

---

## ПРОПАГАНДА И ЦЕНЗУРА В ЖУРНАЛИСТИКЕ США В ГОДЫ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ: ОТ НЕЙТРАЛИТЕТА К ПАТРИОТИЗМУ

А.К. Малаховский

Кафедра теории и истории журналистики  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, 117198*

Статья посвящена эволюции пропагандистских кампаний, проводившихся на территории США в годы Первой мировой войны противоборствующими державами — Великобританией и Германией, а также политике американского руководства в области пропаганды и цензуры в условиях начала военных действий в составе Антанты.

**Ключевые слова:** Первая мировая война, американская цензура, американская пропаганда, германская пропаганда, английская пропаганда, американское общественное мнение, президент В. Вильсон, пробританские симпатии, прогерманские симпатии, «Уэллингтон Хауз», германская Информационная служба, комитет Крила.

Начавшаяся сто лет назад Первая мировая война, которая в американской историографии именуется «великой войной», входит в пятерку наиболее значительных событий XX в. в глазах американцев, выстраивающих рейтинги по любому поводу [1]. Сохраняя нейтралитет первые три года, США вступили в войну на стороне Антанты в 1917 г., закончив войну «великой мировой державой», как любят торжественно сообщать американские авторы [1. Р. 385].

Поворот американского общественного мнения в отношении военных действий, со все большей силой и ожесточенностью бушевавших в Европе, весьма показателен. Президент США В. Вильсон 18 августа 1914 г. в своем пресс-релизе призвал сограждан к «бесстрастности в мыслях и действиях» [2] в отношении событий на европейских полях сражений. Американская публика, по инерции следующая традиционной для тогдашних Соединенных Штатов доктрине изоляционизма, на первых порах изо всех сил старалась абстрагироваться от войны, идущей в Старом Свете, в то время как энергичный американский бизнес деловито старался заработать на ней.

И все-таки долго сохранять нейтралитет «в мыслях», как призывали президент Вильсон и госсекретарь Уильям Дженнингз Брайан, не получилось. Телеграфные линии, проложенные еще в конце XIX в. по дну Атлантики между Европой и Америкой, доносили все более устрашающие сообщения о доселе невиданных жертвах военных действий, в том числе и среди гражданского населения. Прессе было все труднее в нейтральных терминах сообщать вести с фронтов, где впервые в человеческой истории начало применяться оружие массового поражения. Так, всего несколько месяцев спустя после начала войны журнал «Литерари дайджест» опросил около 400 редакторов американских периодических изданий из различных городов США об их отношении к воюющим сторонам. 242 редактора заявили о своем нейтральном отношении, 105 симпатизировали Антанте, 20 — Тройственному союзу.

При этом читатели из этих городов высказались таким образом: 140 городов затруднились с ответом, 189 городов симпатизировали Антанте и 38 городов — германскому блоку [3].

В американской прессе первых месяцев войны редко звучали призывы к военному вмешательству США, газеты старались соблюдать нейтралитет на протяжении всего трехлетнего периода политики невмешательства американского правительства. Вместе с тем с самого начала военных действий в американских периодических изданиях громко звучали голоса в поддержку Великобритании и Франции. Некоторые наиболее влиятельные газеты и журналы выступали в поддержку Антанты, антигерманскими были также документальные киножурналы — новый, революционных по тем временам тип СМИ, появившийся именно в годы войны.

С одной стороны, если учитывать британские и отчасти французские корни относительно молодого американского государства, пробританские и профранцузские симпатии американского общественного мнения объяснимы. Вместе с тем в «плавильном котле» формирующейся американской нации был весьма силен германский элемент, к тому же отношения американцев англосаксонского происхождения и «материнской нации» — англичан — на протяжении столетней истории были далеко не безоблачными. Прекрасно отдавая себе в этом отчет, британский кабинет министров придавал приоритетное значение пропаганде на территории США.

