуются с реальностью детей из большинства неблагополучных семей (и даже части из весьма обеспеченных). Для многих российских ребят детство – это каждодневный ад из угроз, запугиваний, насмешек, одергиваний, подзатыльников, оскорблений в семье, в детском саду, в школе, с ощущениями незащитности и безысходности.

«Вот выродили урода..», «У всех дети как дети, а ты...», «Я тебя в детский дом сдам..», «Мне такой ребенок не нужен..», «Падла, только попробуй заболеть, я с тобой в больницу не лягу», «Вот когда вырастешь, тогда и будешь хотеть и мнение иметь свое..», «Иди с глаз моих долой...», «Ты без меня никто!...», «Вот когда будут свои дети, тогда и поймешь...» - подобное можно услышать всюду, на улицах, в поликлиниках, в парках, во дворах...

У нас в России к детям не принято относиться уважительно. Во многих семьях дети – бытовые рабы со статусом чуть выше домашних животных. Многие родители воспринимают детей как свою живую собственность, которая обязана им беспрекословно подчиняться, уважать их, приносить хорошие оценки, радовать их и делать то, что скажут. Ребенок должен: а) сидеть; б) тихо. Дети воспитываются на угрозах, зуботычинах, безразличии, унижении, обесценивании. И даже если ребенок сопротивляется такому обращению с собой, то по мнению взрослых, это «грубость, невоспитанность и хамство». Нет ничего удивительного в том, что так много родителей в нашей стране боится ювенальной юстиции.

Социум, состоящий по большей части из избитых жизнью комплексующих людей, ненавидит проявления подлинности и свободы духа в детях. Поэтому с раннего возраста детей стремятся загнать, застрашать, забить, обездвижить, обрезать им крылья, упаковать их в рамки.

Сначала это делают родители, затем подключается школа и другие социальные институты. Формально это называется «воспитанием», однако цель такого «воспитания» - сломать внутренний стержень маленького человека, смять его как пластилин, пока он еще гибкий чтобы потом из него можно было слепить, что нужно.

Реализуется главный постулат социального программирования, о котором говорилось в главе 0:

УТВЕРДИТЬ ЧЕЛОВЕКА КАК НИЧТОЖЕСТВО, ЧТОБЫ ПОТОМ ПИТАТЬСЯ ЕГО СТРЕМЛЕНИЕМ ДОКАЗАТЬ ОБРАТНОЕ

Этот способ социального программирования передается как обычай из поколения в поколение. Униженным и сломанным человеком легче управлять.

До поры до времени, дети – это настоящие люди, свободные от установок и предубеждений социума, они прямодушны, искренни в эмоциях, живут настоящим моментом, здесь и сейчас, они подлинны в психологическом, эмоциональном плане. Дети рождены счастливыми и самодостаточными. Чувствуют себя замечательно, несмотря на наличие или отсутствие так называемых «понтов», имущества и социального статуса, общаются с окружающими на равных, не сравнивают себя с другими, не гонятся за надуманными идеалами. Они могут радоваться просто так, занимаясь какой-нибудь ерундой, и пока свободны от «взрослых» стереотипов и предубеждений, и связанных с ними страхов и комплексов. До определенного возраста.

Постепенно на них накладывается «социальная шелуха», слой за слоем, как у луковицы или кочана капусты. Далеко не всегда это идет им на пользу, чаще всего это либо дать мертвым традициям либо поведенческие установки ради интересов других людей. Родительские запреты под страхом наказания, традиции, что надо соблюдать, школа, потоки маркетингового внушения из рекламы, окружение со своим мнением навязывают им: нет, ты не можешь быть счастливым, ты не совсем полноценный, если:

- Ты не лучше всех других детей
- У тебя плохие оценки
- Ты не слушаешься родителей
- Ты не соблюдаешь обычаи
- Ты не общаешься со всеми, или наоборот, общаешься не с теми, с кем надо
- У тебя нет хорошего ПК, смартфона последней модели, одежды с модным лейблом, живешь не в том районе...

С не столь давних пор к «воспитанию» детей прилагают усилия и коммерческие корпорации, формируя будущего потребителя через индустрию развлечений, кино- и мультипликационной продукции, видеоигры, игрушки и пр. На эту тему рекомендую посмотреть документальный фильм «Дети-Потребители: Коммерциализация детства».

Сознание «обработанного» и прошитого человека подобно луковице. В центре ее находится ядро – чистое «Я» человека, с которым он рождается. Но с возрастом на ядро слой за слоем ложится чешуя социального воздействия – внушения, родительское воспитание, школьная дрессировка, правила «взрослой жизни», традиции и культура (доставшиеся от пережитков религии и советского прошлого), и потоки давления маркетологов о том, что «нужно», «круто», «модно». Что мы получаем – готовое сознание среднестатистического гражданина.

Глава 11.

Детское программирование. Часть 2.

Школировка

Как-то открыв свой старый школьный дневник за первый класс, напечатанный в последний год существования СССР, я удивился «правилам для учащихся школ», размещенным на первой странице.

Среди вполне разумных «соблюдать личную гигиену», «правила дорожного движения», «быть осторожным с огнем, газом» и пр. были и другие правила. «Учащийся обязан слушаться родителей и старших, уважать их», «приветствовать взрослых вставанием, отвечать учителю стоя», «заниматься физкультурой, закаляться, готовить себя к защите социалистической Родины», «на занятия приходить в школьной форме, без украшений».

Еще будучи ребенком я недоумевал: если школа – учреждение образовательное и по сути ее функция – давать мне знания, с чего это оно пытается залезть в мое личное пространство и указывать, кого я должен уважать и что мне делать?

Однако не все дети понимают, что школа – это прежде всего не образовательный, и не даже не столько воспитательный, сколько воспитательно-репрессивный институт. Обучение в современной постсоветской школе можно спокойно сравнить с дрессировкой цирковых животных.

Чтобы выдрессировать зверя для выступлений в цирке, слоненка или тигренка или маленькую обезьянку еще детенышем отнимают у родителей, сажают в тесную клетку или туго привязывают и каждый день жестоко избивают палками или кнутом до состояния полнейшей покорности человеку.

С детьми в школах ситуация похожа – пусть учителям уже запретили бить детей, но учеников ломают психологически, подчиняя юные натуры воле старших.

Чем раньше сломаешь ребенка, тем послушнее получится из него взрослый, исправно функционирующий винтик в системе. Привыкший слушаться родителей и учителей и думать по учебникам, привыкает потом слушаться начальников, армейских командиров, священников, политиков, авторитетов и общественных лидеров.

Сидеть полдня почти неподвижно за неудобными партами и слушать ненужную, а то и непригодную в жизни информацию, когда хочется бегать, носиться, познавать мир лицом к лицу – это не напоминает клетку для зверей? Выполнять бессмысленные домашние задания, вместо того, чтобы заниматься любимым делом – это ли не прыжки через обруч замученных тигров или не танцы медведя на раскаленном железном листе под «калинку-малинку»?

Современная школа не справляется со своей прямой функцией – образованием (об уровне образования можно судить хотя бы даже по уровню комментариев пользователей Рунета), поскольку подлинная функция школы – воспитание, дрессировка. «Школировка». «Вышколенный» - так говорят про очень исполнительных людей. Школу еще можно сравнить с фабрикой по выпуску деталей для одного большого механизма.

Эдуард Лимонов блестяще выразился по этому поводу:

"Schooling по-английски, в переводе на русский — «школение», есть в русском языке слово «вышколенный». И все это словесное гнездо вовсе не значит «учение» и даже не значит «воспитание», но означает «дрессировка». Она и есть «дрессировка», и если в русском варианте

иностранное «school», превратившись в «школу», ни о чем ежедневно не напоминает, то по-английски недвусмысленно и без всяких экивоков каждый раз употребленное, вопиет о «дрессировке». Небезынтересно, что это же «schooling» упоминается и по отношению к дрессировке лошадей и собак.

Вернувшись к истинному значению слова, легче понять и суть самой институции. Обучение, дрессировка, в школе стоит впереди получения знаний. Цель schooling — сломить естественные инстинкты человеческого существа, сломить его природную агрессивность, подавить ее тотально. Недаром во всех без исключения странах в школах всегда применялись телесные наказания еще каких-нибудь полсотни лет тому назад. Школа задумана как репрессивное учреждение. Она должна быть поставлена в один ряд, через запятую, перед тюрьмой. Это недоразумение, что школу помещают в один ряд с библиотеками и музеями, а учителей пишут через запятую после врачей, их надо ставить до надзирателей и вертухаев".

Задайте себе вопрос – что из полученных в школе знаний действительно пригодилось вам во взрослой жизни?

В нынешней школе (организацию и принципы обучения в которой придумали еще в XIX-начале XX вв.) не учат жить в современном мире. Не учат правильно общаться с людьми, строить отношения, улаживать конфликты, зарабатывать деньги. Даже физически обороняться и обращаться с оружием, что было бы полезно для государства, не обучают. Не дают никаких жизненно полезных навыков. Вместо этого там зубрят стихи Пушкина, правило буравчика, или состав внутренних растений и насекомых.

Зачем ребенку-гуманарию учить алгебру/геометрию/физику/химию? Зачем ученику с математическим складом ума литература/история/география? В юный ум, как в резервуар, можно положить ценные вещи, а можно вывалить в него мешок мусора под завязку. Забивать голову тем, что никогда не пригодится – это преступно. Большинство учеников обычной средней школы оканчивают ее изможденными, демотивированными, с подавленной волей, с багажом малоприменимых знаний, но так и не выучившихся ничему полезному.

В школе учат не мыслить, а запоминать. Не добиваться практических результатов, а получать оценки, отвечая по учебникам.

Учителя заслуживают отдельного разговора. Большинство учителей – социальные неудачники. Мне думается, что в политике их низких зарплат есть какой-то замысел. Бедный и озлобленный человек, не состоявшийся в жизни, будет срывать зло на тех, кто ему подконтролен и стараться их унижить.

Как может недалекого ума «педагог», не нашедший более перспективной работы чему-то научить потенциально талантливого ребенка? Как женщины могут учить будущих мужчин? Хорошие учителя конечно есть, но их очень мало. Основная часть тех, кто работает сейчас в школах – не реализовавшиеся унылые люди, в принципе не способные быть примером для подражания или серьезными наставниками. Даже больше скажу – большинство учителей в принципе не заслуживают уважения как люди.

Дети от природы любознательны, искренни, любят фантазировать, придумывать, вторить, познавать мир на практике, они непосредственны, за все принимаются сразу, от натуры агрессивны и энергичны, стремятся проявить свои способности.

