

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК

**ИНСТИТУТ НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ
ПО ОБЩЕСТВЕННЫМ НАУКАМ**

ГАРОЛЬД Д. ЛАССУЭЛЛ

**ТЕХНИКА ПРОПАГАНДЫ
В МИРОВОЙ ВОЙНЕ**

**Перевод с английского
В.Г. Николаева**

**МОСКВА
2021**

ББК 66.1

Л 26

**Центр социальных
научно-информационных исследований**

Отдел политической науки

Отдел социологии и социальной психологии

Лассуэлл, Г.Д.

Л 26 **Техника пропаганды в мировой войне** : перевод с англ. / Г.Д. Лассуэлл ; РАН. ИНИОН. Центр социал. научн.-информ. исследований, Отд. политической науки, Отд. социологии и социальной психологии ; сост. и переводчик В.Г. Николаев ; отв. ред. Д.В. Ефременко ; вступ. статья Д.В. Ефременко, И.К. Богомоллова. – Москва, 2021. – 237 с.

ISBN 978-5-248-00976-3

Гарольд Дуайт Лассуэлл (1902–1978) – выдающийся американский политолог и социальный мыслитель. На русском языке впервые публикуется полный перевод его классического труда «Техника пропаганды в мировой войне» (1927). Новаторски сочетая различные методы (контент-анализ, психологический подход), Лассуэлл на материале Первой мировой войны проанализировал инструментарий эффективного информационного воздействия на общественное мнение в условиях военного кризиса. В работе заложены основы теории коммуникации.

Для политологов, социологов, специалистов по коммуникативистике, всех интересующихся историей идей, преподавателей вузов, студентов и аспирантов.

Печатается по решению Ученого совета ИНИОН РАН.

Перевод сделан по изданию:

LASSWELL H.D. Propaganda technique in the World War. – N.Y. : Peter Smith, 1938.

ББК 66.1

ISBN 978-5-248-00976-3

© ФГБУН «Институт научной информации
по общественным наукам РАН», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Д.В. Ефременко, И.К. Богомолов. Анатомия пропаганды, или «Война идей по поводу идей». Вступительная статья.....	4
От переводчика	44
Благодарности	48
Глава I. Постановка проблемы	49
Глава II. Организация пропаганды	59
Глава III. Виновность в войне и цели войны.....	85
Глава IV. Демонизация врага.....	109
Глава V. Иллюзия победы	131
Глава VI. Сохранение дружеских отношений.....	140
Глава VII. Деморализация врага.....	180
Глава VIII. Условия и методы пропаганды: основные выводы.....	199
Глава IX. Результаты пропаганды	222
Библиографическое примечание	229

Д.В. Ефременко, И.К. Богомолов*

АНАТОМИЯ ПРОПАГАНДЫ, ИЛИ «ВОЙНА ИДЕЙ ПО ПОВОДУ ИДЕЙ»

Вступительная статья

Спустя три четверти века после окончания последней мировой войны, в эпоху цифровых технологий и почти мгновенной доступности невиданных прежде объемов информации, человечество пребывает в состоянии, весьма далеком от умиротворенности. В числе наиболее популярных терминов публичного дискурса последних лет понятия «постправда» и «фейковые новости» занимают почетное место. Множественность акторов, вовлеченных в информационные взаимодействия, и растущий уровень их конфронтационности дают основания для совсем уж мрачной, неогоббсианской оценки такого рода динамики как информационной войны «всех против всех». Но, несмотря на то что глобальные коммуникационные процессы отличаются нелинейностью, а новейшие технологии способны максимизировать и даже гиперболизировать их самые неожиданные эффекты, сохраняется возможность выявлять детерминанты и основные модальности массовой коммуникации. Более того, первоначальное выявление этих детерминант и модальностей относится совсем не к сегодняшнему дню, а к раннему этапу развития массовой коммуникации. Важнейший вклад в эти исследования внес один из крупнейших аме-

* **Ефременко Дмитрий Валерьевич** – доктор политических наук, заместитель директора Института научной информации по общественным наукам РАН.

Богомолов Игорь Константинович – кандидат исторических наук, научный сотрудник Института научной информации по общественным наукам РАН.

риканских социальных мыслителей XX в. Гарольд Дуайт Лассуэлл (1902–1978). Его первая научная монография «Техника пропаганды в мировой войне» (1927) с полным основанием может претендовать на то, чтобы возглавить рейтинг трудов, раскрывающих сущность и основные механизмы целенаправленного воздействия на сознание и эмоции массовой аудитории.

Лассуэлл до сих пор остается одним из наиболее часто цитируемых американских политологов и социологов. Он сумел придать мощный импульс развитию целого ряда исследовательских направлений. Но, возможно, более яркими штрихами к его портрету будут многочисленные отзывы о воздействии Лассуэлла и его научных трудов на индивидуальный выбор многих исследователей. Например, политолог Р. Мерельман о своих впечатлениях после прочтения в студенческие годы книги Лассуэлла «Политика: кто получает что, когда и как» писал следующее:

«Эффект от моего первого чтения был электрическим. Благородная краткость, язвительная отстраненность, многообещающее освобождение от претензий на выведение законов, презрение к морализаторству, проект бихевиоралистской науки о политике – все это сосредоточилось в одном кратком параграфе. Я впервые задумался о том, что, пожалуй, есть смысл всерьез заняться изучением политики»¹.

По словам сотрудничавшего с Лассуэллом А. Бродбека, «когда люди познакомились с его системой, им казалось, что начинает действовать нечто вроде “интеллектуального ЛСД”». Для многих социальных исследователей это было подобно общению на новом иностранном языке, в котором сокрыты некоторые из самых значимых, латентных правил мышления. Именно потому, что они латентны, возникало ощущение замешательства и даже головокружения»².

Друзья, коллеги и почитатели научного таланта Лассуэлла нередко называли его «Макиавелли XX в.». Разумеется, они имели в виду не «макиавеллизм» в обиходном смысле, а то, что влияние Лассуэлла на развитие политического знания вполне сопоставимо с влиянием флорентийского мыслителя, а также то, что по своему

¹ Merelman R.M., Harold D. Lasswell's Political World: Weak Tea for Hard Times // British Journal of Political Science. – 1981. – Vol. 11, N 4, October. – P. 471.

² Brodbeck A.J. Scientific Heroism from a Standpoint within Social Psychology // Politics, Personality, and Social Science in the Twentieth Century: Essays in Honor of Harold D. Lasswell / Rogow A. (ed.). – Chicago : University of Chicago Press, 1969. – P. 233.

универсализму и исследовательскому темпераменту он был поистине ренессансной фигурой. Масштабы научного наследия Лассуэлла впечатляют. По подсчетам Г. Алмонда¹, более 60 книг написаны самим Лассуэллом, подготовлены им в соавторстве либо составлены в качестве редактора. Им или с его участием написаны более 300 научных статей, тематика которых охватывает политическую науку, социологию, право, психологию и психиатрию, журналистику и общественное мнение. Б. Смит, на протяжении многих лет работавший вместе с Лассуэллом, выделяет семь приоритетных направлений его исследовательской деятельности.

1. Формирование исследовательского поля изучения коммуникаций.

2. Качественный и количественный контент-анализ.

3. Изучение элит и социального порядка.

4. Разработка теории ценностей.

5. Установление взаимосвязи между классической политической мыслью и эмпирическими исследованиями.

6. Теория права.

7. Сбор эмпирических данных о ключевых глобальных процессах².

Предваряя публикацию нового и полного перевода «Техники пропаганды в мировой войне», в настоящей статье мы основное внимание уделим именно первому направлению. Впрочем, даже беглый обзор жизненного пути и научной деятельности Лассуэлла покажет известную условность такого тематического разделения.

1. ГАРОЛЬД Д. ЛАССУЭЛЛ: КРАТКИЙ БИОГРАФИЧЕСКИЙ ОЧЕРК

Гарольд Дуайт Лассуэлл родился 13 февраля 1902 г. в деревушке Доннеллсон в штате Иллинойс в семье пресвитерианского пастора и сельской учительницы. Его детские и отроческие годы прошли в небольших провинциальных городках Иллинойса и со-

¹ Almond G.A. Harold Dwight Lasswell. 1902–1978. A Biographical Memoir. – Washington D.C. : National Academy of Sciences, 1987. – P. 265.

