



Белоусов А.Б. Артур Понсонби и отмена пропаганды // Антиномии. 2024. Т. 24, вып. 2. С. 71-87.
https://doi.org/10.17506/26867206_2024_24_2_71

УДК 32.019.5

DOI 10.17506/26867206_2024_24_2_71

Артур Понсонби и отмена пропаганды

Александр Борисович Белоусов

Институт философии и права Уральского отделения РАН
г. Екатеринбург, Россия
E-mail: ektb@ua.ru

*Поступила в редакцию 23.04.2024, поступила после рецензирования 04.06.2024,
принята к публикации 05.06.2024*

Актуальность исследования пропаганды не подлежит сомнению в связи с текущими событиями, однако значимость работ по критическому разбору пропаганды в поствоенное время еще выше. В этом отношении большой интерес представляет вышедшая в 1929 г. книга «Ложь в военное время» британского политика, писателя и общественного деятеля А. Понсонби. Он проводит большую работу, каталогизируя виды лжи и фактически выстраивая феноменологию лжи во время Первой мировой войны. В настоящей статье анализируется влияние политических взглядов автора книги, который был пацифистом и с первых дней войны последовательно отстаивал мнение о необходимости невмешательства Великобритании, на его критическую позицию в отношении пропаганды. Особое внимание уделяется наносимому ею вреду – от осквернения души человека в формулировке А. Понсонби до появления психических расстройств вплоть до паранойи и шизофрении, о чем пишет Ж. Эллюль. Подчеркивается, что с точки зрения государственного управления избыточность пропаганды может негативно влиять на качество человеческого капитала. Также в статье проводится подробный разбор критики взглядов британского исследователя, преимущественно в современное время. Критики навесили на него немало ярлыков – «пацифист», «германofil», «сторонник кайзера» и т.д., обвиняя в том, что его работа стала источником «историографических преданий» о британской пропаганде, однако на самом деле ложь в ней не разоблачается, а, наоборот, фабрикуется на основе противоречивых интерпретаций и ложных измышлений. Автор статьи сравнивает работу «Ложь в военное время» с другими ключевыми трудами тех лет – «Техника пропаганды в мировой войне» Г. Лассуэлла и «Пропаганда» Э. Бернейса. Проводится сопоставление стратегий отмены пропаганды А. Понсонби и Н. Хомского, одного из самых известных последователей критического направления в исследовании пропаганды. Делается вывод, что пропаганда должна быть прагматичной и учитывать, что будет происходить на поствоенном этапе, то есть иметь некую стратегию выхода.



© Белоусов А.Б., 2024

Ключевые слова: Первая мировая война, пропаганда, манипуляция, общественное мнение, дискредитация, культура отмены, отрицательный человеческий капитал

Arthur Ponsonby and the Abolition of Propaganda

Alexander B. Belousov

Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences
Yekaterinburg, Russia
E-mail: ektb@yandex.ru

Received 23.04.2024, revised 04.06.2024, accepted 05.06.2024

Abstract. The relevance of propaganda research is beyond doubt in connection with current events, but the importance of work on critical analysis of propaganda in post-war time seems even more significant. In this regard, the book “Falsehood in War-time” (1929) by the British politician, writer, and social activist Arthur Ponsonby is of great interest. He extensively catalogs types of lies and constructs a phenomenology of lies during World War I. The article analyzes the influence of the political views of the book’s author on the critical stance toward propaganda. Ponsonby, a pacifist, consistently advocated for Britain’s non-intervention policy from the war’s onset. Special attention is paid to the harm caused by propaganda – from the defilement of the human soul in the interpretation of Ponsonby to the emergence of psychiatric disorders such as paranoia and schizophrenia, as noted by Jacques Ellul. It is emphasized that the excessive propaganda can negatively impact the quality of human capital from a public administration perspective. The article also provides a detailed analysis of the criticism of Ponsonby’s ideas, particularly in modern times. Critics have labeled him a lot with various terms – “pacifist”, “Germanophile”, “Kaiser supporter”, etc., accusing his work of perpetuating “historiographical legends” about British propaganda. However, in reality, rather than exposing lies, Ponsonby’s work often created them based on contradictory interpretations and fabrications. The article compares the book “Falsehood in War-time” with other key works of those years – “Propaganda Technique in the World War” by Harold Lasswell and “Propaganda” by Edward Bernays. It also juxtaposes Arthur Ponsonby’s strategies for abolishing propaganda with those of Noam Chomsky, one of the most famous followers of the critical trend in propaganda research. It is concluded that propaganda should be pragmatic, considering its implications in the post-war period and have some kind of an exit strategy.

Keywords: World War I, propaganda, manipulation, public opinion, discredit, cancel culture, negative human capital

For citation: Belousov A.B. Arthur Ponsonby and the Abolition of Propaganda, *Antinomies*, 2024, vol. 24, iss. 2, pp. 71-87. (In Russ.). https://doi.org/10.17506/26867206_2024_24_2_71

Введение

Новости о начале Первой мировой войны, как известно, были встречены с большим энтузиазмом во многих странах, в том числе в Великобритании. В один из предвоенных дней августа 1914 г. перед Букингемским дворцом собралась толпа из 12 тыс. человек, многие принесли с собой госу-

дарственный флаг. Там были представители всех сословий, матери пришли с младенцами, детей поднимали на руки, чтобы они лучше видели происходящее. В последующие дни по Лондону колесили ярко разукрашенные автомобили, на крышах которых стояли размахивающие флагами люди. Стереотип о военном энтузиазме, казалось, повсюду находил подтверждение. Однако далеко не все британцы поддерживали вступление в войну. Одним из таких людей был Артур Понсонби (1871–1946) – политик, писатель и общественный деятель, который в своей парламентской речи 3 августа 1914 г. среди прочего упомянул о группах полупьяных юнцов, размахивающих флагами (Gregory 2008: 9, 26–27). Свой скепсис он последовательно пронес через всю войну и спустя 10 лет после ее завершения выпустил разоблачительную книгу, посвященную не просто царившему в те годы военному энтузиазму, а способам, которыми он формировался и поддерживался во время военных действий.