Уже в конце августа 1914 г. британский кабинет решил создать Бюро военной пропаганды (с 1917 г. Министерство информации) для ведения внешнеполитической пропаганды. Эта организация, с легкой руки англоязычной прессы получившая в дальнейшем название «Уэллингтон Хауз» (по местонахождению в Лондоне), энергично развернула масштабную пропагандистскую деятельность. Американское направление было возглавлено сэром Гилбертом Паркером, который организовал распространение на территории страны книг, памфлетов, иллюстраций, фильмов. Так, в только в 1917 г. в Америке и других англоязычных странах «Уэллингтон Хауз» распространил около сорока миллионов единиц пропагандистских материалов [1. Р. 386]. С первых дней войны британцы небезосновательно полагали, что только такое массивное пропагандистское наступление может сдерживать натиск германской пропаганды.

Изменение отношения (причем довольно быстрое) британского истеблишмента к пропаганде весьма примечательно, о чем свидетельствуют материалы британского Министерства информации, опубликованные после окончания войны. Приведем следующее высказывание: «То, что государство должно заниматься саморекламой, до войны приходило в голову лишь единицам, сама мысль о том, что данная идея должна быть вынесена на публичное обсуждение, внушала отвращение: всякая реклама помимо коммерческой считалась делом вульгарным и бесполезным. Только с началом войны возникло мнение, что нет ничего зазорного в том, что государство пропагандирует свои устремления и что — особенно в период демократической войны — чувства народных масс в зарубежных странах приобретают жизненно важное значение» [1. Р. 387].

«Уэллингтон Хауз» избрал одной из главных своих мишеней американскую прессу. В Лондоне министерство радушно принимало всех американских корреспондентов, параллельно высылая тонны материалов для прессы в Соединенные Штаты. После вступления США в военные действия британское Министерство информации стало действовать еще активнее. Оно открыло бюро в Нью-Йорке, с филиалами в Чикаго и Сан-Франциско, целенаправленно приглашая редакторов газет из самых различных штатов посетить Великобританию в качестве гостей британского правительства. Активно распространялись статьи «новостей и мнений» для американской прессы. В американские газетные ассоциации рассылались специальные информационные материалы, в более чем 300 американских городов рассылались британские ведущие газеты, в штатах Среднего Запада распространялся еженедельный информационный бюллетень из Лондона [1. Р. 387].

«Уэллингтон Хауз» старался неспроста: в первые три года войны Соединенные Штаты отнюдь не были заповедником англо-американского единства. В США проживало восемь миллионов американских немцев, выходили десятки издаваемых ими немецко- и англоязычных газет, которые поддерживали Германию, многие периодические издания лютеранских конгрегаций также были открыто прогерманскими. Не следует также забывать о четырех с половиной американцев ирландского происхождения, многие из которых спешно покинули свою бывшую родину совсем недавно, почувствовав на себе железную десницу британского закона о самоуправлении Ирландии, введенного после ирландского восстания. Многие редакторы американо-ирландских газет жаждали поражения Великобритании — метрополии, угнетавшей Ирландию. К антибританскому хору часто присоединялись голоса католических периодических изданий, выходивших в районах компактного проживания немцев и ирландцев, а также голоса изданий еврейских эмигрантов из России, бежавших от погромов, организованных при попустительстве царского правительства.

Антибританские настроения отнюдь не были чужды и крупным американским газетам, таким как «Цинтинати Инкуаерер», «Кливленд Плейн Дилер», «Милуоки Сентинел», «Сент-Люис Глоуб-Демократ», «Чикаго Трибьюн». Открыто германфильские позиции занимали девять газет, входивших в общенациональный пресс-синдикат Уильяма Рэндолфа Хэрста.

В годы американского нейтралитета на территории страны активно действовала германская Информационная служба, открывшая свое бюро в Нью-Йорке уже в августе 1914 г., когда британский истеблишмент в Лондоне только начал преодолевать свою неприязнь к вульгарной сущности внешнеполитической пропаганды. Информационная служба подчинялась Министерству иностранных дел Германии, которое возглавлял Бернхард Дернбург [4]. Дернбург организовал не только распространение немецких новостных бюллетеней практически во всех штатах страны, но и лично писал статьи, которые охотно публиковали крупнейшие газеты, такие как «Нью-Йорк Таймс» и «Нью-Йорк Уорлд», действуя в духе соблюдения баланса мнений противоборствующих сторон.