² Smith B.L. The Mystifying Intellectual History of Harold D. Lasswell // Politics, Personality, and Social Science in the Twentieth Century : Essays in Honor of Harold D. Lasswell / Rogow A. (ed.). – Chicago : Univ. of Chicago Press, 1969. – P. 43.

седней Индианы, где проповедовал его отец. Там юный Лассуэлл имел возможность наблюдать за жизнью фермерской глубинки и шахтерских поселений, отличавшихся многонациональным составом. В эти годы американский Средний Запад был ареной интенсивного взаимодействия представителей различных этносов и культур, которые многое заимствовали друг у друга, но при этом стремились сохранить свою идентичность.

Несмотря на провинциальную среду, Гарольду повезло с учителями, родственниками и близкими друзьями отца, которые пробудили в юноше интерес к таким мыслителям, как Кант, Маркс и Фрейд. Закончив с отличием школу, Лассуэлл в конкурсном состязании по новой истории и английскому языку выиграл стипендию, позволившую ему в 16-летнем возрасте поступить в Чикагский университет, ставший в то время одним из главных центров интеллектуальной жизни Америки.

В начале XX в. в Чикагском университете сформировалась мощная социологическая школа, лидерами которой были Дж.Г. Мид, Ч.Х. Кули, У. Томас, Р. Парк. С приходом Ч. Мерриам к руководству университетским департаментом политической науки там появилась и школа политических исследований, осуществившая, по образному выражению Г. Алмонда, «чикагскую революцию» в американской политологии¹. Лассуэлл – ученик Мерриам – внес в эту революцию незаурядный вклад. Он и ряд других студентов университета начала 1920-х годов, в числе которых были Г. Блумер, Г. Госнелл, Л. Вирт, Р. Редфилд, спустя несколько лет сформировали новую поколенческую когорту чикагских социологов и политологов.

Еще в 1921 г. Ч. Мерриам опубликовал программный манифест², в котором поставил задачу разработки научных оснований политических исследований, прежде всего за счет широкого использования количественных методов и изучения психологических и социальных предпосылок политического поведения. Он считал необходимым обеспечить открытость политической науки междисциплинарному диалогу, включая сближение с естественными науками, а также активное включение политологов в политическую практику. Под сильным влиянием исследовательских установок

¹ Алмонд Г.А. Политическая наука : история дисциплины // Политическая наука : новые направления. – М. : Вече, 1999. – С. 86.

² Merriam Ch.E. The Present State of the Study of Politics // The American Political Science Review. – 1921. – May., Vol. 15, N. 2. – P. 173–185.

Мерриам, а также его воспоминаний об опыте руководства в конце Первой мировой войны римским подразделением американского Комитета общественной информации (Комитета Крила) Лассуэлл принял решение писать докторскую диссертацию, посвященную исследованию военной пропаганды. Мерриам оказал действенную поддержку намерению Лассуэлла посетить Европу, чтобы «по горячим следам» собрать материалы для подготовки диссертации. Молодой исследователь побывал в Женеве, Вене, Праге, Берлине, Париже; в Англии он в 1923 г. провел семестр в Лондонской школе экономики, посещая лекции таких знаменитостей, как Б. Расселл и Дж.Б. Шоу, и встречаясь со многими участниками событий Первой мировой войны, включая государственных деятелей, дипломатов, военных, членов британского парламента¹.

В 1926 г., еще до защиты диссертации, Лассуэлл начал преподавать в Чикагском университете. Но именно докторская диссертация и публикация на ее основе книги «Техника пропаганды в мировой войне»² обеспечили 25-летнему ученому широкое признание далеко за пределами Чикаго и Соединенных Штатов. Его книга была замечена и в Советском Союзе; в 1929 г. «Техника пропаганды...» была переведена с сокращениями на русский язык в серии «Библиотека иностранной военной литературы»³.

Уделив в ходе исследования военной пропаганды большое внимание вопросам социальной психологии, Лассуэлл сразу же после защиты диссертации глубоко погрузился в изучение проблем взаимосвязи психологии и психопатологии с политическим поведением. В частности, он уделял особое внимание анализу действий тех политиков, которые страдали психическими нарушениями. Лассуэлл получил грантовую поддержку для проведения исследований по этой тематике и в 1927–1928 гг. вновь выезжал в Берлин, где под руководством Т. Рейка, одного из учеников З. Фрейда, изучал психоанализ. Как результат, он публикует в 1930 г. монографию «Психопатология и политика»⁴, еще более упрочившую его репутацию глубокого и разностороннего исследователя.

¹Rantanen T. An American in London – Harold D. Lasswell at LSE in 1923. – Mode of access: <https://blogs.lse.ac.uk/lsehistory/2020/01/14/an-american-in-london-harold-d-lasswell-at-lse-in-1923/> (accessed: 12.09.2020).

²Lasswell H.D. Propaganda Technique in the World War. – New York : A.A. Knopf ; London : Kegan Paul, 1927. – 233 p.

³Подробнее см. статью «От переводчика» в настоящем издании.

⁴Lasswell H.D. *Psychopathology and politics*. – Chicago : The University of Chicago Press, 1930. – 367 p.

По сути дела, этой монографией Лассуэлл наметил основные контуры бихевиоралистского подхода, который более полно был реализован Д. Истоном после его переезда в США в 1943 г. Бихевиорализм ставит в центр исследования живого человека, со всеми особенностями и противоречиями его внутреннего мира. Лассуэлл, заявивший в «Психопатологии и политике», что «политическая наука без биографии есть форма набивания чучел»¹, разрабатывает концепт *homo politicus*. Он показывает, что становление человека политического проходит стадии кристаллизации частных мотивов индивида в период его детства и воспитания в семье, переноса частных мотивов от семейных объектов к социальным и рационализации этого переноса в категориях общественного интереса.

Исследовательские приоритеты, в общих чертах сформулированные Ч. Мерриамом и творчески реализованные Лассуэллом в двух его первых книгах, имели определяющее значение для всего чикагского периода научного творчества Лассуэлла. Но при этом каждая новая веха его научной биографии отличалась новым продвижением в ту или иную область социального и политического знания. И даже разрабатывая уже знакомую тему, Лассуэлл шел вперед. В 1935 г. он издал аннотированную библиографию «Пропаганда и продвижение»², включавшую 4,5 тыс. наименований. В теоретическом введении Лассуэлл уточнил ряд значимых концептуальных положений «Техники пропаганды», но эти новации указывали на дальнейший прогресс в разработке теории массовой коммуникации. Его монография 1939 г. «Мировая революционная пропаганда: чикагское исследование»³, написанная в соавторстве с Д. Блюменстоком, была основана на местном эмпирическом материале, однако при этом Лассуэлл мастерски выявил взаимосвязь локальных, национальных и глобальных аспектов «великой депрессии» и роста популярности коммунистических идей в среде безработных.

Еще одним выдающимся достижением чикагского периода научного творчества Г. Лассуэлла была опубликованная в 1936 г. монография «Политика: кто получает что, когда и как» – сжатое

¹ Лассуэлл Г.Д. Психопатология и политика : монография : пер. с англ. – М. : Издательство РАГС, 2005. – С. 7.

² Lasswell H.D., Casey R.D., Smith B.L. Propaganda and Promotional Activities. An Annotated Bibliography. – Minneapolis : University of Minnesota Press. 1935. – P. xvii, 450.

³ Lasswell D.H., Blumenstock D. World Revolutionary Propaganda; A Chicago Study. – New York : Alfred A. Knopf, 1939. – P. xii, 393, xii.

изложение политической теории, в котором основное внимание уделялось конкуренции элит за доходы, почет и безопасность. Участники этих конкурентных отношений используют для достижения своих целей широкий набор институциональных практик, различных средств символического воздействия, материальных стимулов и санкций вплоть до открытого применения насилия. Согласно оценке Г. Алмонда, основные исследования Лассуэлла чикагского периода стали вершиной его многогранного научного творчества, причем «все они были новаторскими, раскрывали не изученные ранее измерения и аспекты политики»¹.

Связанный с Чикаго и его университетом этап жизни и научной деятельности Лассуэлла завершился в 1938 г. Одной из причин этого решения стало общее изменение политики университетского руководства, отказавшегося от активной поддержки эмпирической ориентации социальных исследований. Помимо Лассуэлла, университет в конце 1930-х годов покинули Г. Госнелл и ряд других известных профессоров и ученых; Ч. Мерриам в 1940 г. вышел на пенсию. Другая причина заключалась в намерении Лассуэлла приступить к реализации амбициозного проекта по созданию нового исследовательского института, ориентированного на междисциплинарный синтез социальных наук, психологии и психиатрии. Основными партнерами Лассуэлла в этом проекте должны были стать известный психиатр Г.С. Салливан и выдающийся лингвист и антрополог Э. Сепир. Предполагалось, что финансовую поддержку нового института обеспечит Фонд исследований психиатрии У.А. Уайта.