Но пройдя через жернова средней образовательной школы, большинство детей сломается. Школа привьет им страх и неуверенность, научит прятаться за групповой ответственностью. Многие дети потеряют тягу к индивидуальности и научатся не только отвечать, но и мыслить по стандартам. Уйдут и стремление к знаниям и активность, и желание

«высовываться и умничать», и иметь свое мнение, и всячески идти против «системы». В школе их будут учить любить Пушкина и всех русских классиков, заодно погубят на всю жизнь тягу к чтению в принципе. Привьют оценочное мышление, тем, что будут ставить отметки за все – и за поведение, и за ведение тетрадей и даже просто за лояльность к учителю. И все десять лет будут всячески унижать достоинство ребенка.

Примеры из реальной жизни показывают, что настоящего успеха в жизни добиваются не отличники-ботаны, а именно самые дерзкие, несломимые школьники.

Глава 12.

Секты, культы, идеологии и их программирование

Однажды со мной случилась такая ситуация: собирается компания, поиграть в пул, нужен был еще один человек для четного количества. Тут мне звонит один знакомый, я приглашаю его.

В самом бильярдном клубе оказывается, что чувак поклонник всяких "тренингов личностного роста" и в особенности В. Шлахтера, неудивительно, что он пришел весь в черном, короткостриженный и с бородкой. Ну это ладно, если бы у него на поясе не висел охотничий нож в кобуре. На мое предложение не выеживаться и спрятать нож, отвечает что "мужчина не должен расставаться со своим оружием". Через некоторое время охрана бильярдного клуба заметила его и попросила выйти.

Да, порой они такие забавные, поклонники разных гур...

В этой главе мы поговорим о сектах и их адептах, коих в последнее время в великом множестве мы можем наблюдать как в реальной жизни, так и в Интернете.

Что мы будем подразумевать под «сектой» в данной статье?

«Секта» - это сообщество людей, уверовавших в некую аксиому, идею и непрекословно действующих ради ее осуществления. Для участия в сообществе нужно придерживаться неких убеждений и системы ценностей, оспаривать которые там не принято. Часто участники сообщества ведут строго определенный образ жизни, придерживаются «своих» принципов, имеют «свои» обычаи, совершают «свои» обряды.

Какой может быть идея в сообществе? Например, пикаперы верят, что умение соблазнять много женщин ведет к личностному росту, «проработчики» по системе Турбо-Суслик – что читая определенные тексты, человек становится просветленным, специалисты сетевых компаний – что они продают едва ли не самый целебный продукт в мире. Националисты: в то, что определенная нация - самая высокоразвитая на Земле и ведет весь мир к спасению. Адепты КОБ – что существует мировой сионистский заговор. И так далее.

Какие бывают секты?

1) Религиозные – кроме известных всем иеговистов, кришнаитов и сайентологов, к сектантам можно причислить всех христианских фанатиков, поклонников псевдоиндуистских культов, изучающих «веды», родноверов и прочих неоязычников.

2) Политические – националисты различного толка, НБП, РНЕ, нашисты, рьяные коммунисты и др.

3) Коммерческие – чаще всего сетевые компании: Тяньши, Kirby, Amway, Тенториум, Edelstar, AVON, Oriflame, Mary Kay, Faberlic. Последователям навязывается культ их продукта и иллюзия будущего финансового благополучия.

4) Тренинги «личностного роста» - пикаперы, шлахтеровцы, Синтон, Симорон, Лайфспринг, Спарта, проработчики от Турбо-Суслика и пр. и пр. Верят в то, что проходя за свои деньги тренинги, становятся «продвинутее».

5) Разные идеологические сообщества, наподобие КОБ, веганов, сыромоноедов и пр.

Как правило, подавляющее большинство участников данных сект – простые люди, которых в Интернете принято называть «хомячками» (хотя автор не разделяет этих ярлыков). Данная категория людей нуждается в готовой идеологии, что разложит мир по полочкам и в лидере, способном решать и вести за собой.

Руководители же этих масс, как правило, наоборот, люди очень умные, авантюрные, корыстолюбивые, часто «одиночки» по жизни, знающие психологию толпы и понимающие, куда и зачем они ее ведут.

Иногда как такового лидера в движении может быть и не видно (как например, у веганов). Что однако не означает, что движение развивается стихийно, и им в наш век Интернета никто не руководит.

Чтобы «поработить» личность, нужно закрепить его интеллект. Чтобы ум человека впитал в себя какой-либо догмат, чаще всего используются следующие приемы:

1) Комплекс неполноценности – «ты ничтожество, неудачник, никчемный человек, грешник, и чтобы не быть таковым активно работай на благо нашей секты».

2) Комплекс вины – часто используется в религиозных культах: за свои прошлые грехи ты обязан следовать нашему учению, иначе все мы погибнем из-за тебя.

3) Комплекс страха – если ты не сделаешь то и то, тогда..... ты останешься лохом по жизни, будешь гореть в аду, евреи поработят мир, а страну заселят чурки, ты будешь вечно отрабатывать карму..... (нужное подставить).

4) Комплекс превосходства – самый мощный (на мой взгляд) рычаг воздействия на сознание сектанта. Человек-обыватель, ничего из себя не представляющий в реале, но очень желающий потешить свое Чувство Собственной Важности, вдруг находит в секте Идею, которая становится смыслом его жизни.

Он начинает ощущать гордость за то:

- что он обладает Откровением – истинными, особыми (как ему кажется) знаниями, которые неведомы всем остальным.

- что он сопричастен особой касте людей, несущих свет («ЯРусский!», «Я Веган!» и пр.). Он теперь не такой, как все. А все остальные кто? Невежи, быдло, обыватели, хомячки, мусор, зомби, дебилы, неудачники, задроты...

Когда такой человек становится приверженцем секты, часто он начинает кричать о своем мировоззрении на каждом углу (особенно в Интернете!). Одновременно ему мерещится, что все, кто говорит о том, что он стал фанатиком, завидуют и поэтому злятся. Ему невдомек, что на самом деле окружающих раздражает напыщенность сектанта.

Как люди становятся приверженцами сект?

Представим типичного сектанта – человека с несформировавшимся мировоззрением, запутавшегося в себе или находящегося в психологическом кризисе. На глаза ему попадает красочный журнал, статья, видео в Интернете или лекция. Там говорится о каких-то невероятных, но как ему кажется, правдивых вещах, которые находят отклик у него в душе. В голове у человека начинается революция. Он испытывает компот чувств из восторга, «озарения», удивления, гордости за сопричастность к этому, и, возможно, ненависть к созданному образу врага.

То есть, гамму сильных, положительных эмоций к усвоенному материалу. Затем он начинает читать\смотреть все материалы данного сообщества, интерес растет, он подсаживается на них. Находит компанию единомышленников-сектантов, которые рады ему и начинают поддерживать. Если у него не включено критическое мышление (а чаще всего это так), то он готов проглатывать любой сектантский бред, выдавать его за собственные мысли, да еще и яростно отстаивать его.

Это легко можно проверить самим: найдите в Интернете сектанта поактивнее, и прямо выскажите ему несогласие или сомнение. Увидите, сколько словесных помоев выльется в ваш адрес. И скорее всего, там будут не аргументы, а поток эмоций.

Как работают в сектах с адептами?

Итак, основные инструменты работы с массами – накачка их эмоциями (страх, вина, превосходство и пр.), сила авторитета лидера и стадный корпоративный дух, снимающий ответственность с конкретного индивида. Под этим соусом толпе можно впарить любой бред, вплоть до пришельцев с планеты Нибиру или победы славян над Китаем семь тысяч лет назад.

Любая критика отменяется, участник секты как правило боится отклониться от нормы и высказать противоречащую учению точку зрения, т.к. это вызовет осуждение собратьев. В Православии, например, считается грехом сомневаться в вере или даже читать атеистические или иные антихристианские книги. Для усвоения сектантам дается только одна точка зрения по определенным вопросам, одна сторона медали, выгодная им. Иногда против критики используется прием «власти скрывают тайные знания, запрещают нас и высмеивают, потому что мы говорим правду».

Сектанты предпочитают обходить «скользкие» для них вопросы и не задумываться над ними. Иногда такие люди могут сказать что-то типа: «Я не знаю, как тебе это объяснить, но просто я чувствую внутри себя, что это так».

Люди падки на лесть и красивые рассказы. «Чем невероятнее ложь, тем быстрее в нее поверят» - эту фразу приписывают министру пропаганды Третьего Рейха, Йозефу Геббельсу. Талант писателя-фантаста Л. Рон Хаббарда помог ему создать армию адептов Церкви Сайентологии. Люди способны поверить в бред не потому что их логически убедили, а из-за того что им ХОЧЕТСЯ верить в это.

Очень показателен здесь пример родноверов и прочих славян-неоязычников, которые внушают массам, что их народ – это богоизбранный народ-богатырь, когда-то бывший самым великим и имеющий свое высокое Предназначение. Это очень популярно среди масс, потому что людям не хочется отождествлять себя с тем народом, на представителей коего им стыдно смотреть каждый день. Легче принять желаемое за действительное.

На самом деле, движения, пропагандирующие национальную богоизбранность есть почти в каждой стране. Даже киргизы считают себя самой великой нацией – посмотрите в Интернете видео под названием «Зима не будет».

Что получают кукловоды из секты?

Из сектантов можно извлечь огромную выгоду. Ведь по сути, под соусом «учения» им можно впарить любой бред. Например, извлечь материальный гешефт, убедив покупать определенные товары или уговорив вложить деньги в какое-нибудь «общее дело». Можно с их помощью расквитаться с кем-то. Например, когда кукловод решает свести счеты со своим личным неприятелем, и говорит «ФАС!», сектанты бегут травить врага. В идеале, заручившись поддержкой масс и набрав внушительное количество ярых фанатов можно прийти к власти.

Встречается такое, что в сектах целенаправленно культивируется ненависть к кому-либо или чему-либо через эмоциональную накачку. Вспомним упомянутую в главе 9 «пятиминутку ненависти» из романа «1984», когда толпа собирается вместе, чтобы покричать и поистерить на образ «врага».

Выводы:

Итак, предположим, вы уже являетесь поклонником, фанатом какого-либо известного, авторитетного человека.

Главное – не стоит так жадно поедать информацию от него, игнорируя фильтр здравого смысла.

Особенностью окультивированного мышления является то, что на определенном этапе информация, что кажется вам правильной и важной, начинает поглощать защитные фильтры психики. В жизни это грозит тем, что ВСЕ, что исходит от объекта культа, воспринимается как единственно верное. Процессы, отвечающие за логическое обоснование, становятся ненужными, и мышление постепенно делается расслабленным и ленивым. В итоге психика передает ответственность за ВАШУ ЖИЗНЬ на того, кто для нее является авторитетом.

А что происходит с личностью? Она перестает развиваться. Потому что саморазвитие – это труд и упорство в поиске истины, но все это прекращается. Если из системы изъять источник информации, то начнется ломка. А что вы хотели, ведь мышление стало ленивым, оно не хочет больше творить и думать – оно хочет получать! Поэтому сектанты начинают искать в своих верованиях ответы даже на простые бытовые вопросы, какие они бы разрешили самостоятельно, не будь они в сообществе. Старайтесь анализировать любую значимую для вас частицу реальности. Все, что вы впитываете, должно пройти через фильтры. Это труд, реальный труд, но по-другому вы не изменитесь совершенно. Вы просто передадите ответственность со своего плеча на чужое.