Информационная служба Германии наладила также обширную кампанию публичных лекций в различных штатах, более того, в 1915 г. сформировала под-

контрольное ей информационное агентство — International Press Exchange и приобрела нью-йоркский ежемесячник «Интернэшнл Мансли оф Нью-Йорк» [1. Р. 388]. Статьи американских авторов, симпатизирующих Германии, а также материалы германских авторов публиковались даже в таких, казалось бы, «надежных» традиционно пробританских периодических изданиях, как «Индепендент», «Норт-Американ Ревью». Таким образом, в то время, когда европейские поля сражений поливались кровью солдат стран Антанты и государств Тройственного союза, на просторах Америки развернулась активная информационная война с помощью всех доступных в начале XX в. средств.

Несмотря на провозглашенный нейтралитет, логика войны подталкивала Соединенные Штаты к тому, чтобы выступить на стороне Антанты. Нарушение Германией бельгийского нейтралитета, развязанная немецкими подводными лодками охота на военные и гражданские суда в Атлантике не прибавляли симпатий германскому блоку, несмотря на все усилия немецкой пропаганды. К тому же Германии начала преследовать череда неудач и на пропагандистском фронте. Так, в августе 1915 г. в Нью-Йорке немецкий агент Хейнрих Альберт, сотрудник Информационной службы, на несколько минут утратил бдительность когда ехал в нью-йоркском трамвае, оставив без внимания свой портфель. Портфель немца был ловко похищен американским агентом, незаметно сопровождавшим Альберта [1. Р. 388]. Буквально на следующий день в нью-йоркской прессе появились материалы, к радости британцев раскрывающие неприглядные стороны деятельности германской информационной службы на территории США.

Негативное отношение к Германии лишь усиливалось к 1917 г. Американцы были возмущены действиями немецких подлодок, с января 1917 г. начавших топить не только суда воюющих сторон, но и суда нейтральных стран, направляющихся в порты противников германского блока. В марте 1917 г. немецкие подлодки потопили три американских торговых судна. К тому же 1 марта 1917 г. американские газеты дружно раструбили о «ноте Циммермана» — американского посла в США, чья депеша в Мексику была перехвачена американцами. В ноте говорилось о том, что в случае войны между США и Германией немцы предлагали мексиканцам выступить против их северного соседа, а за это мексиканцам в случае победы Тройственного союза отошли бы территории штатов Техас, Нью-Мексико и Аризона. Германский посол также просил президента Мексики Карранзу убедить Японию, которая в годы первой мировой войны поддерживала Антанту, выступить на стороне Тройственного союза.

Все это не оставляло президенту Вильсону выбора: 2 апреля 1917 г. он обратился с просьбой к Конгрессу объявить войну Германии и ее союзникам. После вступления США в войну общественные настроения по отношению к Германии, немцам и всему немецкому резко изменились. Несмотря на призывы президента Вильсона придерживаться демократических ценностей, американскую глубинку, да и крупные города с объявлением войны Германии охватили резко антигерманские настроения, которые порой приобретали чрезмерные формы. Так, в штате Канзас фермеры залили желтой краской немецкую лютеранскую школу, символи-

зируя этим трусость немцев [5]. Подобные явления приобрели массовый характер не только в Канзасе, но и в других штатах в местах компактного проживания потомков переселенцев из Германии. Несмотря на традиционное трудолюбие, аккуратность и дисциплинированность немецких переселенцев и традиционно дружеские отношения с соседями, немецкие сообщества столкнулись с агрессивной враждебностью, которая «отражала наиболее резкую смену отношения к какой-либо этнической группе» [6].

В штате Висконсин, например, где также было много поселений с компактным проживанием немцев, «библиотеки сжигали немецкие книги, из репертуаров оркестров выкидывались произведения немецких композиторов, школы прекращали обучение немецкому языку, университеты лишали работы профессоров немецкого. Федеральное правительство обрушило волну репрессий против немецкоязычной прессы. Тысячи американцев немецкого происхождения, владельцы компаний, банков, руководство городов, выстраивались в очереди, чтобы поскорей сменить имена и названия с немецких на английские» [7]. В такой обстановке немецкоязычные газеты США резко сменили свои прогерманские настроения либо на пацифистские, либо на патриотические [8].

В начале войны в США действовало лишь два законодательных акта, ограничивающих право граждан на свободу самовыражения во время военных действий, принятые во времена президента А. Линкольна и гражданской войны: закон об измене и закон о предательстве. Сам Линкольн сожалел о том, что эти законы в большей степени были направлены против военных, чем против гражданских лиц, в том числе и журналистов. «Значит, я должен расстрелять простодушного солдата-дезертира в то время, как я не могу тронуть волосок на голове того коварного агитатора, который склонил его к дезертирству?» — писал Линкольн [5. Р. 317—318].