Однако все пошло «не так». Первым ударом стала утрата Лассуэллом рабочего архива документов и материалов чикагского периода. Архив был упакован и погружен в два фургона, которые на пути из Чикаго в Вашингтон столкнулись друг с другом и сгорели. Большая часть материалов погибла в огне, но среди не сгоревших файлов обнаружили книги Маркса и записи, свидетельствовавшие об интересе Лассуэлла к коммунистической идеологии. Информация об этом появилась на страницах газеты «Chicago Tribune»², и уже значительно позже, в эпоху маккартизма, была использована как основание для подозрений Лассуэлла в

¹ Алмонд Г.А. Политическая наука : история дисциплины // Политическая наука : новые направления. – М.: Вече, 1999. – С. 85.

² Solve Red Angle in Crash Death; Papers Traced // Chicago Tribune. – 1938. – 24 October.

недостаточной приверженности американским демократическим ценностям.

Вслед за потерей архива разладились отношения Лассуэлла с Салливэном, расчеты на фандрайзинг оказались тщетными; в 1939 г. умер Э. Сепир. В результате, перебравшись в Вашингтон, Лассуэлл оказался в весьма неопределенном положении. Он начал вести семинары в Школе права Йельского университета в статусе приглашенного лектора, что, разумеется, никак не могло сравниться с постоянным профессорским контрактом в Чикагском университете, от которого Лассуэлл отказался (в Йеле он получил аналогичный контракт только в 1946 г.). Одновременно Лассуэлл стал выступать на радио NBC в рамках цикла просветительских передач.

Почву под ногами в американской столице Лассуэлл сумел обрести благодаря своему опыту исследований военной пропаганды, востребованному в условиях начала новой мировой войны и ожидаемого вступления в нее Соединенных Штатов. По его рекомендации Библиотека Конгресса приступила к изучению военных пропагандистских материалов и коммуникативных практик, а сам Лассуэлл возглавил новое подразделение библиотеки, созданное для решения этой задачи. Одновременно Министерство юстиции сформировало специальное подразделение для проверки публикаций и публичных выступлений в соответствии с Актом о регистрации иностранных агентов 1938 г. и Актом о подстрекательстве к мятежу 1918 г. В обоих случаях требовался профессиональный контент-анализ огромного массива материалов средств массовой информации, как зарубежных, так и американских. Фактически в годы Второй мировой войны Лассуэлл взял на себя роль ведущего консультанта по вопросам пропаганды для целого ряда ведомств, среди которых ключевую роль играли структуры разведывательного сообщества. Строго говоря, большой опыт привлечения ведущих интеллектуалов к решению военных, информационно-пропагандистских и разведывательных задач был накоплен еще администрацией В. Вильсона во время Первой мировой войны; администрация Ф.Д. Рузвельта также пошла по этому пути. Вместе с Лассуэллом в этой работе принимали участие такие известные исследователи, как П. Лазарсфельд, С. Стауффер, Р. Бенедикт, Э. Шилз, М. Мид, Д. Лернер, К. Ховланд и др.¹

¹ Almond G.A. Harold Dwight Lasswell. 1902–1978. A Biographical Memoir. – Washington, D.C. : National Academy of Sciences, 1987. – P. 249–274.

Одним из основных научных результатов деятельности Лассуэлла в годы Второй мировой войны и в начале холодной войны стала изданная под его руководством коллективная монография «Язык политики»¹. В этой монографии проблематика массовой коммуникации проанализирована в широком контексте внутренней политики и международных отношений. Особую значимость имели предложенные авторами методологические подходы для проведения количественного контент-анализа, а также примеры его использования для сбора разведывательной информации и решения задач в правовой сфере. Один из таких примеров – анализ с использованием количественной семантики лозунгов на первомайских демонстрациях в СССР, позволявший, по мнению авторов монографии, раскрыть сущность советского политического режима и намерения кремлевского руководства. Общий объем изученных авторами пропагандистских материалов, появившихся в печатных СМИ и радиопередачах противников, союзников и нейтралов, до сих пор поражает своими масштабами.

Получив постоянную профессорскую позицию в Йельском университете и переехав в Нью-Хэйвен (1946), Лассуэлл последовательно реализует программную установку, намеченную еще в чикагский период, – «создать систему политических наук, пригодную для повышения роли рационального компонента в процессе принятия управленческих решений, независимо от характера проблемы и уровня ее рассмотрения»². Он уделяет значительное внимание правовой проблематике (многие работы в этой области подготовлены им в сотрудничестве с М. Макдугалом), теории и практике демократии, процессам принятия политических решений. Согласно Лассуэлли, политический анализ, ориентированный на процесс принятия решений, включает в себя такие компоненты, как постановка целей, определение основных тенденций, изучение преобладающих условий, прогнозирование изменений и рассмотрение альтернатив. Сам же процесс принятия политических решений является семиступенчатым и включает в себя:

¹ Lasswell H.D., Leites N., Fadner R., Goldsten J.M., Grey A., Janis I.L., Mintz A., De Sola Pool I., Yakobson S., Kaplan A. Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics. – New York : George W. Stewart, 1949. – 398 p.

² Оберемко О.А. Чикагская традиция и политическая наука Гарольда Лассуэлла // Социологический журнал. – 1994. – № 1. – С. 114.

- 1) экспликацию проблемы;
- 2) обсуждение альтернатив;
- 3) выбор одной из альтернатив;
- 4) обращение к альтернативе;
- 5) применение альтернативы;
- 6) оценку результатов;
- 7) завершение процесса принятия решения¹.

Еще на исходе Второй мировой войны Лассуэлл предсказал биполярную трансформацию мирового порядка². При этом он полагал, что Соединенные Штаты, действуя с разумной осторожностью в экономической сфере, где они обладают очевидным превосходством, сумеют снизить интенсивность конфликта с Советским Союзом. В опубликованной вскоре после Берлинского и Карибского кризисов книге «Будущее политической науки»³ (1963) Лассуэлл призывал к проведению комплексных исследований глобальных политических трансформаций, позволяющих выработать рекомендации для лидеров сверхдержав по предотвращению мировой войны. Но одновременно, опираясь на свой опыт руководства Американской ассоциацией политической науки, Лассуэлл формулировал новые задачи и для профессиональной подготовки политологов, позволяющей им квалифицированно участвовать в предотвращении и урегулировании глобальных кризисов.

В 1976 г. Лассуэлл оставил преподавательскую деятельность и полностью сосредоточился на исследованиях и научном редактировании. В декабре 1977 г. он перенес обширный инфаркт, от которого не смог до конца оправиться. Лассуэлл умер от пневмонии год спустя, 18 декабря 1978 г., в Нью-Йорке. Последняя крупная работа с его участием, опубликованная уже после смерти, была, как и первая, посвящена проблематике пропаганды и коммуникации⁴.

¹ Lasswell H.D., Kaplan A. *Power and Society*. – New Haven : Yale Univ. Press, 1950. – P. xxiv, 295.

² Lasswell H.D. *World Politics Faces Economics. With Special Reference to the Future Relations of the United States and Russia*. – New York : McGraw – Hill Book Co., 1945. – 108 p.

³ Lasswell H.D. *The Future of Political Science*. – New York : Atherton Press, 1963. – 256 p.

⁴ *Propaganda and Communication in World History / Lasswell H.D., Lerner D., Speier H. (eds.) Vol. 2 : Emergence of Public Opinion in the West. Vol. 1–3*. – Honolulu, HI : The University Press of Hawaii, 1980.

2. ПОЛЕТ «ВОЛШЕБНОЙ ПУЛИ»

Как писал Д. Лернер в биографической статье в «Международной энциклопедии социальных наук», «на протяжении всей карьеры главной целью Лассуэлла была разработка теории о человеке в обществе, которая является всеобъемлющей и опирается на все общественные науки»¹. Фактически уже в своей диссертационной работе Лассуэлл приступил к реализации весьма амбициозной программы. С позиций сегодняшнего дня «Технику пропаганды в мировой войне» можно рассматривать в качестве своеобразного закладного камня, на котором в дальнейшем начинает выстраиваться здание теории коммуникации.