Глава 13.

Секрет успеха гуру

Так уж устроена природа, что человек не может освободиться от стадного инстинкта. Большинству людей нужен лидер, пастырь, гуру, что знает все обо всем, выскажет авторитетное мнение по важным вопросам и поведет за собой.

Когда господствующая когда-то идеология или вера сдает свои позиции, появляются множество менее масштабных «гур», ловко захватывающих пустующие места в сердцах паствы.

Но кто такой Гуру? Одной харизмы вожака и ораторского умения недостаточно. Его отличает еще одно важное качество, о котором в других источниках упоминается вскользь. Это качество способно привлекать к себе все больше и больше новых адептов.

Итак, Гуру – это вожак, который говорит то, что приятно слышать толпе. В этом кроется причина его популярности.

Говорит товарищ Олег Торсунов толпе теток бальзаковского возраста, что женщина духовнее и выше мужчины (и это подкреплено Ведами) – и они с радостью его слушают и несут ему деньги.

Говорят Ф. Богачев, А. Лесли и прочие лидеры пикаперов, что пройдя их тренинги любой парень (даже если он нищий, тупой и урод) сможет уложить в свою постель хоть какую красотку-модель – и парни валом идут на тренинги, дающие им надежду и веру.

Говорит Михаил Задорнов, что русские – это самая великая и древняя нация, от древнерусского языка пошли все языки, и какие мы энергичные русские молодцы, всему Западу утираем нос (все это приправляется историями о похождениях русского быдла, начудившего за кордоном), и собирает полные концертные залы.

Или вот еще наглядный пример – «тренинги личностного роста» и МЛМ-компании. Там людей ловят на чувстве жадности, говорят – вот пусть ты сейчас нищеврод, но как только будешь работать у нас (и отнесешь нам свои деньги) – станешь миллионером!

И многие ведь ведутся!

При всем при этом Гуру может нести полную антинаучную ересь, но если он говорит это уверенно и харизматично, толпа съест все. Вот Герман Стерлигов в выступлении по ТВ сказал, что Солнце вращается вокруг Земли, и ничего, у него тысячи обожателей.

Вовлечение в «адепты» изначально происходит провоцированием любопытства, а затем накачкой эмоциями. Не важно, какими – может быть, расскажут то, что покажется невероятным и увлекательным, откроют «истину, неизвестную большинству» (недаром же сейчас популярны всякие теории заговоров). Может быть, наобещают заоблачные перспективы. А может быть, будут обрабатывать Чувство Собственного Величия за сопричастность к «элите».

Возможно, после того, как гуру польстил самолюбию клиентов и посеял в них зерна гордости за прикосновение к «истинным знаниям», он будет убеждать:

а) что адепты должны понять и принять, что они живут неправильно, у них проблемы, у них все плохо.

б) что самостоятельно они не смогут справиться с проблемами.

в) что Гуру – единственный, кто знает правду, нужно слушать его чаще и только его. А лучше купить его лекции, книги, материалы или пройти у него тренинг или консультацию.

Какой отсюда сделаем вывод? Будьте бдительны, фильтруйте информацию, не поддавайтесь эмоциям и не ведитесь на лесть. Станьте лидером для самого себя.

Глава 14.

Вегетарианство как средство сектантского программирования

В качестве иллюстрации сектантского поведения и образа мыслей, описанного в главе 12, приведем адептов двух ярчайших движений – вегетарианцев и поборников Здорового Образа Жизни. Последних затронем в следующей главе, а веганов – далее.

Вместо вышеназванных можно было бы разобрать православных фанатиков, или националистов или каких-нибудь родноверов, основная суть останется той же. Однако на авторский взгляд, именно веганы наиболее ярко демонстрируют нам сектантскую психологию.

В последние лет пять идеология вегетарианства при помощи Интернета широко распростерла крылья над молодыми людьми из так называемого «креативного класса». Дело даже не в том, что веганом быть так же модно, как и иметь творческую профессию. И дело даже не в мясе, и не в этических принципах. Дело в самовлюбленности.

Самая главная причина популярности вегетарианства – в услаждении Чувства Собственного Величия. Человек, переставший есть мясо, яйца и молоко, начинает думать, что теперь он выше всех остальных, он стал каким-то духовным, этическим, осознанным. Что он – не такой, как все, он благородный. Люди, не разделяющие его взглядов для него сейчас кто? – Трупоеды, падальщики, убийцы: быдло одним словом.

На первый взгляд может показаться странным то, что те, кто пишет на просторах Всемирной паутины о своей любви к животным, не берут с холодных улиц кошек и собак себе домой, не устраиваются волонтерами в приюты и питомники, предпочитая уютные офисы днем и социальные сети по вечерам, где они пишут о своих веганских добродетелях. В реальной жизни декларируемая ими любовь к животным на людей не распространяется. Показушная забота о братьях наших меньших сочетается с подростковой агрессией к оппонентам.

Отличительная особенность таких любителей животных – их лютая ненависть к людям. Казалось бы, какой парадокс – как это уживается вместе? На самом деле никакого парадокса здесь нет, веганов не интересует этика и добро – на первом месте для них собственное превосходство над другими и гордость за принадлежность к «Посвященным».

Проверьте это сами – зайдите на веганский форум или паблик, выскажите там сомнение в целесообразности отказа от мяса и на вас выльются потоки ярости, вплоть до пожеланий смерти и угроз физической расправы. Или просто почитайте комментарии веганов с некоторых антивегетарианских обсуждений.

Можно заметить, что вегетарианство активно прививается адептам новых «учений»: родноверы, культы на основе индуизма вроде «Общества сознания Кришны» или «Ананда Марга», Концепция Общественной Безопасности и некоторые другие секты – у них практикуется отказ от животной пищи. А например, некто Константин Робаев пошел еще дальше – он проводит платные лекции среди поклонников веганизма на тему... (внимание!) неедения «земной» пищи и питания за счет энергии солнца! Да что говорить, когда даже православная церковь, традиционная религиозная конфессия, учит паству длительному воздержанию от мяса во время постов, а также по средам и пятницам.

Если кто помнит, в 2009-2010 гг. в видеозаписи всех подряд сообществ сети «вконтакте» стали форсированно добавляться разные тематические ролики сектантского уклона, особенно агитирующие за веганство.

Судя по этому, можно предположить, что данная пропаганда целенаправленно

вбрасывалась в Интернет не от энтузиазма, и в эту раскрутку были вложены деньги.

Зачем?

Чтобы ответить на этот вопрос, разберем, откуда вегетарианство берет свое начало.

Вегетарианство как массовое явление стало появляться на волне расцвета разных организаций, какие принято называть «тоталитарными сектами» или «учениями деструктивного толка». В большинстве таких организаций насаждалось вегетарианство различных степеней строгости, и этим преследовались такие основные цели:

1) Дать еще один повод пастве прочувствовать свою избранность, особенность.

Это главный козырь – давление на комплекс превосходства. Таким образом кукловоды, прививая ведомым мнимую гордость, получают мощный рычаг управления массами.

«Вокруг нас быдло – мы святые. Мы посвященные – остальные все скоты. Я брахман – а вы все шудры». Об этом мы уже говорили выше.

2) Установить дополнительную преграду между паствой и прочей публикой, чтобы адепты противопоставили себя окружающим.

Поскольку веганам приходится постоянно убеждать себя во вредности и греховности традиционного питания, внушать себе что «мне противен даже запах мяса», то находясь среди довольных жизнью мясоедов им неуютно... Но уж если приходится, то срабатывает следующая цель насаждения такого отказничества:

3) Нести «Светлое Учение» в народ.

Пока мирные граждане лопают шашлык — сектант прочитает им нужные проповеди, коими он сам уберегается от искушения.

Человек, ставший веганом, начинает всем об этом рассказывать (и писать в Интернете) при каждом удобном и неудобном случае.

Есть даже такой новый анекдот: «Как определить вегетарианец ли человек? Начните с ним разговор на любую тему, и он сам через пять минут вам об этом скажет!»

4) Вегетарианская диета способствует изменению психики неопита в полезную для сектантских целей сторону.

А именно — повышается внушаемость, что хорошо для дальнейшего зомбирования. Ограничения в еде пагубно влияют на работу мозга, его сопротивляемость к внушению извне и рационализации падает. Когда организм не получает полноценного питания, у мозга заканчиваются ресурсы на критическое осмысление информации, он может только впитывать поступающие сведения. Вы и сами это замечали на себе – когда вы недоедаете, голова работает хуже.

Этим как раз и пользуются кукловоды от разных сект. Ведь людям легче скормить информацию, если они будут хуже питаться.

5) Усиливается стадность. Это полезно для создания «духа общности», «тепла родного коллектива». Сплотившись и поддерживая друг друга, они создают свою собственную микрореальность (об этом говорилось в главе 7), в которой живут, а также генерируют

«духовный» контент.

6) Возрастает специфическая «взрывная агрессивность», когда кто-то извне зацепляет какую-либо из внушаемых подпрограмм. Эта агрессивность работает как гиперзащита — срабатывает раньше, чем «напали», что защищает «сектанта» от любой информации, что может заставить задуматься и повредить инкорпорированные в сознание убеждения.

Приведем наглядный пример: допустим, скажешь убежденному вегану, что мясо содержит необходимые организму вещества — тот не задумается о содержательной части (что за вещества, чем необходимы), а выдаст или заранее «прошитый» ответ, или скажет что-то вроде «а ты знаешь как невыносимо мучается бедное животное, когда его убивают током?!»

Однако любой фанатизм — признак подавленного сомнения. Если человек действительно убежден в своей правоте, он абсолютно спокоен и может обсуждать противоположную точку зрения без тени негодования. Один из главных признаков зрелости духа — полное отсутствие потребности кому-то что-то доказывать.

Кстати, эта «агрессивность» может быть полезна секте при разных массово-фанатических мероприятиях, будь то коллективный суицид, нападения на врагов, прыжки на амбразуру, атака зарином в метро и так далее.

7) В конечном итоге в особо терминальных случаях у некоторых адептов возрастает тяга к «учительству» — желанию навязать всем окружающим свой (или все же это был не совсем свой, и не совсем свободный) выбор. В совокупности с агрессивностью на почве неудовлетворенности организма это дает впечатляющие результаты.

Однако с вегетарианством вышел казус. Метод сектантского тоталитаризма отделился от корней и стал жить собственной жизнью. Со временем он оформился в самобытное движение с сектантскими чертами: идеей избранности, публичного отказа от мирских удовольствий и благи ради спасения человечества, наслаждением ощущения своей «чистоты» переходящее в непомерную гордыню и склонностью к наставничеству.