Первое издание книги «Ложь в военное время» (Falsehood in War-time) относится к 1929 г. Несмотря на приближающийся 100-летний юбилей, российскому читателю работа остается практически неизвестной – научный перевод так и не был выполнен, а отрывки в Интернете изобилуют неточностями. Между тем в свое время эта книга произвела настоящий фурор: ее называли глотком свежего воздуха, в течение 10 лет после выхода она переиздавалась почти каждый год и была переведена на французский и немецкий языки. В России же большинство классических работ по пропаганде начали выходить только в последнее время. Так, в 2021 г. опубликован русскоязычный перевод книги Г. Лассуэлла «Техника пропаганды в мировой войне» (Лассуэлл 2021), спустя два года вышла книга Ж. Эллюля «Феномен пропаганды» (Эллюль 2023). Несколько раньше начал издаваться Э. Бернейс: его знаменитая «Пропаганда» 1928 г. была опубликована на русском языке в 2010 г. (Бернейс 2010). Это объясняется тем, что его считают «своим» исследователи и преподаватели в сфере связей с общественностью – науки, родоначальником которой он признается. Переводы классических работ по пропаганде, вышедшие в последние годы, дают основание полагать, что и «Ложь в военное время» вскоре можно будет прочесть целиком. Мы надеемся, что публикация нескольких глав книги в текущем номере журнала «Антиномии» приблизит этот момент.

Пропаганда как разновидность лжи

Зачем читать работы по пропаганде? Вопрос в наши дни излишний, но все же несколько слов на эту тему стоит сказать. Это нужно хотя бы для того, чтобы на новом витке истории интерес к ней не вернулся к своей околонулевой отметке. В мирные дни исследования пропаганды не пользуются особым спросом, а в России вообще сложилась уникальная ситуация, когда подобные исследования были не слишком востребованы и распространены в последние два десятилетия. После распада СССР и смены господствующей идеологии интерес к пропаганде существенно угас, изучать ее среди политологов стало как минимум немодно, а в отношении к самому термину

чувствовалось что-то сродни брезгливости. Он уступил место своим многочисленным дискурсивным заменителям – политические коммуникации, мягкая сила, культурная дипломатия и т.п., которые всеми силами пытались «отбелиться», даже если предмет изучения оставался тем же (Табаринцева-Романова 2019). Первая мировая война не только была доминирующим мемориальным проектом до Второй мировой войны, но и породила современные методы пропаганды и политики. Она до сих пор остается в фокусе внимания в России и особенно на Западе, где не утихают споры о ней, то и дело раздаются призывы бороться с мифами о войне, на фоне которых возникают опасения о повторении пропагандистских клише 100-летней давности (Поршнева 2020).

Но времена изменились, и внезапно то, что было предметом довольно узкого научного интереса, стало частью окружающей действительности, причем в объеме, который моментально компенсировал его длительное отсутствие. У исследователей пропаганды и политологов есть уникальная возможность проверить, насколько политические теории соответствуют политической практике. Однако объективной беспристрастности при изучении пропаганды мешает множество факторов, среди которых выделяется широкое распространение критики пропаганды в самых разнообразных видах, поэтому зачастую в медийных интерпретациях она превращается в свою противоположность. По факту политизированная критика пропаганды давно превратилась в попытки ее отмены. Приведем один наглядный пример. В типичном украинском ролике на *Youtube* «Как пропагандисты манипулируют Россией. Деконструкция Ксении Собчак» производится разбор поведения известной российской медийной личности, а автор, украинский политолог Ю. Романенко, без толики сомнения называет свою работу «препарацией демонизма». В этом пассаже смешано сразу несколько интеллектуальных традиций – и постмодернизм в лице Ж. Деррида, который изобрел деконструкцию как условно критическую практику, и позитивистский подход к пропаганде Г. Лассуэлла, в чьей работе «Техника пропаганды в мировой войне» целая глава, посвященная формированию образа врага, называлась «Сатанизм». Но своим критическим подходом к пропаганде украинский блоггер-пропагандист, сам того не ведая, обязан А. Понсонби, чья работа резко выделялась на фоне технологических систематизаций и хвалебных од пропаганде. И так же, как и британский автор, он совершает попытку отменить пропаганду.

«Ложь – это то, из чего состоят войны. Без лжи люди не будут вести войны. В книге “Ложь в военное время” Артур Понсонби, член Парламента, расскажет вам правду о международной лжи во время последней войны, о которой вам никогда не поведают учебники истории»¹. Подобными яркими анонсами и рецензиями была встречена книга сразу после своего выхода. Другой рецензент, представляя читателям одновременно книги Э. Бернейса и А. Понсонби, отмечает, что если первый демонстрирует силу пропаганды,

¹ Gerould J. 1929. Recent Important Books // Current History (1916–1940). Vol. 29, iss. 6. P. xxi.

то книга второго представляет собой классифицированное собрание лжи, распространяемой в разных странах, главным образом в Великобритании². И, действительно, достаточно лишь пройтись по названиям глав, чтобы увидеть, насколько критичным был подход А. Понсонби: «Фабрика трупов» (The Corpse Factory), «Лицемерное возмущение» (Hypocritical Indignation), «Фейковые фотографии» (Faked Photographs), «Ложь за рубежом» (Foreign Lies) и т.п.

