

Александр Борисович Белоусов

Институт философии и права

Уральского отделения РАН

г. Екатеринбург, Россия

E-mail: ektb@ya.ru

ORCID: 0000-0003-0082-909X

«Сплоченная масса ненависти»: концепция пропаганды Гарольда Лассуэлла

Аннотация. В представленных тезисах рассматривается концепция пропаганды американского политолога Гарольда Лассуэлла. Он является представителем первой волны исследователей пропаганды, опубликовавших свои труды в 1920-е, и в их числе – единственным представителем академической сферы. Его знаменитый труд «Техника пропаганды в мировую войну» (1927) вошел во все учебные курсы по пропаганде, однако в России полноценно был переведен только в 2021 г. Это обстоятельство, а также ряд других причин, привели к тому, что концепция пропаганды Лассуэлла остается неизвестной в российской политической науке. Проведенный анализ показал, что она основана на противопоставлении на фигуре врага и чувстве ненависти. Показано, как в «Технике пропаганды...» демонстрируются ключевые моменты управления ненавистью: от опознания врага и приписыванию ему целого спектра негативных свойств до персонализации ненависти, а также ее переводу на другие объекты с целью дестабилизации противника. Выделяются и другие преимущества его работы 1927 г.: систематизированное изучение военной пропаганды, большое количество показательных примеров, внедрение психологического подхода. Кроме этого, он вписал ее в организационный, политический и аппаратный контекст. Анализ дальнейшего изучения пропаганды Гарольдом Лассуэллом выявил два ключевых этапа ее исследований: этап концептуальных и этап количественных исследований. Однако, несмотря на сдвиг интересов в сторону изучения революционной пропаганды в 1930-е гг., концептуальным ядром остается манипуляция противоречивыми отношениями. Показывается, что концепция Лассуэлла актуальна для текущих политических процессов в России, когда необходимо давать оценки формированию сплоченности общества не на субъективных впечатлениях, а на научной основе.

Ключевые слова: пропаганда, Первая мировая война, Гарольд Лассуэлл, общество, сплоченность

Введение: первая волна изучения пропаганды и роль «Техники пропаганды». Тема сплоченности, единства общества актуальна в наши дни по вполне понятным причинам: в начале 20-х гг. текущего века Россия столкнулась с беспрецедентными внешнеполитическими вызовами. Когда речь заходит не просто об оценке уровня сплоченности и поддержки власти, а о формировании единства, невозможно обойти стороной такую тему как пропаганда. Важность пропаганды обусловлена тем, что, как правило, начало тех или иных военных конфликтов раскалывает общество: одна часть воспринимает происходящее с воодушевлением, другая же – со значительным психологическим сопротивлением. В дальнейшем сплочение нации бывает непросто поддерживать в силу усталости общества, что может привести к самым печальным последствиям. К сожалению, это совершенно отчетливо показали события в России в 1917 г. Преодоление сопротивления и предотвращение усталости – одна из главных функций пропаганды. Поэтому при всей кажущейся банальности, ее механизмы не так уж и просты. В использовании пропаганды и получении эффективных результатов выработаны свои закономерности, которые описаны в специальных научных исследованиях на эту тему. В корпусе этих трудов особняком стоят концептуальные разработки Гарольда Лассуэлла, и в первую очередь его труд «Техника пропаганды в мировой войне». Он стал образцовым и по сей день может считаться учебным пособием для пропагандистов. Поэтому при оценке текущей ситуации в российских общественных настроениях невозможно обойти стороной вклад данного исследователя в теорию пропаганды.

Исследования пропаганды начались в западной политической науке в 20-е гг. XX в. по окончании Первой мировой войны. Пропаганда в той войне оказала на всех столь ошеломляющее действие, что о ней начали думать как об «опасном и таинственном явлении», а немецкие генералы нашли в ней возможность переложить ответственность за свои поражения на поле боя (Lasswell 1939: iv). Пережившее множество шоков общество начало постепенно осмыслять произошедшее, анализируя, в том числе, каким образом в простых людях разжигалась ненависть, служившая «топливом» для ведения военных действий. За относительно короткий срок – порядка 10 лет по-

сле завершения Первой мировой – был опубликован корпус значимых трудов, которую мы назовем *первой волной изучения пропаганды*. К ним можно отнести «Общественное мнение» Уолтера Липпмана (Липпман 2004), «Пропаганду» Эдварда Бернейса (Бернейс 2010), «Ложь в военное время» Артура Понсонби (Ponsonby 1940) и знаменитую «Технику пропаганды в мировой войне» Гарольда Лассуэлла (Лассуэлл 2021). Все эти труды давно стали классическими и вошли в учебные курсы по политологии, социологии и связям с общественностью. Исключение составляет только «Ложь в военное время» Артура Понсонби, которая представляет собой в большей степени критический разбор способов манипуляции, нежели попытку осмысления механизмов действия пропаганды.