Люди, ставшие на путь веганства, начинают ассоциировать себя с мудрецами, необычными людьми, просветленными. Но только человек решил, что он достиг просветления — он начинает деградировать. Мнимое просветление опасно тем, что человек перестает себя развивать, начинает проявлять себя в неправильном ключе и в итоге, становится деструктивным орудием тех, кто чуть более прозорлив в плане манипулирования.

То, что этим людям на самом деле нравится в вегетарианстве — это осознавать себя особенными, благородными, продвинутыми, и свысока смотреть на других, называя их «трупоедами» или как-то еще. Веганство нужно для того, чтобы индугулировать высокомерное и хамское отношение к тем, кто не разделяет их взгляды.

Человек становится вегетарианцем в основном потому, что это дает ему повод чем-то кичиться, не имея каких-либо реальных жизненных достижений. Гордость за то, что не ешь мясо — находится где-то между гордостью за свою национальность, внешность или происхождение и гордостью за отказ от алкоголя.

Высокомерие, агрессия и невежественность идут рука об руку с представителями данного движения, а фанатизм сочетается с игнорированием здравого смысла и истолкования признаков истощения организма как «очищения». Очень часто на веганских и особенно сыроедческих форумах и пабликах можно встретить вопросы новообращенных: что делать, если у меня при продолжительном сыроедении отклеиваются ногти, немеют пальцы рук, портятся зубы, повысилась утомляемость, у девушек пропадают месячные и т.п.? Зачастую им

советуют не обращаться к врачам, т.к. современные медикаменты проходят испытания на животных, а лечиться методами а-ля как у Геннадия Малахова. На сообщения западных СМИ о том, как умственно недоразвитые родители-веганы довели своих детей до больницы внимание тоже не обращают.

Печально, что люди этим зомбируются и становятся фанатиками. То есть для них их веганство как религия – они избранные, а все вокруг уроды, и если что-то не то намекнуть про их «религию», они изольют на тебя тонны ненависти. Удивительно, как из благородных побуждений может расти такое злопыхательство. Веганы, трезвенники – они же ненавидят всё вокруг себя. Кто имел печальный опыт реального общения с такими, тот знает – какие они на самом деле «добрые».

Но самое страшное – что эти люди не хотят думать, не хотят читать по этой теме ничего, кроме «своих» источников. Они не могут даже предположить то, что они неправы, чем напоминают крестьян в имперские времена, чье мировоззрение было ограничено верой в христианского бога и царя-батюшку, а мышление не приспособлено для гибкости.

Кроме проблем со здоровьем и конфликтов с окружением, вегетарианство таит в себе еще и психологическую опасность. Некоторые люди ударяются в движение из-за жизненных проблем, неудач в общении или душевной пустоты. Там они «варятся» в одном котле с разного рода фриками, инфантильными и безответственными отщепенцами, а то и разного рода сектантами, надевают розовые очки и раскармливают свои комплексы превосходства.

В итоге вместо «духовного очищения» происходит деградация личности с раздутым Чувством Собственного Величия и лишенным адекватного мышления.

Глава 15.

Две стороны медали алкогольной и табачной зависимостей

Алкоголь и табак – вещества, которые по воздействию на здоровье тяжелее некоторых наркотиков, однако легализованы ввиду давности их употребления. Подсадив население на алко-табачную зависимость, государство и алко-табачные производители выручают немало денежных ресурсов. В СССР например значительная часть бюджета была алкогольной, с 1960-х годов велась мягкая алкопропаганда (вспомним фильмы «Карнавальная ночь», «Ирония Судьбы», песни в стиле «губит людей не пиво...» и др.), призванная стабилизировать поступление «пьяных денег» в казну. В «перспективе», это привело лишь к деградации населения.

Зависимости на алкоголь и курение у нас прививаются с детства. Многим детям нелегко устоять перед соблазном выпить и покурить, потому что почти повсеместно это делают взрослые, и многие сверстники, и те, кто чуть старше и пьют и дымят. Употребление алкоголя через народные традиции – бухать на Новый год, день рождения, похоронах и поминках, каждый праздник, по поводу повышения в должности, без повода, за встречу, за проводы, на день святого Патрика и т.д. – приводит к закреплению в подсознание, что выпивка есть неотъемлемая часть жизни. Но все это, разумеется, стереотипы.

Власти некоторых государств вводят антитабачные санкции, но крупнейшие табачные компании уже готовят контрмеры: добавляют в сигареты мед, пряности, подсластители, чтобы женщинам и детям было приятнее курить. А одна нидерландская компания даже стала выпускать сигареты для детей! Да-да, все легально – никакого табака, сигареты состоят из твердого сиропа, из коего получается сладкий дым. Хотя что там – помните шоколадные сигареты из 90-х?

Сегодня существует уйма разновидностей алкоголя, на любой цвет, вкус и ориентированных на разные слои населения – для "холопов": "жигули", "яга", "зеленая марка", для "элиты" – различные "хеннеси", "кристалл", "самбуки", "мартини" и пр. (прошу простить за возможные неточности – в алкогольных марках автор разбирается лишь приблизительно). По сути же – и "жигули" и "хеннеси" это один и тот же этиловый спирт, но с разными растворителями.

Массовая алкогольная и табачная зависимости выгодны во-первых, коммерческим структурам, в целях извлечения прибыли (хотя, сами владельцы табако и алкогольных корпораций могут вести трезвый образ жизни), во-вторых государству, ибо "пьяным народом легче управлять" (эту фразу приписывают еще императрице Екатерине Второй). Впрочем, когда в настоящее время употребление алкоголя выросло до чудовищных объемов, грозящих национальным вымиранием, правительства опомнились и стали вводить некоторые ограничения.

Реклама активно вдалбливает потребителям мессадж типа "если ты пьешь наше пойло – ты веселый клевый чувак, а если нет – ты несовременный мудака". И многие ведутся. Однако не все задумываются, что веселиться и классно проводить время, знакомиться с людьми, встречать праздники можно и без "допинга", стимуляторов, больно бьющих по здоровью и кошельку. Кстати, многие люди, бросившие пить, отмечают рост креативных способностей, повышение тонуса и самочувствия, физических сил. В Интернете можно встретить истории о том, как на вечеринках к трезво веселящимся людям подходили и интересовались: "ты что такое пил?"

Зависимости – дело не добровольное. Люди пьют и курят не ввиду собственного решения – они это делают в силу давней привычки и социального прессинга. Бросить это

вполне можно, главное, не внушать себе, что это очень тяжело. По поводу того, как избавиться от ненужных никому пристрастий, доходчиво написано в книгах Аллена Карра.

А теперь рассмотрим обратную сторону движения трезвенничества.

На самом деле, вполне здравомысленно отказаться тратить деньги на то, что подрывает твоё здоровье и умственную деятельность. Другое дело, когда это превращается в фанатизм, в отказ от алкоголя и курения ради самого отказа и вскармливания гордости.

Нетрудно заметить, что многие расплодившиеся в последнее время организации – националистического, ведического или неославянского толка часто используют в своих учениях различные аскетические практики и – воздержание от алкоголя и табака.

Это тоже своего рода программирование – только со знаком «плюс». «Пусть лучше быдло на турниках висит и бежит, чем колется и бухает», – иронически замечают некоторые.

Но отказаться от алкоголя мало. Необходимо еще и научиться мыслить самостоятельно. Не слепо воспринимать и пересказывать то, что услышал в лекциях В.Г. Жданова или прочитал в околонульных статьях, а думать своей головой, применяя навыки критического мышления.

Наблюдая за «отказниками» от пагубных привычек, можно заметить такую особенность.

Если от алкоголя отказывается психологически здоровый человек, он просто начинает наслаждаться трезвой жизнью и не парит другим мозги своими убеждениями. Если же на путь ЗОЖ вступает «быдло» (здесь хочется тяжело вздохнуть).... то как ни странно, он не перестает от этого быть «быдлом».

Наоборот, он становится фанатиком, а ЗОЖ – единственным и главным предметом его гордости. Вместо того, чтобы говорить о своих новых убеждениях с позитивом, типа: «Бросил пить и курить – стало радостнее жить», они начинают оскорблять всех пьющих и курящих:

«Пьешь и куришь?? Жалкое ничтожество, слабак и неудачник!»

Однако, подобным поведением можно только озлобить и настроить против себя пьющих, а не «наставить их на путь истинный».

Впрочем, самодостаточные люди равнодушны к подобному поведению. В здоровье нет ничего плохого, но делать из этого культ и становиться фанатиком – идиотизм. Если человек не пьет и не курит уже несколько лет – ему не нужно публично бегать или отжиматься и кому-то что-то доказывать, он сам себе все доказал.

Отсюда сделаем вывод – отказ от алкоголя и курения должен стать вашим личным выбором, а не результатом пропаганды. И если вы пришли к этому самостоятельно – наслаждайтесь здоровым образом жизни для себя, а не напоказ.

Глава 16.

Религия в социальном программировании

Чернь считает религию истинной, мудрец - ложью, правитель - полезным изобретением
Сенека Младший

Изначально религия была самым первым организованным институтом социального программирования. С помощью нее в древности люди пытались удовлетворить свою духовную потребность иметь смысл в жизни, поклоняться чему-то, что выше них. «Надо же во что-то верить», - как говорят сейчас. Религия выполняла функции философии и психологии, и пыталась ответить на вопросы: Что есть жизнь? Откуда она берется и куда уходит? Как поступать с окружающими? Как жить так, чтобы всем было хорошо? Ради чего мы живем?

Однако все религии быстро срастались с государствами, и становились их идеологическими рупорами. Религиозная власть и власть государственная шли рука об руку и взаимно поддерживали друг друга. Государство обеспечивало религии защиту и подкрепление (силовую в особенности), а религия взамен занималась идеологической обработкой населения. Иначе как объяснить народу, что служить фараону и жрецу, таскать камни для строительства пирамид, дворцов и храмов – это не что иное, как веление Бога? Чем еще мотивировать, что очередной крестовой поход – это защита нашей святой веры? Что классовое неравенство, кастовое разделение общества – это порядок дел, угодный Всевышнему, а любому начальству нужно подчиняться. «Всякая власть от Бога», «Кесарю кесарево, а Богу богово», «на все воля Божья» и т.п., говорили церковные иерархи, подстраиваясь под очередную власть: царскую, советскую, гитлеровских захватчиков, современную российскую...

Религия – это огромная власть и огромные деньги, и это касается не только России. Не так давно довольно известный американский проповедник со знаковой фамилией Крефлю Доллар попросил прихожан своей церкви собрать пожертвование ему на новый самолет, ибо старый стал хуже функционировать. С каждого из 200 000 своих последователей он просил взять по 300 \$.

В своей деятельности по промывке мозгов религия использует множество сильных и проверенных временем психологических приемов. Рассматривать их здесь и далее мы будем на примере ближайшей нам религиозной конфессии – Русской Православной Церкви.

Во-первых, религия держит людей в страхе божьего наказания. Идея следующая: Церковь внушает мысль о существовании Высшего разума, который знает, что лучше для других. Толковать указания высшей власти могут, естественно, только церковники.