В некотором смысле книга представляет собой феноменологию лжи, то есть не просто собрание пропагандистских приемов, как у Г. Лассуэлла, а именно разных видов лжи. Автор подробно описывает их в вводной части (Ponsonby 1940: 19-22):

- преднамеренная официальная ложь, распространяемая, чтобы ввести в заблуждение либо людей внутри страны, либо врага за рубежом;
- пропуски отрывков из официальных документов;
- неправильный перевод, иногда возникающий из-за подлинной ошибки, но чаще преднамеренной;
- увертки, сокрытия и полуправда, которые более тонко вводят в заблуждение;
- преднамеренные подделки, которые должны быть изготовлены очень тщательно;
- официальная тайна, которая неизбежно вводит в заблуждение общественное мнение;
- преднамеренные преувеличения;
- притворное официальное негодование;
- ложь, услышанная и не опровергнутая, хотя и не имеющая доказательств, а затем повторенная или допущенная к распространению;
- личные обвинения и лживые нападки, направленные на дискредитацию лиц, которые отказываются придерживаться ортодоксального отношения к войне;
- сокрытие правды, к которому приходится прибегать, чтобы не допустить что-либо, делающее честь врагу;
- общая одержимость, порождаемая слухами, усиливаемая повторением и развиваемая истерией, которая в конце концов получает всеобщее признание;
- истерические галлюцинации слабоумных индивидуумов.

Читателей не должно вводить в заблуждение отсутствие слова «пропаганда» в названии книги, она посвящена именно ей. Однако автор не склонен возносить пропаганду на пьедестал, в отличие от того же Э. Бернейса, или выделять в ней эффективное технологическое ядро, как сделал Г. Лассуэлл. Э. Бернейс мифологизировал пропаганду как инструмент невидимого правительства, без которого не могут совершаться никакие социально значимые шаги в политике, экономике, социальной сфере (Бернейс 2010: 14). На это у него имелись вполне понятные мотивы личной капитализации

² Scott J. 1929. Review: Propaganda in Peace and War // Current History (1916–1940). Vol. 30, iss. 6. P. 980.

на рынке пропагандистских услуг. Г. Лассуэлл зафиксировал появления зловещего мифа пропаганды, постулируя амбициозную цель описать ее технику и «развить эксплицитную теорию того, как может успешно вестись международная военная пропаганда» (Лассуэлл 2021: 50, 57). Его позитивистское разоблачение мифа путем обособленного описания технологических приемов, в действительности, еще больше способствовало формированию мифа всемогущественной пропаганды как автономной техники. А. Понсонби же не собиравшись ни мифологизировать пропаганду, ни говорить о ее технологическом превосходстве. Для него так называемая пропагандистская работа – техническое оформление специально нанятыми агентами разновидности лжи, с помощью которой люди обманывают сами себя: «Они вполне охотно обманывают себя, чтобы оправдать свои действия. Они стремятся найти предлог для проявления своего патриотизма... получается своего рода национальное подмигивание: все идут вперед, а некий индивид, в свою очередь, берется лгать в качестве патриотической обязанности» (Ponsonby 1940: 16). Его удивление вызывает не ложь со стороны правительств в адрес своих граждан во время войны, что, с его точки зрения, является «признанным и оправданным орудием в войне», а «удивительная готовность верить» в нее со стороны людей (Ponsonby 1940: 13).

Скептическое отношение к пропаганде он выражает не только через оборот «так называемая», но и употребляя термин «пропаганда» в кавычках (Ponsonby 1940: 14). Кто-то может счесть А. Понсонби старомодным, но для него пропаганда – лишь одна из используемых человечеством разновидностей лжи. Чаще всего это слово употребляется им в словосочетании «пропагандистские цели» (*propaganda purposes*), которые явно не оправдывают средства. Именно поэтому в названии книги нет слова «пропаганда», зато есть слово «ложь».

Ярлык пацифиста

А. Понсонби последовательно разоблачает пропаганду, преимущественно британскую, исходя из своих стойких убеждений. Дело в том, что он был последовательным противником войны в целом и вступления Великобритании в Первую мировую войну в частности. Здесь нужно напомнить, что хотя Британия и вступила в войну 4 августа 1914 г., но этот процесс был для нее непростым. В кабинете министров сторонники вступления в войну не были в большинстве, даже после того, как Германия объявила войну Франции, поскольку с ней островное королевство не связывали официальные обязательства (Гилберт 2016: 64). В Лейбористской партии, финансовых и литературных кругах было полно противников войны. В период кризиса, длившегося с 28 июля по 5 августа, страницы таких газет, как *Daily News*, *Manchester Guardian*, *Labour Leader*, были наполнены антивоенными призывами. Спустя годы, редакторы *The Times* вспоминали, как их приглашали в один из крупнейших финансовых домов Лондон Сити и требовали, чтобы провоенные передовицы больше не публиковались (Лассуэлл 2021: 85-87).

Событием, которое повлияло на вступление Британии в войну, стало нападение Германии на крошечную Бельгию. Формальный повод – Лондонский договор 1839 г., по которому Великобритания (наряду с некоторыми другими европейскими державами) выступала гарантом независимости и нейтрального статуса Бельгии. А. Понсонби последовательно доказывает, что вторжение в Бельгию не было неожиданным и никого из британского или французского правительства потрясти не могло. Но они, исходя из стандартов морали, которые задает военное время, искажали факты и возбуждали народное возмущение, причем довольно успешно (Ponsonby 1940: 56). Пропаганда поведала сотни историй зверств в Бельгии – от младенцев с отрубленными руками и раздетых догола монахинь до уничтожения библиотеки Левенского университета – сначала под заголовком «Изнасилование Бельгии» (Rape of Belgium), а когда страсти начали утихать, заменила его на призыв «Помни о Бельгии» (Remember Belgium). Затем была сформирована специальная комиссия по изучению военных преступлений, которая спустя несколько месяцев работы выпустила доклад объемом более 300 страниц. А. Понсонби придает бельгийским кейсам в военной пропаганде особое значение и изобличает британскую пропаганду, по выражению П. Янковски, как «дымовую завесу реальности» (Jankowski 2017: 116-117).