Разумеется, уже в 1920-е годы, помимо лассуэлловской диссертации, появляются и другие важные работы по этой или близкой тематике. Среди них на почетном месте – фундаментальный труд У. Липпмана «Общественное мнение» (1922)². Как известно, во время Первой мировой войны У. Липпман входил в число ключевых фигур созданной президентом В. Вильсоном группы интеллектуалов (Inquiry group), готовившей материалы для будущих мирных переговоров. В этой группе Липпман отвечал и за направление пропаганды; он внес значительный вклад в подготовку знаменитых «Четырнадцать пунктов». Опыт работы в кругу ближайших советников Вильсона послужил важным стимулом для написания книги о природе, путях и способах формирования общественного мнения. Не без влияния платоновского образа пещеры, Липпман дает определение: «Те черты внешнего мира, которые имеют отношение к поведению других людей – в той мере, в какой это поведение пересекается с нашим, зависит от нас и интересуется нас, – мы грубо называем общественным мнением. Образы в сознании людей – образы самих себя, других людей, своих нужд, целей и взаимоотношений – являются их общественным мнением»³. Поскольку подавляющее большинство людей не имеют необходимых опыта, знаний и времени для того, чтобы составить квалифицированное мнение о все более сложных процессах в

¹ Lerner D. Lasswell Harold D. // International Encyclopedia of the Social Science. Biographical Supplement / Sills D.L. (ed.). – New York : The Free Press, 1979. – Vol. 18. – P. 408–411.

² Липпман У. Общественное мнение : перевод с англ. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

³ Липпман У. Общественное мнение : перевод с англ. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – С. 46.

окружающем мире, они встают на путь упрощения, некритично воспринимая стереотипы – редуцированные и схематизированные образы и представления о тех или иных аспектах внешней среды. Благодаря этому, – считает Липпман, – появляется много возможностей для активного воздействия на общественное мнение, а также, разумеется, и злоупотребления этими возможностями. Соответственно, возникают серьезные вызовы демократии и эффективному управлению, которое не может попадать в жесткую зависимость от подверженного манипуляциям общественного мнения, но должно опираться на авторитетное экспертное знание.

Другой значительной работой, появившейся год спустя после публикации книги Лассуэлла, была «Пропаганда» Э. Бернейса¹, племянника З. Фрейда, еще в 1915 г. начавшего свою карьеру в сфере PR с развертывания рекламной кампании американского турне балета С. Дягилева и в дальнейшем ставшего признанным корифеем в этой области. Бернейс, так же как и Мерриам, во время Первой мировой войны был привлечен к работе Комитета Крила, где особо отличился продвижением тезиса о том, что американский солдат несет в Европу демократию. Бернейс иначе расставлял акценты, чем Липпман, считая манипулирование мнением масс естественной и неотъемлемой характеристикой демократического общества, причем считал, что манипуляторы делают это с полным правом, будучи естественными лидерами, генерирующими идеи и занимающими ключевое положение в социальной структуре.

Таким образом, даже эти две публикации показывают, что среда, в которой обсуждались проблемы пропаганды и общественного мнения, была весьма конкурентной. Тем не менее появление «Техники пропаганды...» Лассуэлла стало важным событием для интеллектуальной жизни Соединенных Штатов. Спустя без малого полвека, в новом предисловии к переизданию «Техники пропаганды...» Лассуэлл напишет, что в ходе работы над диссертацией у него возник замысел создания теоретической схемы исследования международных установок, позволяющей разработать эффективную модель организации пропаганды². В полном объеме этот замысел реализован не был, но, как мы уже отмечали, в годы

¹ Бернейс Э. Пропаганда : перевод с англ. – М. : Hippo Publishing LTD, 2010. – 176 с.

² Lasswell H.D., Giddens J.A. Introduction // Propaganda Technique in the World War with a New Introduction for the Garland Edition by H.D. Lasswell. – New York : Garland, 1972. – P. IX.

Второй мировой войны Лассуэлл получил возможность апробировать на практике многие идеи чикагского периода своей научной деятельности.

Суммарно основанные на исследовании Лассуэлла рекомендации для обеспечения успеха военной пропаганды могут быть представлены следующим образом:

1) необходимо возложить вину на врага за развязывание войны;

2) нужно добиваться национального единства, делая упор на общую историю и божественное покровительство и провозглашая неизбежность победы;

3) требуется четко декларировать цели войны, апеллируя к таким культурно обусловленным идеалам, как свобода, мир или безопасность;

4) важно распространять примеры, доказывающие порочность врага и укрепляющие веру в то, что именно он несет ответственность за войну;

5) неблагоприятные новости следует представлять исходящей от врага ложью, чтобы избежать разобщенности и пораженческих настроений;

6) следует рассказывать страшные истории, которые выставляют врага в дурном свете, его дегуманизируют и, таким образом, оправдывают насильственные действия¹.

Для многих текстов Лассуэлла характерно наличие нескольких определений рассматриваемого предмета. Одно из метафорических определений пропаганды – «война идей по поводу идей». Но сами идеи – здесь Лассуэлл следует уже за метафорой писателя Дж. Кертиса – подобны пулям. И в военной пропаганде, и – шире – в массовой коммуникации исходящий от ее инициатора месседж становится направленной в мозг реципиента «волшебной пулей», способной радикально повлиять на мысли, чувства и мотивацию последнего. Любопытно, что почти буквальную визуализацию эта теория получила в кинематографе, в знаменитом фильме итальянского режиссера Дж. Монтальдо «Замкнутый круг» (1978), сюжет которого построен на том, что сидящего в кинозале зрителя поражает пуля, выпущенная экранным героем вестерна в своего экранного врага.

¹ Bernays E.L. The Marketing of National Policies : A Study of War Propaganda // Journal of Marketing. – 1942. – Vol. 6 (3). – P. 236.

В теории «волшебной пули» проявляется сильное влияние психоаналитического подхода. Лассуэлл исходит из принципиального сходства базовых инстинктов индивидов, которые реагируют более-менее сходным образом на пропагандистское воздействие¹. Причем именно в экстремальных обстоятельствах, в частности, в условиях войны, эти инстинкты, прежде латентные, начинают пробуждаться. Соответственно, задача военной (в другом случае – революционной) пропаганды состоит в том, чтобы ускорить выход этих инстинктов наружу, создать благоприятный эмоционально-психологический фон для восприятия достаточно упрощенных идей и лозунгов.

Слабость аргументации Лассуэлла состоит в том, что в «Технике пропаганды...» он объясняет феномены, относящиеся в конечном счете к сознанию и поведению индивидов, событиями макроуровня, знаменовавшими собой изменения хода мировой войны. Кроме того, в своей первой книге он – отнюдь не без оснований – акцентирует тенденцию к атомизации социального мира и качественному усложнению задачи управления таким миром. Пропаганда в этих условиях становится новым инструментом координации и объединения социума, она, по сути, позволяет заполнить тот вакуум, в котором оказывается индивид в условиях ослабления социальных связей. Вместе с тем внимательный читатель «Техники пропаганды...» увидит, что Лассуэлл избегает редуccionистского соблазна, он прекрасно отдает себе отчет в том, что общество состоит из разных групп и слоев, чьи интересы далеко не одинаковы. Лассуэлл показывает, что степень эффективности пропаганды в немалой степени определяется способностью учесть эти особенности и донести до представителей специфических групп именно то, что может повлиять на их поведение.

Тем не менее представленная в первой книге Лассуэлла схема коммуникативного взаимодействия является однонаправленной. Спустя немногим более 20 лет после появления «Техники пропаганды...» Лассуэлл публикует статью, в которой предлагает доходчивую формулу:

«Самый удобный способ описания процесса коммуникации состоит в ответе на следующие вопросы:

¹ Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М. : Прометей, 2004. – С. 194.

- 1) кто сообщает?
- 2) что именно?
- 3) по каким каналам?
- 4) кому?
- 5) с каким эффектом?»¹

Эта формула, являющаяся основой классической модели коммуникации, одновременно представляет собой и сжатую исследовательскую программу. Первый вопрос фокусирует внимание на коммуникаторе, т.е. источнике коммуникативного акта. Второй вопрос ориентирует на рассмотрение содержания передаваемых сообщений. Третий – привлекает внимание к средствам и каналам трансляции сообщений. Четвертый вопрос относится к анализу особенностей аудитории, адекватный учет которых предопределяет успех коммуникативного акта. Финальный вопрос дополняет предыдущий с точки зрения оценки эффективности коммуникации.