Внушается, что Бог всеведущ. Ему известно о каждой поступке, каждом шаге, каждой мысли. Бог – непознаваемая высшая сила, которая будет карать и при жизни, и после смерти за неудобные Ему поступки (притом, что Он возлюбил весь мир). Эта идея позволяет осуществлять тотальный контроль над личностью. Эта концепция гораздо мощнее, чем «Старший брат следит за тобой». А во времена массовой гибели людей от чумы и холеры, непреодолимых сил природы, набегов неприятелей, бесконечных войн и разгула охоты на ведьм все смертельно боялись страшной божьей кары.

Во-вторых, сомневаться в вере и в истинности учения Церкви – страшный грех. «Надейся на Господа всем сердцем твоим, и не полагайся на разум твой» (Притчи, 3:5), гласит Писание. Нельзя допускать у себя сомнений даже в мыслях. Допустил – нужно раскаиваться об этом на исповеди. Сам сатана был первым усомнившимся. Он же в образе змея-искусителя

предложил Еве плод с древа познания. То есть, заставляя людей размышлять, он склоняет их к греху.

Нельзя читать иноверческие, и не привели Господь, атеистические («богоборческие») или сатанинские книги. Вообще, не желательно уделять внимание «светским» (т.е. не относящимся к вере) книги, ибо «мудрость мира сего есть безумие пред Богом» (1 Кор. 3:19). Человеческая мудрость возвышает человека и принижает Бога. Не задавай вопросов, делай так, как батюшка велит. Слушайся всего, что говорят с амвона в храме. «Кому Церковь не мать, тому Бог не Отец».

Не следует слишком много спрашивать, т.к. все ответы уже есть у Церкви и в «Священном Писании». Есть ли Бог? Да, об этом написано в Библии. Почему Библия истинна? Потому что она написана Богом. Не задавай глупых вопросов.

В-третьих, Церкви так легко управлять своими адептами (кстати, там их называют «паствой», т.е. стадом овец и баранов) в том числе потому, что религиозный человек мыслит плоско, просто и шаблонно. Все «его» мысли уже высказаны и прописаны заранее. В его сознании все разделено на четкие императивы: это хорошее, а это плохое, это «от Бога», а это «от дьявола».

«На все воля Божия», «Бог дал, Бог взял», «Пути Господни неисповедимы» и т.п. Откуда берется зло, беды, страдания? От сатаны, конечно. Это он подталкивает людей грешить, а милостивый Бог их наказывает, чтобы очистить души от греха. Несправедливость, несчастья, горе? Это все сатана. Ну и из-за твоих грехов, разумеется.

В-четвертых, Церковь контролирует людей через строгую мораль. Причем эта мораль отнюдь не равняется нравственности. Иного «сильно верующего» язык не поворачивается назвать нравственным или духовным человеком.

Моральные нормы Церкви однобоки и направлены не столь на благо ближним, сколько на благо Церкви и власти (государственной, начальственной, родительской), на тщательное соблюдение обрядов, на контроль себя и своих мыслей, на собственное «смирение». С детства верующим внушается, что нарушать правила и жить в угоду себе – это быть плохим, а подчиняться и ставить других на первое место – значит быть хорошим.

Эти же моральные нормы не действуют за пределами интересов Церкви. Например, что бы ни говорил Христос про удары по правой щеке, но агрессия и насилие против врагов Церкви – это не только не грех, но богоугодное дело (вспомним дело «Pussy Riot» или многочисленные насильственные акции религиозных фанатиков).

При этом, Церковь выступает с позицией, что именно религия является главной причиной и оплотом нравственности. Что без страха божьего наказания люди будут воровать, убивать, совершать прелюбодеяния с водоплавающими пернатыми и т.п. По этой логике не существует порядочных, интеллигентных и честных людей без их веры в небесного мужика, наблюдающего за всеми. По авторскому убеждению – грош цена нравственности, держащейся на страхе и стремлении заработать себе дополнительные баллы для пропуска в рай. Религия осуждает эгоизм и корысть в земной жизни. А разве стремление подобно святым и преподобным попасть в рай ради наслаждений – это не завуалированный эгоизм, это ли не латентная корысть?

В-пятых, Церковь манипулирует людьми при помощи очень широкого толкования библейских текстов. А чем более абстрактны понятия, тем более обширной трактовке они поддаются.

«Если выражаться недостаточно ясно, когда-нибудь прослывешь пророком», - так говорил один из философов эпохи Просвещения. Кто читал Библию, тот знает, каким пространным языком она написана. Естественно, Церковь монополизировала трактование «Священного Писания» и объявляет все иные, неправославные толкования ложью и заблуждениями. Кстати, большинство верующих Библию не читало, им запрещено читать Библию без подготовки и благословения батюшки, потому что, по словам церковников, «можно неправильно понять Писание и соблазниться», а если говорить точнее, верующий прочтет в Библии много такого, что приведет его в недоумение.

Естественно, Церковь толкует «Священное Писание» в свою пользу, даже если в Писании черным по белому написано обратное толкованию. Пример: в Евангелии описан случай, когда Иисус Христос произносит: «Удобнее верблюду пройти сквозь игольные уши, нежели богатому войти в Царство Божие» (Евангелие от Матфея, гл. 19, ст. 24; Евангелие от Луки, гл. 18, ст. 25). Однако церковные иерархи на дорогих автомобилях вовсе не расстроены. Церковь трактует эту фразу Христа таким образом: под «богатыми» Иисус имеет ввиду не тех, у кого много денег, а «богатых грехами».

Церковники в обоснование своих позиций приводят только те цитаты из Писания, которые отвечают их интересам, поэтому в подавляющем большинстве случаев отрывки из Библии приводят вырванными из контекста. А по большей части Церковь руководствуется так называемым «Священным Преданием», т.е. источниками, не содержащимися в Библии и созданными после ее написания. Встречаются случаи, когда написанное в Священном Писании прямо не согласовывается с официальной позицией Церкви. Пример: Православная Церковь утверждает, что до Воскресения Христа никто из людей после смерти не попадал в рай, т.к. его врата были закрыты после грехопадения Адама и Евы. Однако, в Евангелии Христос рассказывает притчу о богаче и Лазаре, из которой видно, что Лазарь все-таки находится в раю (да еще и каким-то образом общается с обитателями ада).

В-шестых, Церковь старается опустить психологический и жизненный уровень своих приверженцев, унижить их. То есть, Православие старается сделать всех людей, говоря языком этологии, «низкоранговыми». Это поймет любой, кто был глубоковерующим. Именно отсюда растут корни рабского менталитета русского народа.

Христианство зародилось и позиционировало себя как религия рабов, нищих, убогих и юродивых, о чем свидетельствует, например, Нагорная проповедь. Однако, формально вставая на сторону нищих духом, плачущих, кротких, алчущих и жаждущих правды, Церковь не стремится поднять их выше, а наоборот, поощряет их оставаться такими же, а всех остальных верующих – равняться на них. Хотите знать, какими РПЦ хочет видеть прихожан своих храмов? Почитайте наставление преподобного Ефрема Сирина «О смиреномудрии» (<http://lib.eparhia-saratov.ru/books/06e/efrem/sirin2/79.html>).

Православие, каким светлым и добрым оно кажется с экранов телевизоров и православие внутри себя сильно различаются. Изучив предмет глубже, можно понять, что христианство – это темная и мрачная религия страданий, религия смерти.

«Горе вам, смеющиеся ныне! ибо восплачете и возрыдаете» (Лук.6:25), «слезите и плачетесь: смех ваш в плач да обратится, и радость в сетование» (Иак. 4:9), гласит Писание. В этой земной жизни нужно как можно больше страдать, терпеть скорби, дабы после смерти, в жизни вечной уже наслаждаться райскими благами. Чем больше ты претерпел страданий на земле, тем более будет тебе награда на небесах. Веселье, смех, шутки, радость, получение удовольствий – это грех, после совершения которого нужно слезно раскаяться и сожалеть о содеянном. Мирские праздники, танцы, слишком вкусная еда – это тоже грех. Излишне любить своих родителей/детей/супругов/родственников, любить их больше, чем ты любишь Бога – тоже грех. И любить домашних животных – это грех. А благодетель – это молитва, пост, смирение,

терпение и послушание.

В-седьмых, помимо страха, религия давит и на другие эмоции верующих: вину, стыд, гордость, гнев.

Вина – любой верующий должен сам себя винить, укорять, самоуничтожать. И не только за свои грехи – все человечество уже виновно в том, что: 1) праотцы Адам и Ева ослушались Бога и ели плод с древа познания; 2) в распятии Иисуса Христа Сына Божьего.

Христианину, недостойному рабу Божьему, полагается постоянно держать в голове вину за свои грехи, повторяя Иисусову молитву: «Господи Иисусе Христе Сыне Божий, помилуй мя грешного». Заунывно-просительный, самоуничижительный манер церковной службы, отбитие поклонов, стояние на коленях, целование рук священникам тоже есть вид смирения.

Стыд – по аналогии с виной, верующему полагается стыдиться и себя и своих грехов, своих грешных мыслей, желаний и намерений, вольного внешнего вида и т.п., в общем, всего, что может вызвать малейшие нарекания с православной точки зрения.

Гордость, и даже просто уверенность в себе, почитается в христианстве за грех. «Надо быть уверенным в Боге, а не в себе», как говорят в церквях. Если ты хорошо сделал работу, надо говорить что-то типа «это не я, это мне Бог помог».

Однако верующим свойственная другая гордость – за сопричастность к своей вере. Они полагают свою религию единственно верной и правильной, себя – «приближенными к истине», соответственно, считают себя выше верующих других конфессий и уж тем более, атеистов.

Гнев – осуждая гнев против ближнего, церковь в нужных ей ситуациях может накручивать у верующих негодование против своих врагов, «хулителей веры» (к примеру, все те же акции фанатиков по срыву хулильных выставок, концертов, театральных постановок). Это называется «праведный гнев» и вроде бы как за грех не считается. Очень хитрый прием церковников в борьбе со своими конкурентами и противниками.

«Молчанием предается Бог. А молчание против ереси есть отчасти согласие» - пишет преподобный Феодор Студит. То есть, если при тебе обидели твоего Бога, а ты смолчал, то Бог тебе это не простит, и ты за этот тяжкий грех попадешь в ад. Ты обязан, как истинный христианин, напасть на хулителя, воспрепятствовать ему, наказать его. Таким образом, агрессией религиозных фанатиков, «силовой структуры» Церкви, движет все тот же страх Господнего наказания.

Существует мнение, что фанатизм есть признак подавленного сомнения. Если я в чем-то уверенно не сомневаюсь, мне не нужно подтверждать это, тряся кулаками, истошно крича и размахивая предметами культа. Кстати, в Древнем Риме понятия «богохульство» вообще не существовало. Полагалось, что любой из богов достаточно силен, чтобы самостоятельно покарать своего обидчика, и необходимости защищать бога не было.