За свою позицию А. Понсонби от многих исследователей получил ярлык пацифиста. Например, Дж. Хорн и А. Крамер называют его гуманитарным пацифистом (Horne, Kramer 2002: 368), а Я. ван Гиннекен – пацифистским активистом (Ginneken 2017: 106-107). Следует отметить, что быть пацифистом в Британии в то время было совсем непросто, а порой и опасно: члены группы, в которую входил А. Понсонби, подвергались социальному остракизму и даже физическим нападениям. Впрочем, далеко не все современные исследователи соглашались поместить его в узкие рамки пацифизма. Анализируя борьбу А. Понсонби за британский нейтралитет, Д. Марлор выражает уверенность, что «пацифист» – ярлык, который ему приклеили некоторые современные историки. В доказательство своей позиции он приводит письмо британца в первый день войны, где тот пишет, что «если бы Германия напала на нас, я бы стоял на улице и размахивал флагом» (Marlor 2014: 166). Его позиция состояла не в том, чтобы добиваться мира любой ценой, а в том, что если война причиняет огромный вред, то переговоры – один из возможных путей урегулирования конфликта. Что касается кровопролития в Бельгии, то он был уверен, что Британия имела больше возможностей помочь, не вступая в войну, поскольку при нейтральном статусе ее влияние могло быть использовано для остановки кровопролития. К тому же, по логике Д. Марлора, в то время невозможно было дискутировать в британском Парламенте в категориях пацифизма, поскольку депутаты представляли своих избирателей, часть из которых находилась на фронте. Однако, как бы мы ни называли А. Понсонби, тот факт, что он выступал критиком вступления Британии в войну, от этого не меняется.

Куда приводит ложь: разоблачение пропаганды

Если обратиться к самой работе, можно выделить в ней две ключевые линии. Первая, не столь очевидная, показывает изменчивость и гибкость (читай: лживость) политики, основанной на пропаганде. Поэтому сводить «Ложь в военное время» исключительно к критике пропаганды было бы большим упрощением. Среди политических кейсов, которые разбирает А. Понсонби, есть, например, фактическое вступление в войну из-за приверженности Франции, а не из-за варварского нападения Германии на маленькую Бельгию, на чем играла пропаганда, а также отказ от мер возмездия в адрес кайзера вопреки тому, что обещала пропаганда простым людям. Как видим, оба случая связаны с пропагандой, в них обнаруживаются действия и их мотивы, расходящиеся с официальной позицией. Более того, использование пропаганды, точнее лжи в пропаганде, как правило, заставляет власти и в политическом отношении вести себя аналогичным образом – говорить одно, а делать совершенно другое. Публичной лжи в пропаганде нередко соответствует ложь в политическом поведении. Именно на этот невысказанный вывод наталкивает вся работа А. Понсонби, и именно такое поведение государства более всего вызывает у него весьма критичную реакцию. Принимая и то, что ложь в адрес рядовых граждан во время войны является необходимым условием ее ведения, автор категорически не может согласиться с тем, что она используется в адрес тех, кого можно назвать элитой (например, членов Парламента, каковым он сам являлся). Впрочем, политический аспект публичной пропагандистской лжи книга оставляет открытым: если ложь людям в военное время нельзя считать аморальной, какую еще политическую ложь можно оправдать потребностью текущего момента?

Прежде чем перейти к разоблачениям, сделанным А. Понсонби, уточним, почему с позиций сегодняшнего дня «Ложь в военное время» выходит за пределы того, что принято считать критикой, и приближается к отмене пропаганды. Во-первых, позиция автора была не чисто научной, а, скорее, политической. Цель – не просто поставить под сомнение корректность пропаганды, а отменить ее в существующем виде. Во-вторых, А. Понсонби занимался осознанным разоблачением, компрометацией пропаганды, показывая ее сознательную аморальность и лживость³. Через всю книгу сквозной нитью проходит тема взаимозависимости морали и всего, что связано с пропагандой и сопутствует с ней. Автор выражает свою моральную оценку достаточно четко: «Ни в одной стране нет ни одной живой души, которая не испытывала бы глубокого негодования из-за того, что ее страсти возбуждаются, ее негодование разжигается, ее патриотизм эксплуатируется» (Ponsonby 1940: 29). В-третьих, ему удалось внести существенный вклад в формирование негативного образа пропаганды в глазах экспертного общества и политического класса, что, собственно, и привело в конечном

³ См. работы о связи культуры отмены с моральными аспектами (Былевский, Цацкина 2022), сейфтизмом (safetyism) и привычками моральной зависимости (Lukianoff, Haidt 2018).

счете к реальной отмене пропаганды в западном обществе – публично заявлять о том, что ты занимаешься пропагандой, стало дурным тоном.

Ровно то же самое мы сегодня можем видеть в культуре отмены, которая как явление уже является не просто способом травли, а реальным политическим механизмом. И здесь никого не должно вводить заблуждение представление о том, что основным механизмом культуры отмены являются социальные сети, поскольку и традиционные медиа прекрасно справлялись с такими задачами. Исследователи все больше приходят к выводу, что культура отмены – это не какой-то недавно возникший феномен, а глубоко укорененное в истории явление. Так, например, Д. Бареш проводит прямые параллели с античным ostracism (Buresh 2021: 24135), когда по поводу изгнания из Афин определенных лиц сроком на 10 лет проводилось всенародное голосование.

Итак, генеральная линия книги посвящена разоблачению пропагандистских меседжей и демонстрации в них большого объема лжи. А. Понсонби разбирает кейс за кейсом, показывая, что они не соответствовали действительности. В переводе, который публикуется в текущем номере журнала «Антиномии», разоблачению пропаганды посвящено две главы из четырех: «Истории зверств» и «Фейковые фотографии». В них показывается масса случаев дезинформации, призванной произвести впечатление на читателей газет: вот история об изнасилованной в присутствии отца тринадцатилетней бельгийской девочке, а вот фото еврейских погромов в России, которое опубликовали в качестве подтверждения преступлений немецкой армии в Польше. Подобные материалы составляли подавляющее число публикаций в военное время, что являлось основным источником ненависти к врагу – топлива, без которого военная машина не могла сделать ни шагу. Надо сказать, что к концу войны пропагандисты весьма преуспели в этом ремесле, и когда в 1917 г. США решили вступить войну, им понадобилось совсем немного времени, чтобы относительно нейтральное отношение к немцам превратить в гнев, который иногда приводил к линчеванию людей, не имевших никакого отношения к военным действиям.