Определение основных составляющих коммуникативного процесса и рамок его анализа позволило Лассуэллу выявить наиболее важные управленческие аспекты массовой коммуникации. Во-первых, это возможность наблюдения за динамическими процессами в окружающей социум среде, оценка потенциала их влияния на систему ценностей общества в целом или значимых социальных групп. Во-вторых, выявление реакций социальных групп на средовые воздействия. Наконец, в-третьих, массовая коммуникация способствует поддержанию целостности и сплоченности общества, способствуя передаче социального опыта от поколения к поколению.

Хотя уже в конце жизни Лассуэлл внес в формулу коммуникации ряд существенных уточнений, ее слабым местом, как и слабым местом других одноканальных моделей коммуникации (в частности, модели Шэннона – Уивера), является отсутствие обратной связи между коммуникатором и конечной аудиторией. Между тем обратным воздействием аудитории на те же массмедиа можно пренебречь далеко не во всех ситуациях.

Эти недостатки классической модели коммуникации стремился преодолеть П. Лазарсфельд, с которым Лассуэлл сотрудничал в годы Второй мировой войны. Двухступенчатая модель ком-

¹ Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society // The Communication of Ideas / Bryson L. (ed.). – New York : Harper and Brothers, 1948. – P. 37.

муникации Лазарсфельда исходит из предпосылки, что массовая коммуникация не оказывает прямого воздействия на индивида, но опосредуется микрогруппой, причем ключевую роль в коммуникативном процессе играют «лидеры общественного мнения» внутри микрогруппы, тем или иным образом интерпретирующие медийную информацию¹.

Вернемся к «Технике пропаганды...». Первая книга Лассуэлла не очень-то укладывается в жесткие тематические или дисциплинарные форматы. Ее читатель с первых же страниц начинает осознавать, что предмет книги – совсем не только техника, не только пропаганда и даже не только мировая война. Он увидит немало прозрений и предвосхищений. Так, он обнаружит у Лассуэлла ряд наблюдений, которые как бы предугадывают будущую концепцию «мягкой силы» Дж. Ная. Специалист по *memory studies* наверняка отдаст себе отчет в том, что отличным введением в его предметную область может послужить язвительное лассуэлловское замечание: «Легкость, с какой честные и ловкие руки могут облекать дело в ту или иную форму по любую сторону спора, не оставляет сомнений в том, что в будущем пропагандист может рассчитывать на целый батальон честных профессоров, когда нужно будет переписать историю, обслужить актуальные требования момента и снабдить его материалом для широкого распространения». В то же время некоторые казусы, которым уделяет внимание Лассуэлл, в частности история с «пломбированным вагоном», не могут, строго говоря, учитываться только по «ведомству» коммуникации и пропаганды, но, скорее, должны рассматриваться как дестабилизирующие операции, направленные на разрушение изнутри политической системы враждебной державы.

Еще одна важнейшая тема, если не лейтмотив, книги Лассуэлла – это комплексное воздействие войны на общество, общественное сознание, социальные структуры и процессы. В этом контексте «Техника пропаганды...» является важной книгой для военной социологии и социологии чрезвычайных ситуаций. Но не только. Здесь снова уместно взглянуть на исследовательскую деятельность Лассуэлла в развитии, соотнести ее с рубежными событиями всемирной истории XX в. – Первой мировой войной, великой депрессией, Второй мировой войной, холодной войной. В частно-

¹ Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. *The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign.* – New York : Columbia University Press, 1944. – P. xxxiii, 178.

сти, от «Техники пропаганды...» вполне уместно протянуть связующую нить к «Гарнизонному государству»¹, модель которого Лассуэлл описал уже во время новой мировой войны, незадолго до японского нападения на Перл-Харбор. По сути, гарнизонное государство – это модель политической организации, в которой неуклонно возрастает роль профессионалов, в чьи задачи входят подготовка и ведение войны, а также применение государственного насилия. Эти тенденции обнаруживают себя независимо от того, является ли политическая система конкретного государства диктатурой или демократией. Память о прошлой мировой войне и перспектива вовлечения в новую мировую войну, где еще большее значение будут иметь технические и организационные факторы, неуклонно трансформирует в направлении милитаризации политические институты и само мышление людей, наделенных властью.

Наконец, нельзя не отметить значение первой книги Лассуэлла для историков. Автор с самого начала делает оговорку, что в его намерения не входит изложение истории пропаганды эпохи мировой войны. Но очевидно, что ни один серьезный историк не пройдет мимо ряда суждений и оценок Лассуэлла, представленных в «Технике пропаганды...». Кроме того, если учесть, что, занимаясь подготовкой докторской диссертации, Лассуэлл провел большое количество интервью с сотрудниками пропагандистских служб, военными, дипломатами, представлявшими воюющие стороны по обе линии Западного фронта, многие страницы его книги могут быть использованы в качестве ценного источника по истории Первой мировой войны и военной пропаганды.

3. РОССИЙСКАЯ ПРОПАГАНДА В ГОДЫ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Свое исследование Гарольд Лассуэлл сознательно ограничивает несколькими крупными европейскими государствами и США. В эту выборку не попало большинство стран Европы, Америки и Азии, причем не только «малые» государства, но и такие державы, как Россия, Австро-Венгрия и Турция. Выбор Лассуэлла нельзя не признать логичным: в своей книге он стремился проанализировать

¹ Lasswell H.D. The Garrison State // American Journal of Sociology. – 1941. – January, vol. 46, – P. 455–68; русский перевод этой статьи мы предполагаем опубликовать в одном из изданий ИНИОН РАН в 2021 г.

феномен пропаганды на примере основных победителей и основных проигравших. К числу последних автор отнес Германию, но не ее союзников, которые во многом ориентировались на германские методы ведения пропаганды. России в этом смысле повезло еще меньше: она отведена на периферию пропагандистской кампании союзников и считается одной из главных «жертв» вражеской пропаганды. Неудивительно, что в книге Лассуэлла практически нет описаний российской пропаганды. Сама Россия, настроения российского общества упоминаются, но скорее в контексте пропаганды ее союзников или врагов. Попробуем отчасти восполнить этот пробел, охарактеризовать организацию и идеологические основания российской пропаганды времен Первой мировой войны.

3.1. Организация пропаганды

Лассуэлл выделил три основных подхода к организации пропаганды: создание «одного исполнительного пропагандистского органа, выступающего от имени основных департаментов» (США), сложный путь к централизации пропаганды (Великобритания) и самостоятельная пропагандистская деятельность разных ведомств (Германия). Россия в этом вопросе пошла скорее по германскому пути. С началом войны функции военной и политической пропаганды лежали в основном на министерстве иностранных дел, Ставке и Главном управлении Генерального штаба (ГУГШ). Четкого понимания, в каком направлении, на каком идейном багаже следует развивать пропаганду, у этих ведомств не было. Как и в Германии, в России свою роль сыграло недоверие и соперничество между военными и гражданскими властями, которые ревностно отстаивали свои прерогативы и самостоятельность.

Попытки координации предпринимались уже в первые недели войны. В августе 1914 г. было создано «Междуведомственное совещание по выработке мер для борьбы негласным путем против распространения за границей вредных для наших государственных интересов ложных сведений о России и русской армии». В нем участвовали представители военного и морского министерств, МИД, Петроградского телеграфного агентства (ПТА), Главного управления по делам печати, министерства финансов. Однако итоги ее работы были достаточно скромны: предписывалось активизировать работу посольств и консульств по представлению российской точки зрения на военные события. Основными каналами

распространения «правильной» информации должны были стать телеграфные агентства в нейтральных городах, прежде всего в Стокгольме, Копенгагене, Вашингтоне, Берне, Риме и др. Сразу же остро встал вопрос о кадрах: в каждом из этих городов нужны были не только дипломаты, но и журналисты, готовые, хотя бы и за деньги, сотрудничать с местной прессой¹.