Американские законодатели наверстали упущенное в 1917 г. со вступлением США в войну. Конгресс ввел призыв на военную службу, усилил контроль за иностранцами, принял ограничительные законы: закон о шпионаже, закон о подстрекательстве и закон о сношениях с врагом. За годы войны только по закону о шпионаже было осуждено более 2000 человек [5. Р. 318].

Закон о шпионаже предназначался для того, чтобы предотвратить создание помех военным действиям, предотвратить действия тех, кто призывал к неподчинению военному командованию, непатриотичным действиям, срыву призыва на военную службу [9]. Этот закон также предоставлял полномочия начальникам почтовых отделений останавливать почтовые отправления, подпадающие под его действие. В 1918 г. в закон была внесена расширяющее его действие поправка о подстрекательстве к мятежу, согласно которой преступлением является публикация «нелояльных, богохульных, непристойных и оскорбительных высказываний о форме государственного устройства Соединенных Штатов», конституции, вооруженных сил и флота, флага и военной формы равно как использование подобных высказываний для того, чтобы навлечь на эти государственные символы и институты неуважение или оговор [5. Р. 318]. Американские исследователи отмечают,

что данный закон считал преступлением то, что в годы второй мировой войны сошло бы за обычный политический комментарий. Однако помимо него был принят закон о сношениях с врагом, вводящий цензуру над всем информационным обменом с иностранными государствами.

С началом военных действий армией США американская пресса и документальный кинематограф начали жить по законам военного времени: 14 апреля 1917 г. указом президента был создан Комитет общественной информации (CPI). Комитет возглавил Джордж Крил, верный соратник президента Вильсона [1. Р. 390]. Комитет координировал действия с госсекретарем, министрами обороны и военно-морских сил, которые участвовали в его заседаниях. Комитет имел два подразделения: иностранное (для ведения пропаганды за рубежом) и внутриамериканское.

Комитет Крила начал энергично выполнять задачу по резкому изменению общественного мнения, борясь с остатками пацифистских и прогерманских настроений, мобилизуя как можно больше известных общественно значимых фигур и журналистов. За два года своей деятельности Комитет распространил 6000 пресс-релизов, каждую неделю создавалось до 20 000 статей, официальный ежедневный информационный бюллетень «Обзор военных новостей» (War News Digest) расходился тиражом 118 000 экземпляров, в малые города Америки было направлено 75 000 лекторов с целью «поднять гнев праведный» [1. Р. 322] простого люда. Комитет также наладил выпуск еженедельных новостных кинороликов под названием «Официальное военное обозрение» (The Official War Review). Этот документальный сериал прокатывался в половине кинотеатров страны [5. Р. 390]. Интерес к документальным кинороликам подогревался журналом «Официальные киноновости» (Official Film News), выходившим через неделю. Имея гигантский по тем временам бюджет в 4,5 млн долларов [1. Р. 322], Комитет вел массированную пропаганду на иностранных языках за рубежом, а также контролировал газеты, выходившие на иностранных языках внутри США.

Голоса тех журналистов, которые не в полной мере были захвачены неудержимой патриотической волной, раздавались против деятельности Крила и его Комитета, обвиняя их во введении цензуры. Бывший «макрэкер» и либерал, Крил с возмущением отвергал подобные обвинения, оговариваясь, правда, что американской прессе необходимо заниматься самоцензурой и не забыв при этом выпустить 28 мая 1917 г. инструкции для прессы, разъяснявшие, какого рода информацию нельзя публиковать. «К сожалению, лично я полагаю, что невозможно добиться подлинного сотрудничества от газет того немногочисленного, но могущественного меньшинства, для которого не существует правил, понимания своих обязательств в свете происходящих событий и которое действует, как ему заблагорассудится... Каждый день было бы замечательно наказывать „Вашингтон Пост“ за махровые нарушения патриотического кодекса», — писал Крил [10]. Несмотря на сожаления главы Комитета общественной информации, как уже говорилось выше, тысячи журналистов были привлечены к ответственности по принятым Конгрессом законам о шпионаже, сношениях с врагом и подстрекательстве.