Критическая позиция А. Понсонби к пропагандистской лжи, тем не менее, не была призывом к отказу от ее использования во время войны. Что подвергается критике, так это излишние надежды, которая пропаганда вселяет в людей. Например, по уверениям пропагандистов, эта война должна была положить конец всем войнам на земле (the war to end the wars). Мотив внушения ложных надежд – один из наиболее критикуемых автором книги, поскольку «ни одна из предполагаемых целей, за которые они боролись, не была достигнута», и это еще речь шла о победителях (Ponsonby 1940: 18). В частности, он пишет, что логическим завершением пропагандистской кампании по возложению единоличной ответственности за развязывание войны на германского кайзера должна была стать его казнь, ведь слоганом был клич «Повесить кайзера!». После войны кайзера не только не повесили, но и, напротив, позволили ему мирно жить в Голландии, что вызвало большое разочарование среди простых людей, запустив механизм сомнения в отношении и других военных посылов (Ponsonby 1940: 77).

Вред пропаганды

А. Понсонби не владел психологическим инструментарием, но интуитивно описал явления (одно из них станет известно как фрустрация), которые в дальнейшем составили ядро целого направления – психологии пропаганды. Нехватка инструментария заставила его использовать почти религиозный язык: внедрение яда пропаганды хуже, чем реальная гибель, а осквернение души хуже разрушения человеческого тела (Ponsonby 1940: 18). Впоследствии исследователи более детально описали «осквернение души». Например, Ж. Эллюль, опираясь на исследования К. Хони, приходит к выводу, что невротические симптомы до степени смешения похожи на механизмы воздействия пропаганды на человека: усиление тревожного состояния и враждебности, а также чувств незащитности и тоски; желание отказаться от борьбы; уныние, подавленное состояние, завышенная самооценка и т.п. (Эллюль 2023: 267). Но еще более тяжелые последствия могут возникнуть, когда после своего длительного воздействия пропаганда внезапно прекращается: в ряде случаев будет требоваться психиатрическая помощь, чтобы справиться с расстройствами типа шизофрении и паранойи (Эллюль 2023: 295).

Пропаганда создает глубокие и относительно долго действующие изменения в психике человека. И на каком-то этапе речь идет уже о комплексных антропологических изменениях – формировании человека без прошлого и будущего, совершенно несамостоятельного, целостность личности которого обеспечивается не им самим, а извне. Это должно расцениваться не просто как личная или общественная проблема, а как проблема государства, для которого человеческий капитал является основой долгосрочного развития. Пропаганда, вызывая описанные выше явления, способна обнулять его, превращать в отрицательный. Российский исследователь Ю.А. Корчагин, например, связывает гибель СССР с накоплением отрицательного человеческого капитала, который способен оказывать особое влияние в точках бифуркации, одной из которых стала перестройка (Корчагин 2005: 41). Поэтому слова А. Понсонби о том, что осквернение души хуже, чем уничтожение тела, оказались для XX в. не каким-то преувеличением, а практически пророчеством. Предупреждения о вреде пропаганды актуальны и в наши дни, пропагандисты должны отдавать себе отчет, что с последствиями их деятельности общество и государство обязательно столкнутся после завершения военных действий, но это может произойти и гораздо раньше, чем они могут себе представить, оказав воздействие и на ход военных действий.

Несмотря на вышесказанное, критика пропаганды со стороны А. Понсонби была абсолютно выверенной с политической точки зрения. Она прозвучала тогда, когда стала уместна – спустя 10 лет по завершении войны. Публичное разоблачение собственного государства, ведущего войну, до ее завершения он считал недопустимым, называя такое поведение преступной халатностью, которая очень быстро приведет к тюрьме. С этой точки зрения автор демонстрирует образец политического поведения, которому стоит следовать и в наши дни. В конце 1920-х гг. критика пропаганды уже набирала обороты, все больше политиков были всерьез озабочены тем, что

ее ошеломляющей эффективностью могут воспользоваться в разрушительных целях⁴. Скепсис в отношении пропаганды вырос настолько, что даже ее апологет Э. Бернейс был вынужден разводить «плохую» и «хорошую» пропаганду, введя термин *impropaganda*⁵ – недобросовестная пропаганда, недодобросовестная пропаганда. Однако это было только началом. Еще больший скепсис в адрес пропаганды наблюдался в 1930-е гг., когда ею вовсю начали пользоваться в нацистской Германии, а Э. Бернейс с немалым удивлением узнал, что его книга «Кристаллизация общественного мнения» красуется на книжной полке Й. Геббельса. С тех пор пропаганда, как правило, упоминается преимущественно в негативном контексте – как недемократическая практика обмана, основанная на лжи, а использовать ее в приличном западном обществе становится практически дурным тоном. Именно так работает культура отмены в наши дни. И вклад в отмену пропаганды со стороны А. Понсонби был внушительным, его «Ложь в военное время» стала главной критической работой своей эпохи.

«Германофил, симпатизирующий кайзеру»

Даже много лет спустя А. Понсонби подвергается нападкам за «Ложь в военное время», которая, по всей видимости, продолжает производить неизгладимое впечатление. Оксфордский профессор А. Грегори – один из тех, кто критикует наиболее яростно. Он называет А. Понсонби пацифистом, заклятым врагом главного пропагандиста Британии лорда Нортклиффа, германофилом, симпатизирующим кайзеру⁶. Его книгу он считает «источником историографических и популярных преданий о британской пропаганде», дает ей крайне негативные характеристики: ложь не документируется, а фабрикуется на основе противоречивых интерпретаций и ложных измышлений, в итоге вместо разоблачительной правды получается новая пропагандистская ложь. В качестве примера приводятся два кейса из книги: немецкая фабрика по переработке трупов и изгнание из бельгийского Антверпена католических священников, которые не стали звонить в колокола после его взятия немцами. А. Грегори утверждает, что в обоих случаях имел место не намеренный пропагандистский обман, а череда неправильных интерпретаций прессы и придание разного рода городским легендам статуса официальной информации⁷. Критик настаивает на том, что А. Понсонби

⁴ Bernays E., Martin E. 1929. Are We Victims of Propaganda? A Debate. URL: <http://postflaviana.org/wp-content/uploads/2015/07/martin-bernays-debate.pdf> (дата обращения: 10.04.2024).