Среди этих работ «Техника пропаганды...» стоит особняком по целому ряду причин. Главная из них заключается в том, что это, пожалуй, единственная из указанных работ, написанная классическим ученым и представляющая собой научный труд в полном смысле этого слова. И, действительно, Лассуэлл был единственным из авторов, кто имел непосредственно отношение к академической жизни, поступив в год окончания войны на обучение в Чикагский университет и затем продолжив в нем работать в качестве доцента и профессора. Как известно, «Техника пропаганды...» была его диссертационной работой, которую он издал в виде книги через год после защиты. Что же касается остальных первооткрывателей пропаганды, то они были далеки от академической среды: Бернейс был практикующим специалистом по связям с общественностью; Липпман – журналистом и политическим советником; Понсонби – политическим деятелем в Великобритании. Липпман, Бернейс и Понсонби в той или иной степени были задействованы в пропаганде или в политике в Первой мировой войне: первые двое работали в американских пропагандистских структурах, последний – являлся членом Британского парламента. Лассуэллу же на момент окончания войны было 16 лет, и поэтому в силу своего возраста он не мог быть деятельным участником тех событий, а только наблюдателем. Как указывают биографы, он был учеником основателя Чикагской школы политологии Чарльза Мериама, который в конце Первой мировой возглавил Римский филиал Комитета общественной информации, главного

пропагандистского ведомства США времен Первой мировой. Мериам оказал ему всестороннюю поддержку в посещении основных европейских столиц и встречах с участниками событий и процессов той войны (Ефременко, Богомолов 2021: 8).

Это дало Лассуэлу отличную от других исследователей оптику видения событий, воплотившуюся в строгом научном подходе. В дальнейшем же, опираясь на «Технику пропаганды» Лассуэлл разработал свою не менее знаменитую модель политической коммуникации, вошедшую во все учебники политологии, коммуникативистики и т.д.

Однако несмотря на свою популярность на Западе и огромное влияние на развитие дальнейшей политической науки, в России трудов, разбирающих нюансы концепции пропаганды Лассуэлла наберется считанные единицы. Среди них можно отметить «Механизмы противодействия манипуляции и пропаганде в работах Г. Лассуэлла И Дж. Дьюи» (Чулков 2022) и «Пропаганда как инструмент влияния на политическое поведение в теории Г.Д. Лассуэлла» (Аргун 2021). Остальные работы российских ученых посвящены другим научным проблемам, которыми он занимался: политической и массовой коммуникации (Булкина 2000; Кривоносов, Киуру 2022), политической реальности (Алюшин 2006), феномену лидерства (Гомелаури 2018) и т.п. Впрочем, и в целом изучение наследия Лассуэлла в российской политической науке не выглядит слишком тщательным. Вероятно, это связано с несколькими причинами, которые лежат на поверхности. Во-первых, переводов его работ на русский язык опубликовано не так уж и много (Баталов 2014: 10; Ефременко 2023: 29)¹. Во-вторых, изучение пропаган-

¹ В 2005 г. была переведена «Психопатология и политика» (Лассуэлл 2005). «Техника пропаганды» была полностью переведена только в 2021 г. (Лассуэлл 2021), а сокращенный перевод, выпущенный по горячим следам в 1929 г. (Ласвель 1929), вряд ли можно считать удовлетворительным. В 2023 г. в сборнике, посвященном школе Чикагской мысли, выпущена еще одна работа – «Политика: кто достигает чего, когда и как?» (Лассуэлл 2023). К этому списку можно добавить еще несколько переводов статей, что вряд ли дает составить представление о его творчестве насчитывающем, согласно Британской энциклопедии, более 30 книг и 250 статей. И это при том, что Лассуэлл входит в десятку наиболее цитируемых в мире американских политологов и социологов (Ефременко 2023: 29).

ды в современной российской политической науке не получило своего должного развития, вместо этого исследуются смежные с ней предметы – информационные войны, политические коммуникации, soft power и т.п.

Количественный подход к изучению пропаганды.

Ключевые тезисы своего понимания пропаганды Гарольд Лассуэлл изложил в «Технике пропаганды...». Это одна из двух его фундаментальных работ по этой теме, которые он сам отмечает в разделе «Теории пропаганды» своей аннотированной биографии 1946 года (Lasswell 1946: 131). Второй стала выпущенная в 1939 году «Мировая революционная пропаганда. Чикагское исследование» (Lasswell 1939). При этом, выделяя из 3000 наименований наиболее значимые 150 работ, он отмечает именно «Технику пропаганды...», а не «Мировую революционную пропаганду...». И это понятно, ведь именно в ней Лассуэлл, как мы увидим далее, закладывает основы изучения пропаганды, а все последующие работы развивают и дополняют ее.

Что же касается исследований революционной пропаганды, то они были вызваны практической потребностью понять, завоеует ли коммунизм Америку, и движется ли американское общество от «индивидуалистической Америки к советизированной» (Lasswell 1939: v). В качестве кейса был выбран Чикаго, поскольку, как пишет Лассуэлл, это крупный промышленный центр, переживший крах экономической жизни, а события, которые там произошли, оказались важными. Что же это были за важные события? Дело в том, что предшественница Коммунистической Партии Америки – Коммунистическая Рабочая Партия Америки (Communist Labor Party of America) была создана на съезде именно в Чикаго. Здесь работала сильная ячейка партии, которая в 30-е годы прославилась громкими акциями. Чикагские коммунисты смогли организовать под своим крылом безработных, протестовали против их выселения из домов и сокращения пособий, создали множество профсоюзов и т.п. Самым громким событием стала организация похоронной процессии в количестве 60 000 человек после того, как в 1931

² См.: URL: <http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/pages/318.html>

г. полиция убила двух чернокожих рабочих². Исследования влияния коммунизма в Чикаго велись Лассуэллом уже преимущественно количественными методами: он подсчитывал динамику аффилированных с коммунистами организаций, число выпущенных листовок и слоганов, численность партийного членства, количество выходящих периодических изданий – федеральных и местных, на английском и других языках и т.п. (Lasswell 1939: 108, 221, 261–262).