Семена патриотизма, щедро посеянные Комитетом Крила, дали хорошие всходы: вот уже два месяца спустя после начала военной кампании обычно сдержанный «Литерари Дайджест» призывает своих читателей «вырезать, четко пометать и присылать вырезки» тех периодических изданий, которые кажутся им «подстрекательскими или предательскими» [1. Р. 393]. Под натиск патриотически настроенных граждан и государства попали не только немецкоязычные издания, но и практически все газеты и журналы левого толка, в том числе «Мэссиз», «Нью-Йорк Ивнинг Колл», «Милуоки Лидер», даже престижный журнал «Нейшн». Патриотически настроенные рекламодатели, которым недвусмысленно намекали на то, каким именно должно быть их правильное поведение, уходили из многих периодических изданий, получивших клеймо нелояльности, бойскауты жгли неудобные газеты, школьные учителя запрещали ученикам (многие из которых были вынуждены подрабатывать уличными торговцами газет) распространять подозрительные с точки зрения закона военного времени газеты.

Показательна эволюция молодого тогда и уже широко известного публициста У. Липпмана, который в 1914 г. в своем журнале «Нью Рипаблик» писал, что войны являются продуктом колониализма и империализма и что США не следует вмешиваться в европейские передраги, а в 1917 г. заявил следующее: «Концепции свободы, равенства и демократии следует переосмыслить так же бесстрашно, как в XIX веке были переосмыслены религиозные догмы» [11]. Он также добавил: «В интересах войны необходимо частично принести в жертву свободу слова» [11. Р. 125].

У. Липпманн оказался в хорошей компании: бывшие макрэкреры и либералы Дж. Крил, Л. Стеффенс, Р.Х. Дэвис, сотни талантливых писателей и журналистов, да и сам президент В. Вильсон, отрешившийся от своего раннего идеализма и либерализма. Правда «элементы» цензуры и самоцензуры не прекратили свое действие в США с победоносным окончанием «великой войны» и к радости победы у многих примешивалось чувство несправедливости распределения ее итогов. Но это уже начало нового этапа американской журналистики.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Sloan W.D., Startt J.D.* The Media in America. A History. Northport, AL: Vision Press, 1996, P. 385.
- [2] *Arthur S. Link.* Wilson: The Struggle for Neutrality 1914—1915. Princeton, N.J., 1960, P. 65.
- [3] *American Sympathies in the War/Literary Digest*, 14 November 1914, P. 939.
- [4] *Epstein J.A.* German and English Propaganda in World War I. — URL: <http://bobrowen.com/nymas/propagandapaper.html>
- [5] *J. Folkerts D.L. Teeter, Jr.* Voices of a Nation: a History of Mass Media in the United States. N.Y.: Macmillan College Publishing Co., 1993, P. 316.
- [6] *John Higham.* Strangers in the Land. N.Y.: Atheneum, 1972, P. 196.
- [7] *J.D. Stevens.* Shaping the First Amendment: Development of Free Expression.
- [8] *L. Kessler.* The Dissident Press. Beverly Hills: Sage, 1984. PP. 139—140.
- [9] *H.I. Nelson & D. Teeter, Jr.* Law of Mass Communications. 5th Edition. N.Y.: The Foundation Press, 1983. P. 38.
- [10] *G. Creel.* Rebel at Large: Recollection of Fifty Crowded Years. N.Y., 1947, P. 147.
- [11] *R. Steel.* Walter Lippmann and the American century. N.Y.: Vintage Books, 1982, P. 114—115.

## **PROPAGANDA AND CENSORSHIP IN THE US MASS MEDIA DURING WORLD WAR I: FROM NEUTRALITY TO PATRIOTISM**

**A.K. Malakhovsky**

Department of Theory and History of Journalism  
Peoples Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The article is dedicated to evolution of propaganda campaigns organized in the United States during World War I by the warring powers, namely, Great Britain and Germany, as well as to American government censorship and propaganda policies during military campaign on the side of the Allied Forces.

**Key words:** World War I, American censorship, American propaganda, German propaganda, English propaganda, American public opinion, President W. Wilson, pro-British sympathies, pro-German sympathies, “Wellington House”, German Information Service, the Creel Committee.