Все описанное является не выдумкой автора (который когда-то сам был глубоковерующим), а реальной точкой зрения Церкви по этим вопросам.

Конечно, вышеуказанные позиции, на которых настаивает Православная Церковь, отдают огромным, плохо скрываемым лицемерием.

Церковь никогда не следовала тому, чему она учит. Не подставляла левую щеку, когда ее били по правой (если только не была совсем сломлена). Проповедуя святость бедности, всегда накапливала богатства и украшала храмы золотом. Уничижая мирян, никогда не унижала

саму себя. Держа народ в страхе божьего наказания, сама ничего не боялась.

РПЦ никогда не являлась «матерью русского народа», как она сама о себе говорит, она была и остается жадным паразитом, накинувшим материнскую шаль и беззастенчиво сосущим кровь простых людей.

В русской литературе, народных сказках и фольклоре со времен Крещения Руси не появилось НИ ОДНОГО положительного образа православного священника. Попы в народном творчестве символизируют обжорство, пьянство, разврат, ханжество, обман, лицемерие.

Попов на Руси никогда не любили. И тому подтверждение – множество народных поговорок, таких как «поповское брюхо из семи овчин сшито», «поп хочет большого прихода, а сам ждет не дождется, когда кто помрет», «поп - недобрая встреча», «поп сквозь каменную стену сглазит», «умен, как поп Семен: книги продал, а карты купил», «деньга попа купит и бога обманет», «не грози попу церковью: он от нее сыт живет, не грози попу кадилом: он им же кормится», «у цыгана не купи лошади, у попа не бери дочери» и др.

И когда большевики стали крушить церкви и жечь иконы (по иронии судьбы почти через 1 000 лет после Крещения Руси огнем и мечом), русский народ этому не сопротивлялся и поддержал начинание.

Однако революционеры, придя к власти, столкнулись при этом с новой проблемой – отсутствием альтернативы ниспровергнутой религии. Вера в высшее существо, жизнь по древним обрядам и традициям веками укоренялись в коллективном народном сознании. Отменив веру в Бога, новая власть не могла одномоментно переделать религиозный склад мышления пролетариата. Поэтому коммунисты предприняли попытку заменить православие на некий квазирелигиозный коммунистический культ.

За место «Священного Писания» стали почитаться труды Маркса/Энгельса/Ленина/Сталина. Вместо икон – портреты вождей в каждом доме и на рабочем месте. Вместо крестных ходов с хоругвями – митинги, демонстрации и парады с плакатами. Место святых заняли коммунистические деятели, мучеников и страстотерпцев – погибшие герои Гражданской и Великой Отечественной войн, святых подвижников – ударники, стахановцы, герои труда. Новым Мессией, даровавшим спасение, стал В.И. Ленин, а его Предтечами, Иоаннами Крестителями – К. Маркс и Ф. Энгельс. Мавзолей со «святыми мощами» Ленина сделался своеобразной Меккой для верующих в коммунизм. Революция октября 1917 года взяла то же значение, что и Воскресение Христа. Рождество заменил светский Новый год, а Пасху – Первомай. Моральный кодекс строителя коммунизма имел сходство с христианскими заповедями, а основной чертой новой религии стало уважение к труду для всеобщего блага (а не «терпение скорбей», как раньше). О грядущей Мировой Революции вещали как ранее о Втором Пришествии Христа. После нее настанет «рай» для всех трудящихся – эпоха коммунизма.

Однако начиная с 1960-х годов советская «религия» постепенно пришла в запустение и упадок, т.к. не состыковывалась с реалиями жизни, а ее методы сильно отставали от своего времени. Идеология стала предметом насмешек и к концу брежневской эпохи была уже мертвой.

Как ни странно, но в современном потребляестве как образе жизни тоже прослеживаются религиозные черты.

Власть, секс, деньги – это Пресвятая Троица нашего времени, причем второе является еще и неким таинством. Предметами поклонения также выступают престижные вещи и расточительный образ жизни. Крупные ТРИЦ теперь выполняют роль храмов неявной

неосознаваемой религии, а семейные походы туда по выходным – роль воскресных служб. Покупки, сделанные в данных ТРЦ – что-то вроде обрядов. «Святыми», на коих следует равняться, теперь считаются известные люди – политики, миллионеры, кинозвезды, артисты и прочие публичности. Телевизор, Интернет и глянцева пресса выполняют роль говорящего «Священного Писания». Снова прослеживается культ труда – но уже не на всеобщее благо, а на свое, семейно-личное. Теперь «попасть в рай» означает достичь потребительного стандарта и накопить на сытную пенсию.

К какому «раю» приведет эта «религия» – мы увидим сами.

Глава 17.

Идеальный социально запрограммированный гражданин

Что должен представлять из себя гражданин, каким его хочет лицезреть государство? Мне это видится так – идеальный социально запрограммированный гражданин:

1) Должен много работать, дабы подкреплять сложившуюся систему и получать за это деньги, которые будет использовать для поддержания товарооборота.

2) Должен как можно больше потреблять разных нужных и ненужных товаров, услуг и продуктов существующей культуры, чтобы обогащать их производителей и стимулировать экономику потребления, в том числе, отрабатывая кредиты.

3) Смотреть ТВ, шоу (типа тех, что на канале ТНТ), новости, активно развлекаться (потребляя сопутствующие этому товары и услуги, разумеется), жить «ради кайфа», «брать от жизни всё», быть глуповатым и довольным своей жизнью.

4) Умеренно употреблять алкоголь и курить, т.к. это помогает им управлять (но не спиваться и не скуливаться совсем).

5) Верить в Бога, желательно принадлежать к числу адептов какой-либо традиционной религиозной конфессии.

6) Любить Родину (то есть, государство) и быть готовым пожертвовать собой ради его интересов.

7) Гражданин-мужчина должен испытывать зависимость от женщин и секса, дабы покупать ради женщин больше товаров и услуг, быть более управляемым с помощью тех же женщин, а также направлять свою энергию в безопасное русло – в отношения.

8) Женщины должны быть эгоцентричными и требовательными, дабы влиять на своих мужчин и стимулировать покупки (товарооборот).

9) Граждане должны вступать в брак, чтобы размножаться и плодить себе подобных, и быть занятыми семьей и детьми, а не разного рода нежелательной системой деятельностью.

10) Человек должен зависеть от стада, общественного мнения и окружения, а также испытывать жажду одобрения окружающих и соревноваться с ними в потреблении более дорогих и статусных товаров.

11) Должен слушать общественных авторитетов, уважать их, а также верить новостям и придерживаться во взглядах общепринятой в социуме картине мира.

12) Гражданин не должен быть сильно умным и образованным, критически мыслящим, всесторонне развитым.

13) Граждане не должны сомневаться в авторитетности лидеров и правильности существующих норм поведения, задавать лишних вопросов и ни в коем случае не заниматься ничем таким, что ставит под угрозу интересы государства, основных религиозных конфессий и крупных коммерческих корпораций.

Часть II. Защита от социального программирования

Глава 18.

Критическое мышление

Оружием против лжи социального программирования, будь то реклама, PR, новости или речи каких-либо «важных людей» является навык критического мышления.

Суть его вкратце высказал известный американский артист Джордж Карлин в одном из выступлений:

**ГЛАВНОЕ – НЕ НАУЧИТЬСЯ ЧИТАТЬ,
ГОРАЗДО ВАЖНЕЕ НАУЧИТЬСЯ СОМНЕВАТЬСЯ В ПРОЧИТАННОМ!**

Мы живем не просто в век информации, а скорее в век ложной информации, с помощью которой людей в чьих-то корыстных целях стремятся обмануть, вызвать нужные эмоции или побудить к определенным действиям, будь то новый «МММ», локальный военный конфликт или очередное «завинчивание гаек» в государстве.

Итак, перечислим основные навыки критического мышления:

1) Ничего не принимайте на веру, на слово.

Ищите оригинальный очаг информации, затем требуйте доказательств, подтверждений фактов. Задавайте вопросы:

- Кто сказал это?
- Является ли этот источник надежным?
- Есть ли что-то, подтверждающее изложенное?
- Квалифицирован ли, компетентен ли человек, сказавший это?

2) Если читаете «цепляющий» вас материал, старайтесь не поддаваться эмоциям, воспринимать информацию «холодно» головой и сформировывать не эмоциональное, а логическое отношение к воспринятому.

Сильные эмоции «выключают» трезвую голову. Это касается как информации поступающей извне, так и вашего внутреннего отношения к тому, о чем идет речь или источнику информации. Вам трудно будет составить объективную картину происходящего или сформировать адекватное мнение, если вы будете заранее предубежденно настроены. Информация от источника, которому вы симпатизируете будет по большей части приниматься вами, а от источника, к которому вы настроены враждебно – отбрасываться.

Прежде чем составить мнение о чем-либо, следует выслушать обе стороны. То есть, для примера:

- если идет речь о политике, выслушать аргументы существующей власти и оппозиционеров;
- о недавней войне: и украинские и российские источники;
- о гендерных спорах: и мужчин-«шовинистов» и феминисток;
- о вегетарианстве: веганов и приверженцев традиционного питания;
- о религии: и верующих и атеистов;
- об экономике: и сторонников капитализма и коммунистов
- ...и т.д. и т.п., в зависимости от предмета спора.

3) Ищите личную заинтересованность автора/источника.

Спросите себя:

- От кого исходит данная информация?
- Кому выгодно, чтобы я это узнал?
- Какие эмоции от меня хотят получить?
- Каких действий от меня ждут?

4) Человеческий мозг ленив, он стремится воспринимать все, упрощая, мысля шаблонами, стереотипными представлениями, ярлыками, прислушиваться к мнению «авторитетов» или к тому, что считается общепринятым, или просто вестись на красиво поданную информацию.

Развивайте мышление и не поддавайтесь на вышеперечисленные уловки.

Глава 19.

Не Личность

(автор – YoGa)

1) Вы не Личность, если слово «мода» имеет для Вас иной смысл, нежели «общественное помешательство на чем-то новом».

Если Вы обособлены от общества, то восприятие мира (в т.ч. эстетическое) для Вас не должно быть подвержено влиянию толпы.

2) Вы не Личность, если Вы сознательно примкнули к какой-либо субкультуре или движению, обязывающей своих представителей придерживаться определенной идеологии/стиля одежды/поведения.

А что есть подобные субкультуры, как не толпа, где нет места индивидуальности?

3) Вы не Личность, если любите находиться в толпе, участвовать в массовых акциях и флэшмобах.

Вы не должны жаждать и получать удовольствие от растворения себя, как персоны, в толпе. Если Вы жаждете этого (пусть и на инстинктивном уровне) быть как все, то Вы не Личность.

4) Вы не Личность, если Ваша мораль, вкусы и мнение базируется на доверии обществу или авторитетам.

Ваша мораль, вкусы и мнение должны быть самостоятельными. Они могут совпадать (а могут и не совпадать) с моралью общества, но не должны исходить от общества или авторитета. Если Ваше мышление не самостоятельно, то Вы не Личность.