«Мировая революционная пропаганда» стала важной вехой в творчестве Лассуэлла: спустя 10 лет после «Техники пропаганды...» он отходит от концептуального исследования в сторону использования количественных методов и к концу 40-х гг. XX в. формулирует свою позицию следующим образом: подлинное знание о влиянии может быть получено только количественными методами (Lasswell, Leites 1949: 40–52). Он смог стать настоящим первопроходцем в сфере статистического контента анализа, что требовало серьезного привлечения ресурсов. Исследователь творчества Гарольда Лассуэлла Т. Рантанен отмечает в нем два периода. Первый период, связанный с Чикагским Университетом, датируется 1918–1938 гг. и называется им академическим периодом «прогрессивного интернационализма». Второй, характеризуясь «прагматизмом и продвижением американских интересов», датируется 1939 – началом 1970-х, когда он переехал из Чикаго и проживал в основном в Вашингтоне, Нью-Йорке и Нью Хэвене. Изменения были вызваны плотным сотрудничеством с госструктурами, в которые Лассуэлл оказался максимально инкорпорирован, что позволило Т. Рантанену оценивать его позицию в политической системе США как инсайдерскую (Rantanen 2024: 49–50). Разумеется, новая роль в системе накладывала ограничения на его оценки и суждения, что не могло не сказаться на характере его работ. Именно в этот период Лассуэлл максимально разрабатывает свои количественные методы, которые он будет использовать и в других работах, посвященных пропаганде, но уже не столь значимых.

Например, в эссе «Описывая содержание коммуникаций» (Describing the Content of Communications), вошедшем в аннотированную библиографию по пропаганде и связям с общественностью 1946 г., он ставит задачу оценить влияние пропа-

ганды стран «оси»³ на американское общество в годы Второй мировой войны. К работе над ней он приступил сразу после начала войны в 1941 г., возглавив с 1940 по 1943 гг. в Библиотеке Конгресса США экспериментальный отдел по изучению коммуникаций военного времени (Experimental Division for the Study of Wartime Communications), финансовую помощь которому оказывал Фонд Рокфеллера (Sproule 1989: 16; Rantanen 2024: 63). Для этого Лассуэлл выделяет из всей пропаганды, мониторинг которой со всей тщательностью вели соответствующие ведомства, 12 ключевых месседжей, таких как «США погрязли во внутренней коррупции», «США слабы», «Япония сильна» и т.п. Затем он подсчитал, что в период с декабря 1941 г. по март 1942 г. в американских СМИ вышло 1 195 утверждений, соответствующих вражеской пропаганде, при этом утверждений, опровергающих их – всего 45 (Lasswell 1946: 75-76).

Ценность работ о пропаганде 1939 и 1946 гг. не подлежит сомнению с точки зрения разработки методов исследований, однако они не дают существенной прибавки к пониманию сущности пропаганды. Концептуально, начиная с конца 1920-х до конца 1940-х гг. определения пропаганды, которые будут разбираться ниже, повторяют друг друга и будут отличаться лишь незначительными нюансами. Именно поэтому ниже внимание будет уделено в первую очередь «Технике пропаганды».

Особенности «Техники пропаганды в мировую войну».

Прежде чем приступить к анализу концепции пропаганды Лассуэлла, изложенной им в «Технике пропаганды», остановимся на некоторых особенностях этой работы. Во-первых, от прочих ключевых работ по пропаганде первой волны она отличается систематизированным изучением своего предмета. Автору удалось в достаточно сжатой форме структурировать пропагандистскую работу: от способов ее организации (глава «Организация пропаганды») и основных целей (главы «Виновность в войне и цели войны», «Сохранение дружеских отношений», «Деморализация врага») до ключевых приемов («Демонизация

³Страны «оси» (*Axis power* или *Axis*) – популярное в англоязычном сегменте название того, что на русском языке больше принято называть германской или гитлеровской коалиции. Получило свое название от более полного термина «ось Берлин-Рим».

врага», «Иллюзия победы», «Условия и методы пропаганды»). Если Липпман касается лишь особенностей функционирования общественного мнения в условиях пропаганды, Понсонби сосредотачивается на ее функции лжи, а Бернейс и вовсе озвучен лишь тем, чтобы всячески превозносить новый чудодейственный способ работы с общественностью, то у Лассуэлла пропаганда освещается как системная работа, причем со всех сторон.