В МИД функции пропаганды были возложены на Отдел печати и осведомления, деятельность которого в основном состояла в составлении ежедневных обзоров печати на нескольких языках. В военное время в задачи Отдела входило создание в нейтральных странах «благоприятного мнения как о внешней, так и о внутренней политике России»². Стратегия была достаточно пассивной и сводилась к опровержениям «лжи» о России и русской армии. Этим целям служили официальные бюллетени и телеграммы ПТА, рассылавшиеся в нейтральные столицы. Однако даже широкая рассылка далеко не всегда могла дать нужный эффект: наученные опытом работы с воюющими государствами, нейтральные газеты и журналы могли либо не печатать такие сообщения вовсе, либо помещать их в отдельные колонки. В определенной степени помогало сотрудничество с крупными информагентствами, прежде всего Рейтер, Гавас, Ассошиэйтед пресс и др. Дальнейшее развитие пропаганды наталкивалось на организационные и финансовые трудности: нужны были деньги для подкупа органов печати, а также журналисты, готовые за эти деньги работать.

Пыталось наладить пропаганду и военное командование. Условно деятельность военных можно разделить на несколько направлений: пропаганда в русской армии; пропаганда на вражеское население и войска; пропаганда на нейтральные государства. Первое направление было самым массовым, но и самым сложным. Всего в 1914–1917 гг. выходило 17 фронтовых газет. Выпускались специальные брошюры, часто служившие пособием для офицеров в их беседах с солдатами о войне. Характерной особенностью были листовки, которые русское командование с начала 1915 г. готовило не только для вражеских, но и для собственных войск. Вся эта печатная продукция была призвана поднимать боевой дух

¹ Асташов А.Б. Пропаганда на Русском фронте в годы Первой мировой войны. – М. : Спецкнига, 2012. – Режим доступа: https://www.propagandahistory.ru/books/Aleksandr-Astashov_Propaganda-na-Russkom-fronte-v-gody-Pervoy-mirovoy-voyny (дата посещения: 05.06.2020).

² Там же.

войск и формировать «сознательное отношение» к войне¹. Однако у пропагандистской литературы и печати была одна общая проблема – малые тиражи и низкая популярность в войсках. Гораздо охотнее солдаты читали «гражданскую» печать, которая различными путями попадала на фронт. Схожая ситуация была и с доставкой литературы: лишь к декабрю 1916 г. правительство смогло составить подробные списки литературы, рекомендуемой к распространению на фронте², в то время как на фронте и в лазаретах давно и активно распространялась нелегальная литература. Сказывались и плохо налаженные связи с частными издательствами, общественными организациями, киностудиями, без которых было трудно организовать производство и распространение литературы, прессы и фильмов.

Пропагандой в нейтральных странах занимался отдел Генерал-квартирмейстера ГУГШ (Огенквар). За годы войны отделом было выпущено несколько брошюр для «нейтралов», в августе 1915 г. было создано телеграфное агентство «Норд-3юд», нацеленное на балканские страны и на Швейцарию. МИД в целом было не против координации усилий, но понимало под ней скорее собственный контроль над посылаемой информацией. В 1916 г. предпринимались новые попытки скоординировать работу. С января 1916 г. действовало Особое совещание для организации воздействия на нейтральные страны, в котором участвовали и представители МИД. Основной своей задачей совещание видело пропаганду «позитивного» образа России в мире. Предполагалось издавать литературу, кинофильмы, радиопередачи, которые «могут возбудить живой интерес и увеличить симпатии к России правительств и населения невоюющих с нами держав»³. В конце 1915 г. было создано Бюро печати, куда входили и представители газет и журналов. Бюро было призвано упорядочить доставку сведений о ходе войны в прессу, повысить доверие к официальным источникам информации⁴.

¹ Асташов А.Б. Русский фронт в 1914 – начале 1917 года. Военный опыт и современность. – М. : Новый Хронограф, 2014. – С. 572.

² Там же. – С. 565.

³ Асташов А.Б. Пропаганда на Русском фронте в годы Первой мировой войны. – М. : Спецкнига, 2012. – Режим доступа: https://www.propagandahistory.ru/books/Aleksandr-Astashov_Propaganda-na-Russkom-fronte-v-gody-Pervoy-mirovoy-voyny (дата посещения: 04.06.2020).

⁴ Волковский Н.Л. История информационных войн : в 2 ч. – СПб : Полигон, 2003. – Ч. 2. – С. 25.

В это же время начало реформировать пропагандистскую работу МИД. В апреле 1916 г. началась серьезная реорганизация Отдела печати и осведомления, который должен был стать авторитетным источником информации о происходящем в России, на фронтах войны, в стане союзников и вражеских государств. Активизировалась работа с иностранными газетами по размещению дружественных материалов о России. Планировалось учредить новое издательство, призванное всемерно продвигать пропаганду в России и за рубежом. Формально независимое, это издательство должно было включать известных общественных деятелей (П.Б. Струве, П.П. Мигулин, В.Д. Кузьмин-Караваев и др.). Однако этот амбициозный проект так и не был реализован, сказались недоверие к «общественникам» и их запросам на реальную независимость от каких-либо ведомств¹.

В целом организация российской пропаганды на фронте и в других странах была слабо организована, не имела четких идеологических установок и единого руководства. Все попытки централизации пропагандистской деятельности наталкивались на взаимное недоверие ведомств, бюрократическую волокиту. Свою роль играли недооценка пропаганды как таковой, распространенное неверие в ее эффективность. Это повлияло и на идеологическую составляющую пропаганды: Ставка и правительство считали ее скорее уделом слабого и лжи, недостойной сильной армии.

3.2. Виновность в войне и цели войны

Последовательное ухудшение русско-германских отношений в предвоенные годы не могло не отзываться на страницах печати. Фактически еще до войны значительная часть русских газет формировала устойчивый образ Германии как давнего противника России. До поры описание русско-германского соперничества умещалось в рамки экономики. Особое недовольство вызывала германская военная миссия в Константинополе, которая рассматривалась как прямой вызов России в стратегически важном для нее

¹ Асташов А.Б. Пропаганда на Русском фронте в годы Первой мировой войны. – М. : Спецкнига, 2012. – Режим доступа: https://www.propagandahistory.ru/books/Aleksandr-Astashov_Propaganda-na-Russkom-fronte-v-gody-Pervoy-mirovoy-voyny (дата посещения: 05.06.2020).

регионе¹. Враждебное отношение к Германии и Австро-Венгрии проявлялось в разных формах. Националистическая печать (прежде всего столичное «Новое время») значительную часть передовиц посвящала агрессивной экспансии германских коммивояжеров, их вторжению на «чужие» рынки в юго-восточной Европе, Азии и Африке². Немцы и австрийцы были частыми «героями» журнальных карикатур³. При этом раздавались и голоса в поддержку сближения России с германскими государствами. Правая печать («Земщина», «Русское знамя») видела в новом «Союзе трех императоров» оплот монархизма в Европе⁴. Однако такой взгляд на европейские дела был накануне войны непопулярен.

Июльский кризис 1914 г. дал националистической прессе новый повод для «разоблачения» политики германских государств. Австро-сербский кризис рассматривался как новый виток давнего противостояния «славянства» и «германизма». С этой точки зрения Сербия была своеобразным форпостом славянского мира, первым рубежом на подходе к «цитадели» – России. «Новое время» предупреждало, что Россия не может позволить себе вновь отступить перед лицом нового немецкого нашествия.

Однако этот взгляд на события был далеко не единственным. Либеральная печать считала, что России невыгодна европейская война и ее следует избежать любыми путями. Кадетская «Речь» настаивала на том, что России необходимо соблюдать строгий нейтралитет и воздержаться от «каких бы то ни было поощрений по адресу Сербии»⁵. За эту позицию «Речь» подверглась острой критике со стороны не только «Нового времени», но и союзников по либеральному лагерю. Однако надежда на то, что войны удастся избежать, сохраняли газеты всех направлений. Либеральные «Русские ведомости» называли возможную войну «всеобщим проигрышем», так как разорвутся тесные связи между противниками

¹ Котов Б.С. «Германский Босфор»: миссия Лимана фон Сандерса в откликах русской прессы // Известия Самарского научного центра РАН. – 2012. – Т. 14, № 3. – С. 130–133.

² Новые спасители Китая // Новое время. – 1914. – 22 апреля.

³ Филиппова Т., Баратов П.: «Враги России». Образы и риторики вражды в русской журнальной сатире Первой мировой войны. – М.: АИРО-XXI, 2012. – С. 113.

⁴ И все еще не поздно! // Земщина. – 1914. – 17 июля.

⁵ Котов Б.С. Газета «Речь» в дни июльского кризиса 1914 г. // Вестник МГИМО-Университета. – 2014. – № 4(37). – С. 12.