5) Вы не Личность, если мнение окружающих Вам важнее собственных принципов.

Разве Ваше мышление не самостоятельно? Разве Ваши поступки не независимы?

6) Вы не Личность, если считаете, что поступки совершенные Вами совместно с обществом, не являются ЛИЧНО Вашими поступками.

Вы можете действовать сообща с окружающими, но каждую секунду должны отдавать себе отчет в том что и для чего Вы делаете.

7) Вы не Личность, если возлагаете ответственность за свои поступки и их последствия на окружающих.

Вы должны сами нести ответственность за свою деятельность. В противном случае Вы признаете свою несамостоятельность и зависимость от общества, частью которого становитесь. Это противоречит званию Личность.

8) Вы не Личность, если вините окружающих в своих неудачах.

Если Вы существуете вне общества, то должны сами нести ответственность за свои неудачи.

9) Вы не Личность, если не старались изменить не удовлетворяющую Вас

действительность.

Что толку от человека, имеющего мнение, но не высказывающего его? Что толку от человека, наблюдающего несправедливость, но пытающегося её предотвратить? Что толку от недовольства окружением, если не пытаться его поменять? Личность не только мыслит независимо от общества, но и действует.

10) Вы не Личность, если Ваши убеждения были сформированы под воздействием страхов и опасений.

Страхи и фобии повлияли на Ваше мировоззрение. Это лишь значит, что окружение постоянно влияет на Вас, мешая мыслить самостоятельно.

11) Вы не Личность, если есть хотя бы один человек, которому Вы слепо доверяете.

Ваше мировосприятие не независимо? Так какая же Вы Личность?

12) Вы не Личность, если Вам искренне важно Ваше место и степень уважения в коллективе/обществе/мире.

Общество влияет на Вас? Вам важно его мнение, одобрение, реакция? Вы не самостоятельны!

13) Вы не Личность, если с чем-либо бездумно соглашаетесь.

Есть что-то что Вы воспринимаете на веру без осмысления? Значит окружающие манипулируют Вами.

14) Вы не Личность, если Ваш бунт против кого-либо/чего-либо совершается лишь с целью привлечения внимания к своей персоне.

Бунт без причины признак индивидуума, которому важно внимание, а, стало быть, и мнение окружения.

15) Вы не Личность, если любите привлекать внимание к своей персоне без особой цели и нужды к этому.

Вам важно внимание большинства? Зачем Вам оно, если Вы самостоятельны?

16) Вы не Личность, если Вам важно количество приверженцев той или иной творческой личности (певцов/писателей/художников) при оценке уровня его таланта.

Ваши личные вкусы и предпочтения не должны базироваться на мнении окружающих.

17) Вы не Личность, если Вам вообще важно количество людей, имеющих аналогичное Вашему мнению по любому вопросу.

Ваше мнение не должно базироваться на мнении окружающих.

18) Вы не Личность, если инакомыслие и непохожесть вызывает в Вас агрессию, а не любознательность.

Почему Вам, самостоятельной личности, так важно, что существует некто с Вами несогласный или на Вас непохожий? Почему Вы так резко на это реагируете? Ответ может быть

и только один – Ваше мировоззрение сформировано не Вами, а окружением. Ваша система взглядов представляет из себя не крепкую пирамиду из фактов и следствий из них, выведенных Вами лично, а шаткую стену из навязанных обществом и авторитетами мнений. Вы такой не один, и это всегда делало Вас уверенным в своем мнении.

19) Вы не Личность, если победа в споре Вам важнее достижения истины.

Победа в споре в ущерб истине может быть важна лишь тому, кому спор представляется битвой, победа в которой дает славу и почет в обществе. Вы готовы жертвовать истиной, ради уважения окружающих?

20) Вы не Личность, если персону собеседника Вам важнее, чем его аргументы.

Если Вы готовы слепо верить/или не верить собеседнику, прежде нежели выслушать его, стало быть, Вы мыслите авторитетами. Вы несамостоятельный человек.

21) Вы не Личность, если психологически не способны признать свою неправоту или изменить мнение.

Что мешает Вам изменить свое мнение? Общественный статус? Высокомерие?

22) Вы не Личность, если способны на самообман и самооправдание.

Если Вы самостоятельны, значит не станете врать самому себе. Вы полностью должны отвечать за себя!

23) Вы не Личность, если позволяете себе быть импульсивным.

Откуда в вас столько агрессии? Некто наехал на Ваш социальный статус (статус в обществе)? Некто ущемил Ваше самолюбие (веру в превосходство над обществом)? Из-за этого вы столь резки, поверхностны и предвзяты? Иных причин для агрессии я не вижу!

24) Вы не Личность, если у Вас есть комплексы по отношению к обществу (особенно если Вы комплексуете по поводу своей уникальности).

Комплексы перед обществом сигнализируют о Вашем не безразличии к нему.

25) Вы не Личность, если не способны обосновать свои убеждения.

Если Ваши убеждения не базируются на фактах и логике, значит они базируются на слепой вере кому-либо. Стало быть Ваши убеждения не самостоятельны!

26) Вы не Личность, если верите в необходимость быть солидарным с кем-либо.

Солидарность – это ситуация, когда человек должен действовать независимо от своих принципов, в пользу интересов сообщества и его отдельных представителей, к которому он принадлежит. Как только Вы ставите сообщество выше себя, то перестаете быть личностью.

27) Вы не Личность, если имеете мнение по вопросам, изучением которых Вы не хотите заниматься.

Что или кто сформировал Ваше мнение? Как Вы можете считать себя личностью, коль Ваше мнение сформировано кем-то иным?

28) Вы не Личность, если считаете что-либо самоочевидным (кроме основных аксиом геометрии ;-))

Каждая норма морали, факт и предположение должны проверяться и переосмысливаться, а не слепо наследоваться.

29) Вы не Личность, если считаете себя лучше окружающих.

Вам важно общество. Пусть оно Вам важно для самоутверждения и возвеличив постоянно на него оглядываетесь и с ним сверяетесь.

30) Вы не Личность, если верите людям на слово.

А почему бы не сложить свое мнение? Либо Вы личность с мнением, либо бездумный винтик общества.

Небольшое пояснение: некоторые пункты могут показаться сомнительными, однако я вкладывал в них определенную логику. К примеру, победа в споре важнее истины тому, кто боится показаться самому себе и окружающим глупым, и, как факт, потерять самоуважение и уважение окружающих.

Специально дабы прояснить свою позицию под каждым пунктом написано мое обоснование пункта.

И П.С. Лично я не претендую на это скромное звание Личности. Мне просто пох)) (с)

Автором данного текста является замечательный молодой человек по имени Егор Кудрий (<http://vk.com/yegoriokudriy>).

А запись взята из его личного блога: <http://yogaelectro.blogspot.ru/2011/09/blog-post.html>

Глава 20.

Освобождение от социального программирования

Итак, вы прочитали почти всю книгу, ознакомились с основными социальными программами и манипулятивными приемами СМИ, рекламщиков, политиков и общества. Теперь вы будете замечать их в повседневной жизни, зная, как на них реагировать, как противостоять им или же пропускать мимо глаз и ушей.

И теперь мы подошли с вами к самой важной теме книги и к самому важному вопросу – если игнорировать социальное программирование и не следовать стандартам общества, то как жить, к чему стремиться и какие жизненные ориентиры выбрать?

Вкратце пройдемся по содержанию всего, что вы прочли в данном труде. В идеале, знания, полученные вами из настоящей книги, не прошли для вас напрасно, если:

- 1) Вы не зависимы от «шлюхи одобрения», от реакций общества на вас и ваши действия.
- 2) Ваше самоуважение не зависит от количества и стоимости вашего имущества, в том числе от статусности ваших вещей.
- 3) Ваша самооценка не зависит от наличия у вас половой жизни, количества и качества сексуальных партнеров.
- 4) Вы осознаете пропагандистское влияние и манипуляции из различных СМИ, прессы, ТВ, Интернета, а также продуктов масскульта (шоу, фильмов, поп-песен и пр.) и не поддаетесь ему.
- 5) Вы понимаете, что окружающие нас социальные отношения и наши представления о том, что происходит в жизни и в мире – по сути это фикция, состоящая из работы журналистов и пиарщиков, и плодов фантазий многих поколений людей, сложившихся в традиции и стереотипы. Вся эта фикция нужна для поддержания иллюзии, что мир таков, каким его демонстрируют СМИ. Иначе говоря, у нас нет подлинных знаний о происходящем, а только лишь представления об этом.
- 6) Вы стремитесь к тому, чтобы развивать свой мозг, становиться умнее, мыслить самостоятельно, и быть как можно дальше от «животного» уровня развития.
- 7) Вы не подвержены ни приступам массовой истерии, ни моде и трендам, ни влиянию сектантских организаций.
- 8) Вы понимаете, что миллионы людей, в том числе когда-то вы сами, сформировали свое мировоззрение под влиянием родителей, школы и социума, что «запахнули» в головы детям нужные им знания и психологические установки. Настало время переосмыслить усвоенное.
- 9) Вы как личность не ассоциируете себя с каким-либо учением, движением, общественным отказом от чего-либо и прочее.
- 10) При восприятии информации вы руководствуетесь навыками критического мышления.
- 11) Ваш внутренний стержень основан на том, что вы есть, и на вашей личной миссии (об этом пункте – следующая глава).

Какую пользу можно извлечь из прочитанного в данной книге о социальном программировании?

а) Не попадаться самому в «ловушки» социальных манипуляций, дистанцироваться от потребительских ценностей и не участвовать в играх а-ля «кто круче».

б) Использовать полученные знания в свою пользу: зная «больные точки» потребителей и приемы социального программирования, воздействовать на окружение в своих же интересах.

По традиции, дадим несколько общих рекомендаций по избавлению от социального программирования:

1) Жизненные ценности, убеждения, представления большинства людей о происходящем, об окружающем мире и о самих себе продиктованы социальным программированием. Через СМИ оно подсказывает им, чего бы они хотели добиться, какими они хотели бы быть, что иметь, и что бы они при всем этом чувствовали. Политики и корпорации через социальное программирование приводят мерила и идеалы, к которым нужно стремиться «простым людям», даже если это идет вразрез с их истинной природой и желаниями. Не замечая внушения, люди будут с кулаками защищать и отстаивать преподнесенное им видение мира, стремления и мнения как свои собственные.

Вам же следует потрудиться самостоятельно выбрать свои ориентиры, ценности, принципы и цели.

2) Освобождение от социального программирования – это сложный жизненный процесс, а не единовременное усилие. «Милая, у вас в голове пятьсот маркетологов срали десять лет, а вы хотите, чтобы я там убрал за пять минут...» - писал об этом В. Пелевин в одном своем романе.

Следуйте своему видению и не давайте социальным установкам идти против него, нарушать ваши принципы, диктовать вам правила. И качество вашей жизни изменится в разы, когда вы начнете этот процесс.