Во-вторых, данная работа – фактически огромный кейс-стади. Число приведенных в ней разнообразных приемов пропаганды огромно – от демонизации врага и заедывания сюжетов о сексуальных преступлениях до использования (псевдо) научных исследований, а также «духовной и церковной интерпретации войны» (Лассуэлл 2021: 104, 113, 123). В «Технике пропаганды...» автор еще не ведет количественные подсчеты тех или иных приемов пропаганды, однако она содержит огромное число манипулятивных приемов, превращаясь в универсальный учебник по ведению пропаганды. Ее можно открывать во время любого начинающегося военного конфликта и просто наблюдать, как реализуется все или почти все, что было разложено по полочкам 100 лет назад.

Во-третьих, Лассуэлл внедряет в изучение пропаганды психологический подход, постулируя, что «разрабатывает простую классификацию различных психологических материалов... и предлагает общую теорию стратегии и тактики манипулирования этими материалами» (Лассуэлл 2021: 58). И действительно, «Техника пропаганды» насквозь пропитана апелляциями к психологическим механизмам, в разных ее местах говорится о психологической природе пропаганды: ее воздействии, сопротивлении войне, диспозициях, облегчающих работу пропагандиста, барьерах и последствиях напряженности и пр. Таким образом, автор задает вектор новому направлению – психологии пропаганды. Сам он в дальнейшем также будет применять психологический подход, но к другому кругу проблем – главным образом к личности (Lasswell 1935, Lasswell 1948, Лассуэлл 2005), что позволит говорить о нем как об одном из родоначальников политической психологии (Ascher, Hirschfelder-Ascher 2004).

В-четвертых, Гарольд Лассуэлл помещает пропаганду в организационный, политический и аппаратный контекст,

причем делает это по-научному рационально, что является немаловажным. В первой волне изучения пропаганды встречаются примеры прямо противоположные: так Уолтер Липпман, проиграв борьбу за влияние на американскую пропаганду руководителю Комитета общественной информации Джорджу Крилу, обиделся на всех пропагандистов и в своей работе поставил их в один ряд с шарлатанами, мошенниками и террористами⁴. Лассуэлл же препарирует политические течения вокруг пропаганды с холодным безразличием хирурга: вот влиятельные силы в британском кабинете министров, застигнутые перспективой неминуемой войны, пытаются «жать на тормоза» в СМИ, а у немцев наблюдается все меньше согласованности пропагандистских усилий и все больше обостряется конфликт между гражданскими и военными властями (Лассуэлл 2021: 65-66, 85-87). В «Технике пропаганды» Лассуэлл затрагиваются вопросы кадрового рекрутинга, взаимоотношения пропагандистских ведомств с законодательными властями и даже финансовые аспекты данной работы. Такие организационные детали редко освещаются в научной литературе по этой теме.

Наконец, Лассуэлл оказался не чужд и философских рассуждений о природе пропаганды. В самом конце своей работы он излагает несколько действительно глубоких максим, которые трудно встретить в других работах: «пропаганда – уступка рациональности современного мира» и «пропаганда – отражение необъятности, рациональности и своевольности современного мира. Это новый динамик общества, ведь власть в нем разделена и рассеяна, и иллюзиями можно добиться большего, чем принуждением» (Лассуэлл 2021: 227, 229). Здесь при желании можно найти отсылки и к Фрейдю (уступка рациональности), и к Макиавелли («иллюзиями можно добиться больше, чем принуждением»), и к Фуко (рассеянная власть).

Определения пропаганды. Традиционно определения пропаганды строятся вокруг отношений власти и мнения масс, описываемых в терминах воздействия, манипуляции,

⁴ *Lippmann W.* The Basic Problem of Democracy // Atlantic. November. 1919. URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1919/11/the-basic-problem-of-democracy/569095/> (дата обращения: 05.09.2024).

контроля, влияния. Например, у Липпмана в «Общественном мнении» оно формулируется следующим образом: «группа людей, которая может перекрыть другим прямой доступ к происходящему, подает новости в таком ключе, чтобы они служили целям этой группы» (Липпман 2004: 60). В «Технике пропаганды...» Лассуэлл также дает свое: «...пропаганда... относится исключительно к контролю над мнениями с помощью значимых символов... Пропаганда пытается управлять мнениями и установками путем прямого манипулирования социальным внушением» (Лассуэлл 2021: 54–55). Более четкое и однозначное определение он дает в статье «Теория политической пропаганды», вышедшей в тот же 1927 год, что и его знаменитая книга: пропаганда – это управление коллективными отношениями с помощью манипулирования значимыми символами (Lasswell 1927a: 627). В течение последующих 20 лет он уточняет и развивает данное определение пропаганды, однако ее ядро остается неизменным. В работе 1936 года «Политика: кто достигает чего, когда и как?» он пишет: «...любая элита защищает и утверждает себя от имени символов общей судьбы. Таковыми являются “идеология” установленного порядка, “утопия” контрэлит... Прочно установившаяся идеология увековечивает себя с помощью толики плановой пропаганды со стороны тех, кто больше всего от нее выигрывает» (Лассуэлл 2023: 94). Исследователи отмечают, что он стремился придать определениям пропаганды социально нейтральную окраску (Sproule 1989: 16), что объясняется его приверженностью количественным методам. Подобное нейтральное определение, однако, начинает размывать границы пропаганды, поэтому в какой-то момент Лассуэлл фиксирует, что она становится «синонимом для любой формы коммуникации – от вкрадчивого шепота соседей по лекции до «Голоса Америки» и распространению книг о том, как планета Венера повлияла на судьбу человечества» (Lasswell 1950: 284). Далее, он поясняет, что такое расширительное понимание не несет в себе ничего полезного и пытается указать на рамки пропаганды как преднамеренной деятельности по управляемым каналам коммуникации.