⁵ Bernays E. 1928. Propaganda and Impropropaganda. Manuscript // Library of Congress. URL: https://loc.gov/item/mss12534_17 (дата обращения: 10.04.2024).

⁶ С этой оценкой далеко не все современные исследователи готовы согласиться, отмечая, что А. Понсонби на самом деле высмеивает кайзера, называя его «ничтожной марионеткой» (Marlor 2014: 208).

⁷ Включение в «книгу лжи» утверждений, ложность которых не доказана, было предметом критики практически с момента ее выхода. См.: Scott J. 1929. Review: Propaganda in Peace and War // Current History (1916–1940). Vol. 30, iss. 6. P. 982.

сознательно выдает за правду информацию из британской пацифистской прессы и даже из Германии, игнорируя заявления официальных лиц. При этом А. Грегори признает наличие в Британии огромного количества лжи, в том числе санкционированной официально или полуофициально, однако это не мешает ему обвинять автора книги в дискредитации войны против Германии и попытке переписать историю в интересах проигравших. Также он пытается оправдать британских подданных, поверивших в эту пропаганду, но в отличие от А. Понсонби делает акцент не на тех, кто сознательно желал быть обманутым, а на искренних в своем патриотическом рвении гражданах (Gregory 2008: 41-44). Впрочем, эту позицию вряд ли можно считать мейнстримом. С конца 1920-х гг. критика пропаганды стала практически ортодоксальной, поэтому ее оправдание, к чему А. Грегори нас склоняет, является в современной науке, скорее, исключением.

Парадоксальным образом «Ложь в военное время» сыграла примерно ту же роль, что и «Пропаганда» Э. Бернейса: рассказывая о лжи и настаивая на ее успешном применении, она косвенным и прямым образом подтверждала всемогущество пропаганды, в данном случае британской (Ponsonby 1940: 15-16). Такое положение дел, как оказалось, было на руку всем: и самим британцам, и немцам, которые, с одной стороны, выставляли себя жертвами, с другой – развивали миф о «ноже в спину»: якобы Германию победили исключительно средствами коварной пропаганды, а на поле брани немецкая армия осталась непобедимой. М. Сандерс и Ф. Тейлор, излагая данную логику, приходят к выводам, аналогичным тем, что мы видели у А. Грегори: сенсационный успех британской пропаганды, основанной на историях о зверствах врага, сформировал устойчивое представление о том, что пропаганда – это работа по дискредитации врага. Вследствие этого пропаганда, которая в Великобритании велась официально, оказалась несправедливо оклеветанной и, что более важно, непонятой. И особая заслуга в этом принадлежит А. Понсонби (Sanders, Taylor 1982: 250, 264). Подобное мнение можно рассматривать как очередное подтверждение роли последнего в отмене пропаганды.

Еще одним следствием работы А. Понсонби, помимо дискредитации пропаганды, называется то, что разоблачение фабрикаций о зверствах Первой мировой войны привело к снижению общественного доверия к такого рода информации. По мнению Д. Марлора, это сыграло дурную шутку уже во Второй мировой войне, когда сообщения о нацистской жестокости в первое время подвергались некоторым сомнениям (Marlor 2014: 209). И снова подобные замечания подчеркивают влияние, которое оказала «Ложь в военное время». Впрочем, автор обходится без прямых обвинений в адрес А. Понсонби, подчеркивая, что в ряде случаев он был введен в заблуждение послевоенной немецкой пропагандой (Marlor 2014: 208).

Схожее мнение высказывают и другие исследователи. По их мнению, некоторые факты, которые приводит А. Понсонби своей книге, были подготовлены послевоенным правительством Германии. В Министерстве иностранных дел был создан целый отдел, отвечающий за международную интерпретацию вины в войне. Результатом работы стала публикация с 1922 по

1927 г. 40-томного собрания документов, специально отобранных, чтобы показать, что Германия начала войну в целях самообороны (Reynolds 2015: 121). Ими и воспользовался А. Понсонби, что, по мнению П. Дональдсона, стало исключением в череде историков всех национальностей, которые после завершения войны не выходили за рамки национального оправдания⁸. Однако эта позиция, если судить по тому, как нападают на А. Понсонби современные британские исследователи, распространена и по сей день. Для сравнения: в Германии работа, которая последовательно отражала ее вину в войне, появилась только в 1961 г. Ею стала книга «Рывок к мировому господству» (Фишер 2017), наделавшая немало шума в немецкой академической среде и обществе в целом.

Стратегии отмены пропаганды А. Понсонби и Н. Хомского

Самым известным представителем критического направления в современных исследованиях пропаганды можно считать Н. Хомского. Его модель политической пропаганды основана на наличии множества фильтров на пути информации, среди них можно выделить принадлежность собственнику, источник финансирования и информации, бомбардировку критикой, идеологию (Herman, Chomsky 2008: 62). Главным принципом пропаганды по Н. Хомскому выступает фильтрация, что отличается от описанного А. Понсонби – разнообразной и тотальной лжи. Однако в центре внимания обоих находится главная фигура пропаганды – жертвы. И если для британского автора главный прием с жертвами – их избыточная демонстрация, то для Н. Хомского демонстрация избирательна. Пропагандистская система предъявляет своим потребителям «достойных» жертв (тех, кто подвергся насилию со стороны вражеских государств), дополняя их освещением кровавыми подробностями, криками возмущения и требованиями справедливости. Те же, кто подвергся насилию собственным правительством с такой же или еще большей жестокостью, оказываются «недостойными» жертвами, их тяжелое положение преуменьшается или вовсе игнорируется (Herman, Chomsky 2008: 97-99). Подобные различия, а фактически практика двойных стандартов, обуславливаются исключительно политическими причинами.