и рухнет вся международная торговля¹. «Земщина» до последнего момента надеялась на «царственное слово императора Вильгельма, которое отрезвит австрийскую дипломатию»².

Австро-сербский конфликт имел большое значение как с юридической, так и с морально-этической точки зрения. В каком-то смысле сербский *casus belli* стал основой для будущих оправданий союзниками войны. На сербском примере были апробированы сюжеты коварного нападения «сильного» и «большого» на «маленького» и «слабого». Еще до разрушительной бомбардировки немцами бельгийского Лувена австрийцами была осуществлена бомбардировка Белграда. Образ «маленькой Сербии» стал для русской печати своеобразной прелюдией и моральным эквивалентом «маленькой Бельгии». Сравнение этих образов позволяло вывести войну за рамки местного балканского конфликта и за рамки борьбы «славянства» и «германизма».

Нападение на Бельгию преподносилось как начало борьбы европейской «цивилизации» против германской «культуры», поправшей и международное право, и неформальные законы уважения к ближнему. Уничтожение единой Германии, «раковой опухоли» на теле Европы, многие русские журналисты считали главной целью войны. «Новое время» заявляло, что с Германией «бесполезно и бесцельно договариваться», ее «можно только стереть с лица земли»³. Либеральная печать не была столь категорична и желала сохранения Германии, возвращения немцев в число «культурных народов»⁴. Отречение Вильгельма II, как главного виновника войны, не обсуждалось, однако предложения свергнуть династию Гогенцоллернов цензура не пропускала, усматривая в этом антимонархическую пропаганду⁵. Но судьба Германии была на втором плане для русской печати, так как «исторические задачи» России и либеральная, и консервативная печать видела в окончательном освобождении западных славян от австрийского «ига» и в овладении Россией Проливов⁶.

¹ Призрак войны // Русские ведомости. – 1914. – 16 июля.

² И все еще не поздно! // Земщина. – 1914. – 17 июля.

³ Английская Синяя книга // Новое время. – 1914. – 10 августа.

⁴ В Германии // Русские ведомости. – 1914. – 21 ноября.

⁵ Российский государственный исторический архив (РГИА). Ф 777. Оп. 21. Д. 24. Л. 258.

⁶ София святая и София грешная // Биржевые ведомости. – 1914. – 16 декабря; Константинополь и Проливы // Русские ведомости. – 1915. – 1 марта.

Таким образом, для русских газет всех направлений нарушение Германией и Австро-Венгрией международного права стало, по сути, идеологическим оправданием войны. В результате произошло небывалое единение печати, продолжавшееся, правда, совсем недолго: совпадая в общих взглядах на войну, старые противники по-прежнему расходились в частности.

3.3. Демонизация врага

Особенностью России было появление сюжета о «немецких зверствах» еще до начала военных действий. Этому способствовали многочисленные слухи о жестоком обращении с русскими подданными, застигнутыми войной в Европе. «Новое время» ежедневно публиковало сообщения о «мытарствах» туристов, сумевших выехать из Германии и Австро-Венгрии и добраться домой. Душераздирающие истории (с добавлениями якобы от «собственных корреспондентов») перепечатывала бульварная пресса, стремившаяся привлечь читателей. На этом фоне резко изменилось восприятие немецкого народа, в том числе и со стороны тех журналистов, которые еще недавно положительно отзывались о нем. Один из ярких примеров – журналист «Нового времени» М.О. Меньшиков. В 1909 г. он признавался: «Помимо политики я лично люблю Германию. Люблю ее рыцарскую культуру, ее философский гений, ее протестантское благочестие, ее удивительное трудолюбие, бесстрашие и физическую свежесть расы»¹. 26 июля 1914 г. он заявил, что война идет «не с мирной частью немецкого народа», а с «правлящей верхушкой» в лице кайзера и его клики². Личность германского императора действительно была в первые дни войны в центре внимания. На Вильгельма II газеты поначалу возлагали личную ответственность за развязывание никому не нужной войны. Считалось, что всему виной – его психическая неуравновешенность и мания величия. В прессе публиковалась информация о многочисленных «сумасбродных» выходках, грубости кайзера, его физических недостатках и комплексах³. Кадетская печать и здесь не преминула отметить губительность для мира любых авторитарных форм правления и концентрации власти в руках

¹ Отклики // Русские ведомости. – 1915. – 19 марта.

² Должны победить // Новое время. – 1914. – 26 июля.

³ По океану крови // Русское слово. – 1914. – 2 сентября.

одного человека¹. Вильгельм II, таким образом, поначалу служил универсальным оправданием войны, а немецкому народу отводилась роль «ведомого».

Однако с 29 июля ситуация стала меняться. В этот день появились первые сообщения о «зверствах» германской армии в Бельгии и Польше². Через месяц Меньшиков попытался обобщить содеянное немцами: «Все преступное до пределов людоедства в отношении русских немцами уже исчерпано. Исчерпаны все виды издевательства, брани, побоев, лишения свободы, томления голодом, оплеваний и истязаний. Исчерпано воровство, ложь, клевета... изнасилование женщин и, наконец, самое циническое человекоубийство»³. Здесь и во многих других статьях проводилась мысль об «озверении» не отдельных чиновников или военных, а всех немцев, которые до войны лишь скрывали свою «истинную сущность». Объяснения этому разыскивались в истории и культуре германского народа. В прессе того времени можно встретить немало исторических экскурсов, повествующих о коварстве и жестокости германских и прусских королей, о «зверствах» немецких армий в ходе Семилетней, Франко-прусской и Наполеоновских войн⁴. Получили распространение и расистские теории. Тот же М.О. Меньшиков развивал теорию, согласно которой германские племена изначально отставали в развитии от «кельто-славянских», причем из-за «врожденных» особенностей. Германская раса, писал Меньшиков, «значительно низшего типа, чем кельто-славянская, а знаменитый неандертальский череп, столь типический для северных тевтонов, наиболее звероподобен, приближаясь к черепу гориллы»⁵.

Разумеется, это не было только лишь эмоциональной реакцией на жестокости врага. С обрывом телеграфных связей у прессы не осталось иных источников информации из Европы, кроме официальных: ПТА, Ставка, ГУГШ и МИД. От них исходили описания преступлений германской армии, подробности об издевательствах над туристами, пленными, случаях изнасилований, осквернения святынь, использования разрывных пуль, злоупотребления белым флагом, убийств врачей и сестер милосердия, отравления колодцев и т.д. Описания преступлений были очень похожи на по-

¹ Поразительные перемены // Русские ведомости. – 1914. – 22 августа.

² Озверевшие немцы // Новое время. – 1914. – 29 июля.

³ Письма к ближним // Новое время. – 1914. – 3 августа.

⁴ Всегда поучительные истории // Новое время. – 1914. – 18 августа.

⁵ Письма к ближним // Новое время. – 1914. – 13 сентября.

добные описания в прессе и правительственных сообщениях союзников. Различия были лишь в месте преступления: «озверевший немец» бомбардировал с одинаковой жестокостью бельгийские и польские города, совершал одни и те же насилия над бельгийцами, французами, русскими и поляками. Создавались и своеобразные «восточные эквиваленты» немецких преступлений. Так, подробно описывался разгром немецкими войсками приграничного польского города Калиш, его судьба часто сравнивалась с бельгийским Лувеном¹. Сюжеты этого разгрома были воспроизведены в сотнях телеграмм и статей, стихах, рассказах. В центре повествования часто была история казначея П.А. Соколова, уничтожившего большую часть казенных денег и расстрелянного за это немцами².

Немецкие «зверства» изображались на открытках, плакатах, лубках. Издавались и переиздавались сборники историй об издевательствах над русскими туристами в Германии, о военных преступлениях австро-германских войск³. Большая часть материалов в этих сборниках была основана на материалах прессы, официальных сообщениях Ставки и МИД. Правдивость этих историй часто ставилась под сомнение современниками⁴. С целью выявления реально имевших место фактов «зверств» в апреле 1915 г. была создана «Чрезвычайная следственная комиссия для расследования нарушений законов и обычаев войны австро-венгерскими и германскими войсками». Комиссия создавалась во многом под впечатлением от доклада Джеймса Брайса, президента Британской академии, о германских зверствах в Бельгии. Доклад Брайса Лассуэлл справедливо назвал «одним из триумфов Мировой войны на пропагандистском фронте». Сведения о военных преступлениях противника комиссия черпала из разных источников, в основном это были показания офицеров и солдат, сестер милосердия, ди-

¹ Engelstein L. «A Belgium of Our Own»: The Sack of Russian Kalisz, August 1914 // *Kritika: Explorations of Russian and Eurasian History*. – 2009. – Vol. 10, N 3. – P. 442.