В то же время местами Лассуэлл и сам прикладывает руку к тому, чтобы пропаганда понималась максимально расшири-

тельно, утверждая, что мейнстрим американской пропаганды – это не религиозная, партизанская, реформистская, официальная или филантропическая пропаганда, но пропаганда коммерческая, а если точнее – реклама. И «если Колумб открыл континент, то (американская. – А. Б.) нация была сформирована рекламодателем» (Lasswell 1941: 37). Здесь его позиция начинает совпадать с позицией Бернейса, продвигавшего в 20-х гг. XX в. под именем пропаганды рекламные услуги. Впрочем, иногда он отходит от нейтральных формулировок. Так, в определении, данном им для «Энциклопедии социальных наук» в 1933 г., Лассуэлл говорит о ней как об аморальном феномене, который, однако, вынуждены использовать демократические лидеры в качестве альтернативы насилию как средству координировать действия общества (Lasswell 1933: 522-526). Подобная откровенность – редкость для раннего этапа исследовательской карьеры Лассуэлла, и уж подавно для более позднего этапа, когда он был инкорпорирован в американский политический истеблишмент.

Развитие исследований пропаганды. Со временем Лассуэлл расширяет предметное поле пропаганды. В работе «Политика: кто достигает чего, когда и как?» он выделяет ее новый вид – революционную пропаганду. Под ней он понимает «сепарацию чувства привязанности масс от существующих символов власти» и присоединение их «к символам, бросающим им вызов», а возникающие при этом враждебные чувства направляются на существующие символы власти. По оценке Лассуэлла, данная задача – значительно более сложная, чем задачи военной пропаганды, поскольку в последнем случае деструктивные энергии канализируются привычными способами (Лассуэлл 2023: 103). Но если обратиться к «Технике пропаганды...», то обнаружится, что подобного рода пропаганды он касался и в главе «Деморализация врага», описывая возможности перевода народного гнева на новый независимый объект, рядом с которым номинальный враг утратит свое значение. Новыми объектами для гнева в военное время могут стать собственное правительство и властители, при этом также отмечался чрезвычайно трудный характер подобных операций (Лассуэлл 2021: 182). Несложно проследить, что в «Политике...» он развивает тезисы из «Техники пропаганды...»,

вводя в оборот новые термины и выделяя новые направления исследований.

В работе 1939 г. «Мировая революционная пропаганда» Лассуэлл подробно описывает данные процессы, уточняя, что субъектами данного рода пропаганды становятся контрэлиты, а к процессам контроля над массами в мирное время подключается образование. В определении пропаганды он повторяет практически слово в слово то, которое он давал в 1927 г., заменяя характеристику всего процесса с «управления» на «контроль», а в описании использования пропаганды элитами точно так же, как и в работе «Политика....» 1936 г., прибегает к оперированию символам. Символы используются элитами, чтобы идентифицировать себя и описать свою историческую миссию. Набор символов у властных элит каждой страны свой собственный: в США во время Лассуэлла это была Декларация независимости и Конституция США, в СССР – Маркс, Ленин и Сталин. Когда контрэлиты начинают в противовес внедрять свои символы, их целью становится разрушение веры в общепринятые символы. Продолжая развивать свою логику, он указывает, что сходство образования и пропаганды состоит в том, что оба они оперируют символами, однако образование сосредоточено на передаче общепринятых взглядов, тогда как пропаганда манипулирует противоречивыми отношениями. Это важное уточнение позволяет понять, что пропаганда появляется там, где формируется конфликт установок внутри индивида и возникают психологические противоречия или напряжения. На него мы еще обратим более подробное внимание далее. Образование с такого рода проблемами, очевидно, справиться не способно. Таким образом, получается, что для США насаждение традиционного американизма и индивидуализма – это образование, а отстаивание идей коммунизма (или, например, в наши дни – «русского мира», «двуполярного мира») – это пропаганда. И наоборот: в СССР распространение коммунизма осуществлялось в сфере образования, а отстаивание идей индивидуализма считалось пропагандой (Lasswell 1939: 9-10). В дальнейшем он подтвердит, что пропаганда задействуется, когда речь заходит о противоречивых вопросах, а образование имеет дело только с трансляцией непротиворечивых отношений – в этом главное их различие (Lasswell 1946: 1).

Пропаганда ненависти. Несмотря на то, что в своем изучении пропаганды Лассуэлл двигался от изучения военной пропаганды к революционной, ядро его представлений принципиально не менялось. Он сохраняет от работы к работе с незначительными изменениями определение пропаганды, связанное с манипулированием символами. Однако главная ценность его работ, и в первую очередь «Техники пропаганды...», на наш взгляд, состоит в том, что он выходит за стандартные определения и исследует сам характер, сущность пропаганды. Подобным подходом пользовался Артур Понсонби, который в своей критической работе сосредотачивается на лжи, предлагая читателю ее подробнейшую систематизацию – от официальной лжи и намеренных упущений до преднамеренных фейков и лживых обвинений (Ponsonby 1940: 19-22). У Лассуэлла главной характеристикой пропаганды становится то, что вся она строится вокруг фигуры врага, а ее ключевой эмоцией является ненависть.