Свою теорию Н. Хомский последовательно применяет на практике. Одним из последних кейсов, которые он публично разобрал, стал украинский. По его мнению, по сравнению с тем, как вели себя США во время вторжения в Ирак в 2003 г., Россия поступает сдержанно. Эта сдержанность выражается в небольшом количестве жертв среди мирного населения, отсутствии крупномасштабного разрушения инфраструктуры («[Россия] может сделать Киев таким же непригодным для жизни, как Багдад») и, помимо всего прочего, в возможности иностранным делегациям спокойно чувствовать себя во время посещения Киева («Когда США и Великобритания разносили

⁸ Donaldson P. Interpreting the Origins of the First World War // The Historical Association. 27.06.2014. URL: <https://www.history.org.uk/publications/resource/7465/polychronicon-155-interpreting-the-origins-of-of> (дата обращения: 10.04.2024).

Багдад, приезжал ли туда кто-нибудь из иностранных лидеров? Нет, потому что, когда США и Великобритания вступают в войну, они... разрушают все»⁹). Здесь мы тоже можем увидеть существенные различия позиций А. Понсонби и Н. Хомского: для первого неприемлемо критика пропаганды в период военных действий, в то время как второй не видит в этом ничего зазорного и высказывает свою позицию как во время тех конфликтов, в которых США задействованы опосредованно, так и тех, где они принимали непосредственное участие.

Таким образом, А. Понсонби и Н. Хомский реализуют разные стратегии отмены пропаганды. Первый признает необходимость пропаганды в военное время, для второго ее не существует. Британский автор в качестве практической стратегии предлагает уменьшить количество транслируемой лжи и «контролировать вещание». Н. Хомский именно способы контроля вещания в виде разнообразных фильтров полагает главным орудием пропаганды второй половины XX в. Вместо стратегий коррекции пропаганды он разрабатывает модель пропаганды в качестве методологического инструмента для ее критики. Для А. Понсонби главное орудие пропаганды – многообразие видов лжи при избыточной демонстрации жертв, для Н. Хомского – политика двойных стандартов и замалчивание «недостойных» жертв. Наконец, А. Понсонби деполитизирует критику пропаганды, воздерживаясь от нее в военное время, тогда как для Н. Хомского это способ политического высказывания, и его нисколько не смущает, что она, в свою очередь, способна стать пропагандой в чьих-то руках.

Сравнивая способы отмены пропаганды А. Понсонби и Н. Хомского, нужно учитывать, что их теории относятся к разному времени с разной степенью интенсивности военных конфликтов и, соответственно, пропаганды. Масштабы Первой мировой войны требовали большей мобилизации живой силы и ресурсов, дефицит которых восполнялся избыточными манипулятивными способами, отсюда и интенсивность способов дезинформации. Чем сильнее общественный шок, тем заметнее проявляется то, что можно назвать общественным посттравматическим расстройством, и тем выше потребность его вылечить, в том числе посредством разоблачения пропаганды. Чем более гибридные формы носят военные конфликты, чем больше возможностей у отдельных индивидов реализовать стратегию эскапизма, сберегая как свои, так и общественные ресурсы, тем в меньшей степени общество начнет отменять то, что его травмировало.

Заключение

Любая война рано или поздно завершается миром, а пропаганда заканчивается. Соответственно, пропаганде, как и войне, нужен свет в конце тоннеля – некая стратегия выхода. Прагматичная пропагандистская стра-

⁹ Noam Chomsky: Russia is fighting more humanely than the US did in Iraq // The New Statesmen. 29.04.2023. URL: <https://www.newstatesman.com/the-weekend-interview/2023/04/noam-chomsky-interview-ukraine-free-actor-united-states-determines> (дата обращения: 10.04.2024).

тегия должна планировать, что будет происходить на поствоенном этапе: каким образом она закончится, что из того, что она предъявляла гражданам будет легко опровергнуть, а что нет, и все то же самое в отношении противника. В Первую мировую войну об этом не думали, руководствуясь принципом «сегодня обманом, а завтра посмотрим», поэтому естественной поствоенной стратегией оказалась отмена пропаганды. Сохранившаяся до наших дней актуальность работы А. Понсонби обусловлена тем, что она показывает, чем заканчивается пропаганда, целью которой является максимальная накачка населения ненавистью при полном игнорировании фактов. «Ложь в военное время» – пример того, как при желании можно отменить пропаганду (свою или вражескую) уже после того, когда война закончилась. А учиться, конечно, лучше на чужих ошибках, в таких вопросах их цена может оказаться чрезмерно высокой.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Бернейс Э. 2010. Пропаганда. Москва : Hippo Publishing. 176 с.
- Былевский П.Г., Цацкина Е.П. 2022. Феноменологический анализ явления «культура отмены» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. № 2. С. 162-169. DOI 10.52070/2542-2197_2022_2_857_162
- Гилберт М. 2016. Первая мировая война. Москва : КоЛибри : Азбука-Аттикус. 768 с.
- Корчагин Ю.А. 2005. Российский человеческий капитал: фактор развития или деградации? Воронеж : ЦИРЭ. 252 с.
- Лассуэлл Г. 2021. Техника пропаганды в мировой войне. Москва : ИНИОН РАН. 237 с.
- Поршнева О.С. 2020. Исследование политики памяти: к преодолению методологической дихотомии (на примере Первой мировой войны) // Дискурс-Пи. Т. 17, № 2. С. 128-141. DOI 10.24411/1817-9568-2020-10208
- Табаринцева-Романова К.М. 2019. «Новые» виды дипломатии XXI в.: культурная дипломатия в современном международном дискурсе // Дискурс-Пи. № 3. С. 26-37. DOI 10.24411/1817-9568-2019-10302
- Фишер Ф. 2017. Рывок к мировому господству. Политика военных целей кайзеровской Германии в 1914–1918 гг. Москва : Политическая энциклопедия. 677 с.
- Эллюль Ж. 2023. Феномен пропаганды. Санкт-Петербург : Алетейя. 410 с.
- Buresh D. 2021. Will Cancel Culture Prevent the Adoption of the Right to Be Forgotten? // International Journal of Current Advanced Research. Vol. 10, iss. 4. P. 24127-24137. DOI 10.24327/ijcar.2021.24137.4783
- Ginneken J. van. 2017. Kurt Baschwitz: A Pioneer of Communication Studies and Social Psychology. Amsterdam : Amsterdam University Press. 360 p.
- Gregory A. 2008. The Last Great War: British Society and the First World War. New York : Cambridge University Press. 364 p.
- Herman E., Chomsky N. 2008. Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. London : The Bodley Head. 464 p.
- Horne J., Kramer A. 2002. German Atrocities, 1914: A History of Denial. New Haven : Yale University Press. 548 p.
- Jankowski P. 2017. Twenty Years of Disenchantment: The American Entry into World War I Remembered, 1917–1937 // South Central Review. Vol. 34, iss. 3. P. 115-127. DOI 10.1353/scr.2017.0029
- Lukianoff G., Haidt J. 2018. The Coddling of the American Mind: How Good Intentions and Bad Ideas Are Setting Up a Generation for Failure. New York : Penguin Press. 352 p.