3) Возможно, вас при этом будет сопровождать чувство одиночества, но будьте мужественны. Примите это как должное. Чем больше вы в состоянии быть независимыми и думать самостоятельно, тем выше будет ваша самооценка. Многие боятся быть независимыми как раз из-за возможного одиночества. Но мыслить самостоятельно – значит быть более ответственным за свои поступки и решения, а не за поступки, совершенные под влиянием общества.

Будьте готовы, что окружающие будут сопротивляться тому, что вы больше не разделяете общепризнанные ценности – не гонитесь за брендо-трендами, не лезете из кожи вон из-за секса, не залезаете в ипотеку или автокредит, игнорируете СМИ, не почитаете всех женщин подряд, не чтите традиции и религию, не делаете что-то, потому что «так надо»... Вас будут считать неудачником или асоциальным типом, оправдывающим себя некой идеологией, говорить, что «с тобой что-то не так», подозревать, что вы вступили в секту и т.п. Но если вы твердо решили жить своей головой и своими интересами – не поддавайтесь на уговоры и провокации!

Кто-то возразит, что все вышеперечисленное никакое не «зомбирование», а нормальное состояние общества, сформированное человеческой психологией. Да, социальное программирование так глубоко въелось в нашу жизнь, что уже сложно отличить, что им является, а что – нет. Однако, не следует забывать, что психологию как раз формирует множество внешних факторов – от традиций до рекламо-пропаганды. То, что многие считают

нормальным – на самом деле результат каждодневного внушения рекламно-эротического общества потребления. (Вспомним пример про чеченских сепаратистов из главы 7 «СМИ, искусство и культура...», у которых свое собственное зомбирование, совершенно отличающееся от нашего).

Социальное программирование действует лично на вас ровно настолько, насколько вы сами верите в то, на что вас программируют. В ваших силах – полностью изменить или даже вовсе прекратить его воздействие на вас.

Глава 21.

Человек-Созидатель. Путь к подлинности

Человек бежит по жизни,
Не жалея ног.
Дом – работа,
Дом – работа,
Отбывая срок.
Выходные – передышка,
Отпуск, как привал.
Старость, пенсия, отдышка
А куда бежал?..
© Оксана Белкина

Жизнь большинства людей напоминает день сурка. Ранний подъем, стояние в пробках, восемь часов офисного рабства с перерывом на обед, снова пробки, вечера с пивом и телевизором или Интернетом, пьяная пятница, по выходным поход с семьей и детьми в торгово-развлекательный центр... Чередой праздников из года в год, зимние каникулы, 14 и 23 февраля, 8 марта, майский отдых, День Победы, лето, отпуск, дни рождения, Новый год и все по новой.

Социальные зомби живут по принципу "Потребляй, Размножайся, Живи ради Выходных" ("Consume, Reproduce, Live for the Weekend!"). Или «Потребляй, работай, сдохни», если говорить грубее. Трудовые будни, затем досуг у монитора или в хмельной компании или в погоне за новой покупкой, порцией секса или дозой развлечений, а наутро снова работа, и так по кругу.

Они живут в ожидании окончания школы, затем ВУЗа или техникума, затем свадьбы, и – перед тем, как провести остаток своих лет в ожидании пенсии и расчета по кредитно-ипотечным выплатам – когда родятся и подрастут дети, которые тоже будут ждать, когда закончится школа, потом ВУЗ/техникум, когда будет свадьба, выплаются взносы по ипотеке, подрастут их дети, которые тоже будут жить по вышеназванному сценарию... Если только не захотят прервать такое существование движением к высокой цели.

Мироздание большинства зиждется на трех китах – стремлении доминировать, половом удовлетворении и желании вкусно и сытно жить. Власть, секс и деньги – это «Святая Троица» современной несознаваемой религии, три крючка, не дающих слезть с «Матрицы», три паразита, качающих людскую энергию, «бензин» Системы. Эти три элемента, как три головы мифического змея, взаимосвязаны, взаимно запитаны и поддерживают друг друга. Усиление одного приводит к насыщению другого.

В третьей главе данной книги в качестве антипримера мы описали Человека-Потреблядь, по собирательному образу и подобию которого живет подавляющее большинство белых людей. Противопоставить ему мы можем Человека-Созидателя, Человека-Производителя, Творца.

Если суть жизни Человека-Потребляди – это работа, развлечения, размножение и потребление, то Человека-Созидателя характеризует, как следует из названия, создание нового и полезного, что улучшает, развивает и гармонизирует окружающий мир. Потреблядь – это человек массы, коих подавляющее большинство. Созидателей в разы меньше, но именно они приводят мир в движение. Потребляди ничего не решают сами, они следуют тенденциям. Созидатели – тенденции задают.

Человек-Потреблядь только лишь берет, использует ценности. Он ищет кайф в потреблении (развлечения, секс, покупки и демонстрация понтов). Человек-Созидатель сам

создает ценности, и испытывает кайф в создании чего-либо полезного.

Человек-Потреблядь видит счастье путем достижения внешних целей – накопления богатства, приобретения имущества и т.п. Человек-Созидатель находит счастье в созидании.

Человек-Потреблядь слушает общество с его программированием, живет в реальности, созданной ТВ и СМИ, думает так, как подскажут с экрана/монитора. Человек-Созидатель слушает прежде всего себя, имеет собственную сильную реальность, основанную на том, что он узнал и увидел сам.

Уверенность, мироощущение и система ценностей Человека-Потребляди держится на реакциях окружающих и стоимости его имущества. То есть, я уверен в себе до тех пор, пока ко мне хорошо относятся окружающие, дают ли мне бабы (и какие), есть ли у меня квартира (и какая), есть ли у меня машина (и какая), насколько престижна моя работа, в одежду каких марок я одеваюсь, по какому устройству я разговариваю... и т.п.

Уверенность, мироощущение и система ценностей Человека-Созидателя держится на том, кто он есть, что он умеет делать, что он делает, что он полезного сотворит.

То есть, внутренний стержень Человека-Созидателя основывается на уровне миссии, а уверенность Человека-Потребляди на уровне имущества и реакции окружающих, т.е. на преходящих ценностях. Если рухнет то, на что опираются эти ценности – то рухнет и уверенность.

Человеку-Потребляди работа нужна для получения средств к существованию и развлечениям. Причем реализовывать себя и отождествлять свою личность он будет с тем, как он проводит досуг. У Человека-Созидателя работа (практически всегда) является реализацией его личной миссии.

Смысл жизни Человека-Потребляди: работать – ради денег, деньги – ради развлечений и приобретения понтов, понты – ради получения секса и поднятия чувства собственного величия. Ну и воспроизвести на свет себе подобных. В чем смысл жизни Человека-Созидателя? Создать и оставить после себя то, что будет полезным и переживет его. Создать и оставить после себя то, что сделает мир лучше.

Человек-Потреблядь измеряет свое достоинство величиной своего жилища, маркой своего автомобиля, смартфона, костюма. Достоинство Человека-Созидателя измеряется полезностью его дел – что он произвел, что он построил, что он сотворил, сколько реальной пользы он оказал своим делом.

Иначе говоря, Человек-Потреблядь уважает себя за то, что он имеет, а Человек-Созидатель – за то, что он делает.

По нашему убеждению, истинная самооценочность – это не достижение внешних целей, это не марка автомобиля, не площадь жилища, не брендовые шмотки и модные девайсы, не сумма на банковском счете и не то, сколько женщин у тебя было. Истинная самооценочность, которая останется после смерти человека – это плоды его созидательного труда.

Избавление от Потреблядства как образа жизни и путь к Созиданию проходит как раз через осмысление социального программирования и, как следствие, через самопознание, обретение гармонии с самим собой, самодостаточность, и стремление к счастью. Счастье к человеку приходит тогда, когда он перестает гоняться за «идеалами» и навязанными ему целями, принимает самого себя и вещи, какие они есть и живет «в моменте».

«Подлинное мужество состоит не в героических усилиях, направленных на достижение внешних целей, а в решимости пройти через ужасный опыт столкновения с самим собой. До тех пор, пока индивид не найдет свою истинную сущность в себе самом, любые попытки придать жизни смысл через манипуляции во внешнем мире и достижение внешних целей останутся бесплодными и в конечном счете обреченными на поражение донкихотством» - так выразился об этом психолог и философ Станислав Гроф.

Здесь я не хочу, чтобы меня неправильно поняли. Я не утверждаю, что «деньги – это зло», «стяжательство – грех», надо отказаться от заработка, уйти в горы за просветлением, и быть бедным, зато праведным. Несомненно, деньги очень важны, так как дают относительную материальную свободу. Но зарабатывание денег – это не цель в глобальном смысле. Это обеспечение своей жизнедеятельности. В особенности, это касается случаев, когда за заработанными деньгами ничего не стоит, их добывают, чтобы просто спустить на развлечения и ненужные вещи. Скупка и накопление «статусного» имущества тоже не цель, это потребление.

Человек, ставящий целью своей жизни как можно больше заработать и накопить дорогого имущества, рано или поздно окажется в ситуации, когда он поймет, что у него есть вещи, но нет смысла жизни. Что весь лоск, роскошь и гламур не может заменить ощущение счастья, радости, чувства, что он живет по-настоящему. Внешнее благополучие не означает внутреннего счастья, такой человек не будет чувствовать себя удовлетворенным, каким бы богатством он бы себя не окружил. Именно поэтому, многие топовые бизнесмены, политики и звезды шоу-бизнеса пытаются заглушить свой внутренний вакуум в алкоголе, наркотиках, светских вечеринках и сексуальных извращениях, о которых любят рассказывать СМИ, выдавая это «статусное» времяпровождение за признаки «красивой жизни».

Говоря проще и короче, следует стремиться не к достижению успеха, а к тому, чтобы твоя жизнь имела смысл.

Прекрасно, когда человеку удастся совместить материальный достаток с внутренней удовлетворенностью. Но как раз для этого и нужно – игнорировать прессинг общества и искать себя. Как прийти к созиданию? Универсальных рецептов нет. Главное – слушать себя, искать, пусть даже методом проб и ошибок, свою нишу, и заниматься по жизни тем, что вы любите, что у вас лучше всего получается, и что приносит пользу людям.

Не важно, что вы создаете – проектируете или строите здания, пишете картины, музыку или книги, создаете иной творческий продукт, строите полезный бизнес, обучаете или даете консультации – не важно. Главное – с любовью создавать то, что вы любите и что у вас получается лучше всего. Если даже вы не выручаете с этого доход в денежной форме, все равно, жизнь со смыслом, с позитивной целью намного насыщеннее гонок потребителей за новой дозой удовольствий, секса и понтов, содержательнее унылого существования обывателей. Эта жизнь, по сравнению с прежней, обретает совершенно иные, яркие краски.

Автор: Константин Кастанед
(<https://vk.com/kastaned>)

Октябрь 2011 – апрель 2015 г.