В «Технике пропаганды» он формулирует несколько главных вопросов касательно пропаганды: как разжечь ненависть к врагу, деморализовать его, одновременно укрепляя связи с нейтральными и союзными народами? Отвечая на них, он обозначает четыре стратегических цели пропаганды: (1) мобилизовать ненависть по отношению к врагу; (2) сохранить дружественные отношения с союзниками; (3) сохранить дружественные отношения с нейтральными странами и, насколько возможно, заручиться их сотрудничеством; (4) деморализовать врага (Лассуэлл 2021: 207). В этих способностях он видит наиболее могущественную роль пропаганды. Как видно из приведенных выше целей, пропаганда начинается с ненависти к врагу и заканчивается его деморализацией. Использование столь любимого Лассуэллом количественного метода показывает, что понятие «враг/вражеский» дважды фигурирует в названии глав («Демонизация врага»⁵ и «Деморализация врага») и более 150 раз в русском переводе текста, а понятие

⁵ В английском тексте эта глава называется «Satanism». «Демонизация врага», поэтому, не является дословным переводом с одного языка на другой, а переводом на современный понятийный язык того, о чем там идет речь – о многочисленных способах дискредитации противника.

«ненависть/ненавидеть» – более 30 раз⁶. Наверное, более точным названием этой работы было бы «Техника ненависти в мировой войне».

Вся его книга 1927 г. строится вокруг разворачивающейся драмы ненависти. Она начинается с преодоления сопротивления войне, поскольку к началу XX в. не война, а мир считался нормальным состоянием, следовательно, война же была состоянием ненормальным, неестественным для человека. Это психологическое сопротивление в современных автору нациях, по оценке Лассуэлла, было обусловлено упадком личной преданности вождям. Оно являлось настолько большим, что участие в войне вне зависимости от того, кто ее начал, было необходимо выставить в общественном мнении обороной против «злого, кровожадного агрессора» (Лассуэлл 2021: 57, 85). Возбуждение ненависти к врагу становится лейтмотивом, отход от которого, настаивает автор, допустим только исключительных обстоятельствах. В вопросе возбуждения ненависти не должно быть и «тени двусмысленности», поэтому требуется подключение всех возможных средств, всех чувств, укорененных в социальных традициях.

Собственно, успех пропаганды состоит в том, насколько сильно она заставит людей ненавидеть врага. Лассуэлл обтекаемо говорит о том, что «правительственное управление общественным мнением есть неизбежный королларий большой современной войны». Если поменять в данном высказывании общественное мнение на ненависть, получится более точная формулировка: управление ненавистью становится государственно важной задачей, а успех войны зависит от того, кто ненавидит больше. Все это позволяет сформировать, по его образному выражению, «сплоченную массу ненависти» (*amalgamated mass of hate*)⁷ (Лассуэлл 2021: 227).

Вся «Техника пропаганды...» посвящена тому, чтобы продемонстрировать ключевые моменты управления ненавистью. Враг должен быть опознан, чтобы на него можно было выплес-

⁶ В оригинальном тексте *hate* встречается 33 раза, *enemy* – 156 раз (Lasswell 1927b).

⁷ Более точным переводом *amalgamated mass of hate* было бы «соединенная масса ненависти» или даже «амальгированная масса ненависти».

нуть все свое негодование. Для его демонизации нужно приписать ему целый спектр свойств: враг – не только нагл, но и подл, неконструктивен, корыстен, опасен, вероломен, запальчив и т.д. Если враг – это нация, которая, по утверждениям пропагандистов, затеяла войну, тогда она становится «неисправимой, порочной и развратной» (Лассуэлл 2021: 109). Массам нужна персона, чтобы привязать к ней свою ненависть, и поэтому пропаганда канализирует данное чувство в фигуре вождя враждебной нации. Такой ненавистной фигурой в Первую мировую стал германский кайзер Вильгельм II, которого пропагандисты именовали и бешеным псом Европы, и Каином, и мясником Гийомом, призывая повесить его во что бы то ни стало (Понсонби 2024: 102). Наконец, чтобы противник сам перестал питаться энергией ненависти, ее нужно перенести на другой объект. Таким объектом ненависти может стать правящий класс своей страны, который с помощью пропаганды представляется отвратительным, что способно привести к дестабилизации ситуации и революции, как это произошло с царской Россией. Или им может стать союзник: например, Антанта пыталась вбить клин в отношениях между Германией и Австро-Венгрией, представляя австрийцев прислужниками немцев, а также подогревая слухи о том, что Австро-Венгрия хочет заключить сепаратный мир.