- Marlor D. 2014. *Fatal Fortnight: Arthur Ponsonby and the Fight for British Neutrality in 1914*. London : Frontline Books. 256 p.
- Ponsonby A. 1940. *Falsehood in War-time*. London : George Allen & Unwin. 192 p.
- Reynolds D. 2015. *The Long Shadow: The Legacies of the Great War in the Twentieth Century*. New York : W. W. Norton & Company. 544 p.
- Sanders M., Taylor Ph. 1982. *British Propaganda During the First World War, 1914–18*. London : Maximillian Press. 320 p.

References

- Bernays E. *Propaganda*, Moscow, Hippo Publishing, 2010, 176 p. (In Russ.).
- Buresh D. Will Cancel Culture Prevent the Adoption of the Right to Be Forgotten? *International Journal of Current Advanced Research*, 2021, vol. 10, no. 4, pp. 24127-24137. DOI 10.24327/ijcar.2021.24137.4783
- Bylevsky P.G, Tsatskina E.P. Phenomenological Analysis of the Notion “Cancel Culture”, *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki* [Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities], 2022, no. 2, pp. 162-169. (In Russ.). DOI 10.52070/2542-2197_2022_2_857_162
- Ellul J. *The Phenomenon of Propaganda*, Saint Petersburg, Aleteyya, 2023, 410 p. (In Russ.).
- Fischer F. *The Grab for World Power. The Policy of Military Aims of Kaiser's Germany in 1914–1918*, Moscow, Politicheskaya entsiklopediya, 2017, 677 p. (In Russ.).
- Gilbert M. *The First World War*, Moscow, KoLibri & Azbuka-Attikus, 2016, 768 p. (In Russ.).
- Ginneken J. van. *Kurt Baschwitz: A Pioneer of Communication Studies and Social Psychology*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2017, 360 p.
- Gregory A. *The Last Great War: British Society and the First World War*, New York, Cambridge University Press, 2008, 364 p.
- Herman E., Chomsky N. *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, London, The Bodley Head, 2008, 464 p.
- Horne J., Kramer A. *German Atrocities, 1914: A History of Denial*, New Haven, Yale University Press, 2002, 548 p.
- Jankowski P. Twenty Years of Disenchantment: The American Entry into World War I Remembered, 1917–1937, *South Central Review*, 2017, vol. 34, no. 3, pp. 115-127. DOI 10.1353/scr.2017.0029
- Korchagin Yu.A. *Russian Human Capital: A Factor of Development or Degradation?* Voronezh, TSIRE, 2005, 252 p. (In Russ.).
- Lasswell H. *Propaganda Technique in the World War*, Moscow, INION RAN, 2021, 237 p. (In Russ.).
- Lukianoff G., Haidt J. *The Coddling of the American Mind: How Good Intentions and Bad Ideas Are Setting Up a Generation for Failure*, New York, Penguin Press, 2018, 352 p.
- Marlor D. *Fatal Fortnight: Arthur Ponsonby and the Fight for British Neutrality in 1914*, London, Frontline Books, 2014, 256 p.
- Ponsonby A. *Falsehood in War-time*, London, George Allen & Unwin, 1940, 192 p.
- Porshneva O.S. The Study of the Politics of Memory: To Overcome the Methodological Dichotomy (on the Example of the First World War), *Diskurs-Pi* [Discourse-P], 2020, vol.17, no. 2, pp. 128-141. DOI 10.24411/1817-9568-2020-10208
- Reynolds D. *The Long Shadow: The Legacies of the Great War in the Twentieth Century*, New York, W. W. Norton & Company, 2015, 544 p.
- Sanders M., Taylor Ph. *British Propaganda During the First World War, 1914–18*, London, Maximillian Press, 1982, 320 p.

Tabarintseva-Romanova K.M. "New" Types of Diplomacy of the 21st Century: Cultural Diplomacy in Modern International Discourse, *Diskurs-Pi* [Discourse-P], 2019, no. 3, pp. 26-37. DOI 10.24411/1817-9568-2019-10302

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Александр Борисович Белоусов

кандидат политических наук, старший научный сотрудник Института философии и права Уральского отделения РАН, г. Екатеринбург, Россия;

ORCID: 0000-0003-0082-909X;

Scopus AuthorID: 57202994688;

SPIN-код: 7618-1310;

E-mail: ektb@ya.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Alexander B. Belousov

Candidate of Political Science, Senior Researcher, Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Yekaterinburg, Russia;

ORCID: 0000-0003-0082-909X;

Scopus AuthorID: 57202994688;

SPIN-code: 7618-1310;

E-mail: ektb@ya.ru