Но если взять, к примеру, не военную, а революционную пропаганду, возможно, обнаружится, что там в центре процессов окажутся другие мотивы? И таким образом ненависть не является ядром любой пропаганды? Увы, нет. Сравнивая революционную и военную пропаганду, Лассуэлл настаивает, что их психологическая функция одна и та же: осуществлять контроль над чувствами вины, слабости, а главное, агрессивности. Такие чувства появляются только при глубоких внутренних конфликтах, вызванных противоречиями личности с окружающей реальностью, о чем шла речь выше при описании революционной пропаганды. Марксизм, по его утверждению, точно также провоцирует агрессию, атакуя капитализм за его хищничество и проецируя на него вину за все беды человечества – войны, бедность, нищету и болезни. Всё как в случае с врагом во время войны. Другим подтверждением идентичности главных черт пропаганды является сходство политических целей войны

и революции – «достижение преобладания в силе над врагом как средства навязать ему свою волю». Более того, Лассуэлл настаивает, что и немецкий национал-социализм 30-х годов прошлого века, сделавший ставку на антисиметизм, немало позаимствовал из новейшего на то время мирового революционного паттерна, однако авторы этой новой пропаганды не могли позволить себе в этом признаться и тщательно утаивали источник кражи (Лассуэлл 2023: 103-105). В результате не остается ни одного вида пропаганды, в основе которой не лежала бы ненависть.

Заключение. Таким образом, для Гарольда Лассуэлла пропаганда – это всегда пропаганда ненависти и вражды, задействующая в людях их самые темные стороны. В его интерпретации сплочение нации во время военных действий возможно только на этой основе. После завершения Первой мировой войны было немало дискуссий о том, пропаганда – это хорошо или плохо. Сторонники имелись как одной, так и у другой точки зрения. Из исследователей первой волны У. Липпман и А. Понсонби придерживались мнения о дурной природе пропаганды. Понсонби даже полагал, что отравляющее действие пропаганды намного хуже, чем реальная гибель человека, поскольку она оскверняет душу, что гораздо опаснее разрушения тела (Ponsonby 1940: 18). А Э. Бернейс, напротив, защищал пропаганду, выдавая ее за чудодейственный инструмент невидимого правительства (Бернейс 2010: 14), а для различения «хорошей» пропаганды от «плохой» выдумал новый термин – недобросовестная или недо-пропаганда (*impropaganda*) (Bernays, Martin 1929). Лассуэлл большей частью не считал пропаганду ни плохой, ни хорошей, за редким исключением придерживаясь нейтральных формулировок. Но он совершенно четко показал в своей работе, что вся пропаганда отталкивается от фигуры врага, и никакой «хорошей» пропаганды не бывает. Это обусловлено тем обстоятельством, что к ней прибегают в обстоятельствах чрезвычайного характера, когда рушится естественный порядок индивида и необходимо придать окончательную ясность в крайне противоречивых вопросах. Как только в ее основе перестает лежать конфликт и речь ведется о передаче общепринятых знаний, она превращается в образование. Тем самым Лассуэлл, по факту, вынес пропаганде свой приговор.

Применительно к ситуации в России также не стоит игнорировать понимание пропаганды, выработанное Лассуэллом. Существуют разные оценки пропаганды в российском обществе: одни считают, что она присутствует с избытком, другие говорят о ее дефиците. Как было показано выше, Лассуэлл настаивал, что пропаганда строится только на фигуре врага и чувстве ненависти к нему. Поэтому оценивая уровень сплоченности в российском обществе и вклад в него пропаганды, необходимо прежде всего оценить, насколько оно основано на чувстве ненависти к врагу. И тогда даваемые оценки станут по-настоящему объективными и основанными на научном подходе, а не на личных впечатлениях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Алюшин А. 2006. Гарольд Лассуэлл о природе политической реальности // Полис. Политические исследования. № 5. С. 158–170.

Аргун Л. 2021. Пропаганда как инструмент влияния на политическое поведение в теории Г.Д. Лассуэлла // Социально-гуманитарные знания. № 2. С. 333–338. DOI: 10.34823/sgz.2021.2.51583

Баталов Э. 2014. Американская политическая мысль XX века. Москва : Прогресс-Традиция. 616 с.

Бернейс Э. 2010. Пропаганда. Москва : Hippo Publishing. 176 с.

Булкина И. 2000. Теория политической коммуникации Гарольда Д. Лассуэлла : дис. ... канд. социолог. наук. Казань. 159 с.

Гомелаури А. 2018 Изучение феномена лидерства сквозь призму концепций Г. Лассуэлла, Дж. Барбера и Ж. Блонделя // Современные научные исследования и разработки. № 10(27). С. 1008–1011.

Ефременко Д. 2023. «Новая наука о политике», чикагская версия : вступ. ст. // Чикагская школа политической мысли (1920–1940-е годы) : сб. переводов / под ред. Д.В. Ефременко; ИНИОН РАН. Москва : Ин-т науч. информации по обществ. наукам РАН. С. 5–52.

Ефременко Д., Богомолов И. 2021. Анатомия пропаганды, или «Война идей по поводу идей» // Лассуэлл Г. Техника пропаганды в мировой войне. Москва : Ин-т науч. информации по обществ. наукам РАН. С. 4–43.

Кривоносов А., Киуру К. 2022. Парадигматика современной системы массовых коммуникаций в модели Г. Лассуэлла // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 11, № 1. С. 27–40. DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(1).27-40

Ласвель Г. 1929. Техника пропаганды в мировой войне / сокр. пер. с англ. Н. М. Потапова. Москва : Гос. изд-во, Отд. воен. лит. 200 с.

Лассуэлл Г. 2005. Психопатология и политика. Москва : Изд-во Рос. акад. гос. службы. 352 с.

Лассуэлл Г. 2021. Техника пропаганды в мировой войне. Москва : Ин-т науч. информации по обществ. наукам РАН. 237 с.

Лассуэлл Г. 2023. Политика: кто достигает чего, когда и как? // Чикагская школа политической мысли (1920–1940-е годы) : сб. переводов / под ред. Д.В. Ефременко; ИНИОН РАН. Москва : Ин-т науч. информации по обществ. наукам РАН. С. 77–221.

Липпман У. 2004. Общественное мнение. Москва : Ин-т Фонда «Общественное мнение». 384 с.

Понсонби А. 2024. Ложь в военное время: истории зверств, фейковые фотографии, преступный кайзер, исключительная ответственность Германии за войну / пер. А.Б. Белоусов // Антиномии. Т. 24, вып. 2. С. 88–106. DOI 10.17506/26867206.2024.24.2.88

Чулков Д.И. 2022. Механизмы противодействия манипуляции и пропаганде в работах Г. Лассуэлла и Дж. Дьюи // Вопросы национальных и федеративных отношений. Т. 12, № 9(90). С. 3336–3343. DOI 10.35775/PSI.2022.90.9.017

Ascher W., Hirschfelder-Ascher B. 2004. Linking Lasswell's Political Psychology and the Policy Sciences // Policy Sciences. Vol. 37, № 1. P. 23–36. DOI 10.1023/B:OLIC.0000035460.18318.b0

Bernays E., Martin E. 1929. Are We Victims of Propaganda: A Debate // The Forum. 1929. March. Vol. 81, iss. 3. P. 142–149.

Lasswell H. 1927a. The Theory of Political Propaganda // The American Political Science Review. Vol. 21, № 3. P. 627–631.

Lasswell H. 1927b. Propaganda Technique in World War. New York : Kegan Paul, Trench, Trubner and Co. Ltd. 238 p.

Lasswell H. 1933. Propaganda // Encyclopedia of the Social Sciences. Vol. 12. New York : Macmillan. P. 521–528.

Lasswell H. 1935. World Politics and Personal Insecurity. New York ; London : Whittlesey House, McGraw-Hill Book Company, Inc. 328 p.

Lasswell H. 1939. World revolutionary propaganda. A Chicago study. New York [etc.] : A.A. Knopf. 393 p.

Lasswell H. 1941. Democracy through Public Opinion // The Eleusis of Chi Omega. Vol. 43, pt. 2, № 1. P. 35–37.

Lasswell H. 1946. Propaganda, communication, and public opinion; a comprehensive reference guide. Princeton : Princeton Univ. Press. 456 p.

Lasswell H. 1948. Power and Personality. New York : Norton. 262 p.

Lasswell H., Leites N. 1949. Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics. 2nd ed. New York : G.W. Stewart, Inc. 398 p.

Lasswell H. 1950. Propaganda and Mass Insecurity // Psychiatry. Vol. 12, № 3. P. 284–285.

Ponsonby A. 1940. Falsehood in War-Time. 10th ed. London : George Allen & Unwin LTD. 192 p.

Rantanen T. 2024. Dead Men's Propaganda: Ideology and Utopia in Comparative Communications Studies. London : LSE Press. 363 p.

Sproule M. 1989. Social Responses to Twentieth-Century Propaganda // Propaganda. A Pluralistic Perspective. New York : Praeger. P. 5–22.

Alexander B. Belousov

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

The Amalgamated Mass of Hate: Harold Lasswell's Concept of Propaganda

Abstract. The presented theses consider the concept of propaganda as articulated by American political scientist Harold Lasswell. Lasswell is recognized as part of the first wave of propaganda researchers who published their works in 1920s, and he stands out as the only representative from the academic sphere among them. His renowned work *Propaganda Technique in the World War* (1927) has been included in all propaganda training courses; however, it was not fully translated into Russian until 2021. This delay, along with several other factors, has contributed to the relative obscurity of Lasswell's propaganda concept within Russian political science. The analysis revealed that his concept of propaganda is fundamentally anchored in the figure of the enemy and the dynamics of hate. Key aspects of hate management are explored in *Propaganda Technique...*, ranging from identification of the enemy, assignment of negative attributes to personalization of hate and its transference to other targets in order to destabilize the enemy. Additional strengths of his 1927 work are highlighted, including a systematic approach to the study of military propaganda, a large number of illustrative examples, an introduction of the psychological framework for understanding propaganda, and its situating within organizational, political and technological contexts. An examination of Lasswell's subsequent investigations into propaganda uncovers two main stages of his research: the conceptual and the quantitative. Nonetheless, despite his shift in focus toward revolutionary propaganda in the 1930s, the conceptual core of his work remains grounded in the manipulation of contradictory relationships. It is illustrated that Lasswell's concept of propaganda is relevant for analyzing contemporary political public processes in Russia.

Keywords: propaganda; public opinion; World War I; Harold Lasswell; society; social unity