² Ibid. – P. 451–452.

³ См., напр.: Резанов А.С. *Немецкие зверства*. – Пг.: М.А. Суворин, 1914. – 438 с.

⁴ Так, М.М. Пришвин в своем дневнике 13 августа 1914 г. отметил возвращение Льва Шестова из Германии. По словам Пришвина, Шестов подтвердил его «соображения и предчувствия: немцы уверены, что мы были причиной войны, русские совершенно так же, как мы: немцы. И о “зверствах”, что никаких особенных зверств нет, просто тяжелое путешествие в военное время». Пришвин М.М. *Дневники. 1914–1917*. – СПб: Росток, 2007. – С. 84.

пломатических работников, священников, а также частных лиц. За годы войны были собраны сведения о более чем 15 тыс. нарушенных законов и обычаев войны, отчеты комиссии были растиражированы в 3 млн экз.¹ Однако большие тиражи не могли компенсировать недостаток доверия к источникам. Комиссия состояла почти полностью из чиновников, в ней не было, по выражению Лассуэлла, «лиц, известных во всем мире своей верностью истине». С недоверием к деятельности комиссии относились военные, видевшие в ней вмешательство в «чужие дела». Пресса часто высмеивала поставленную на поток фиксацию «зверств»². Наконец, фронтовики видели в «зверствах» скорее неприглядную сторону войны, чем доказательство озверения вражеских народов³.

Преступления австро-германских войск освещались с целью дегуманизации немецкого народа, создания из него «врага рода человеческого»⁴. В националистической прессе борьба с Германией изначально воспринималась как борьба с немцами и всем «немецким». Под влиянием сообщений о «немецких зверствах» запрещались постановки произведений немецких и австрийских композиторов, постановки немецких пьес в театрах, ставился вопрос об исключении немецких ученых из университетов и Академии наук⁵. Антинемецкие выпады встречались в публичных выступлениях, с кафедр университетов, в «толстых» литературных журналах. Наибольшую известность в связи с этим получила лекция В.Ф. Эрн «От Канта к Круппу». Автор утверждал, что у истоков войны лежала германская философия, давшая немцам идейное обоснование их превосходства над другими народами⁶.

Борьба с «немецким засильем» вскоре приняла вполне осязаемые черты законодательных актов и репрессий со стороны властей. Уже в первые дни войны начались аресты немецких подданных, подозреваемых в шпионаже. Подозрения быстро перекинулись на

¹ Асташов А.Б. «Зверства» войск антирусской коалиции в 1914–1918 гг.: военный опыт и пропаганда // Первая мировая война, Версальская система и современность : сб. статей / отв. ред. И.Н. Новикова, А.Ю. Павлов, А.А. Малыгина. – СПб : Изд-во РХГА, 2014. – С. 67.

² Там же. – С. 69.

³ Там же. – С. 72.

⁴ *Hostes humani generis* // Новое время. – 1914. – 3 августа.

⁵ Аксенов В.Б. Слухи, образы, эмоции. Массовые настроения россиян в годы войны и революции (1914–1918). – М. : Новое литературное обозрение, 2020. – С. 46.

⁶ Там же. – С. 59.

всех людей с немецкими (или звучавшими как немецкие) фамилиями. Seriously затронули репрессии и экономику. В январе и декабре 1915 г. были обнародованы указы, предписывающие вражеским подданным выйти из состава акционеров и продать свои фирмы и предприятия¹. Под ударом оказалась собственность немецких колонистов. Меры властей были тем решительнее, чем сильнее в обществе развивалась шпиономания. Поиски немецких шпионов со временем стали приводить «наверх». Широко распространился слух о предательстве «немки»-императрицы, якобы передающей по прямому телефону секретные сведения в Берлин². Слухи усиливались по мере ухудшения положения на фронте. В конце мая 1915 г., в разгар «великого отступления», по Москве прокатился немецкий погром, быстро переросший в массовое мародерство. Одной из главных причин погрома были распространявшиеся через прессу германофобия и шпиономания.

Такие настроения в печати были преобладающими, но отнюдь не единственными. Кадетская печать, поддержав войну с Германией, выступила против борьбы с германской культурой, против репрессий людей с немецкими фамилиями. Это стало поводом для возобновления взаимных нападок. В этом пассаже «Речь» явно намекала на «Новое время» и ее союзников: «Война с Германией и Австрией открыла новое поприще нашим крикунам для упражнения их голосовых связок. Чем усерднее крикуны эти расстилались перед германским сапогом... тем яростнее теперь стараются... уверить, что они всегда ненавидели наших нынешних врагов, всегда против них предостерегали»³. Критике подвергалась и борьба с «немецким засильем». «Речь» с нескрываемой усмешкой рассуждала о необходимости вытеснения с русского рынка «напеченных под дудочки» немецких канареек и замены их «вольными русскими канарейками старинного овсянистого напева»⁴. Против «огульных» обвинений германской культуры и философии на страницах либеральной печати выступали многие писатели, общественные деятели⁵.

¹ Лор Э. Русский национализм и Российская империя : кампания против «вражеских подданных» в годы Первой мировой войны. – М. : Новое литературное обозрение, 2012. – С. 80–83.

² Аксенов В.Б. Указ. соч. – С. 216.

³ Речь. – 1914. – 22 декабря.

⁴ Германские канарейки // Речь. – 1915. – 22 января.

⁵ Первая ступень // Русские ведомости. – 1914. – 20 августа; Виноват ли Кант? // Русские ведомости. – 1915. – 11 февраля.

Появление таких мнений в печати показывает, что правительство допускало критику антигерманской пропаганды или, по крайней мере, не видело для себя вреда в этой критике. Военные цензоры не обязаны были вычеркивать такие материалы, хотя и могли это делать, учитывая их широкие полномочия согласно «Временному положению о военной цензуре»¹. Время от времени предпринимались карательные цензурные меры. 20 июля 1914 г. распоряжением великого князя Николая Николаевича была закрыта «Речь» (открытая, правда, уже через два дня). Однако даже жесткий цензурный надзор еще не означал полный контроль, значительная часть прессы оставалась вполне самостоятельной. То же можно сказать и о книжной продукции, которая ориентировалась прежде всего на спрос и практически не участвовала в целенаправленной пропаганде. Как только схлынула волна общественного интереса к теме «немецких зверств», с полок исчезли и соответствующие издания. В 1914–1916 гг. закрылось большинство газет и журналов, целиком посвященных войне. Нужны были новые способы подпитывать уверенность общества в том, что конец войны близок.

3.4. Иллюзия победы

Осенью 1914 г. Западный и Восточный фронты постепенно стабилизировались, рухнули надежды и планы обеих сторон по разгрому врага в нескольких решительных сражениях. Война затягивалась, и ее продолжение нужно было не только объяснять, но и развернуть в свою пользу. Важно было постоянно демонстрировать устойчивость экономического положения страны, высокий моральный дух армии, готовность населения к дальнейшим жертвам.

Изображение военных действий в печати беспокоило военное командование. Формально на газеты были наложены серьезные цензурные ограничения, однако контроль над прессой не всегда был на соответствующем уровне. Ставка и ГУГШ постоянно требовали от военной цензуры наказать ту или иную газету за раз-

¹ В частности, пункт 31 «Положения» позволял не допускать к публикации сведения, которые «могут, по мнению цензора, оказаться вредными для военных интересов государства». Такая трактовка давала возможность запретить фактически любой материал, в том числе и не имеющий прямого отношения к войне. См.: Временное положение о военной цензуре в связи с действующим уставом о цензуре печати. – Одесса : Спорт и наука, 1914. – С. 12.

глашение военных тайн¹. Претензии были во многом обоснованы: дежурные цензоры часто пропускали запрещенные сведения. Редакция, со своей стороны, стремилась первой сообщить читателю интересную новость, пусть даже и с нарушениями цензурных правил. Кроме того, многие материалы не попадали в рамки ограничений, но могли быть «вредными» для общественного настроения. Так, цензорам предписывалось не допускать материалы, «могущие угнетающе действовать на читателей»².

Пресса критиковалась за «неверное» описание боев и «неправильную» подачу новостей с фронта. ГУГШ рекомендовал газетам максимально выделять победы союзников в заголовках, даже если они были незначительны и в итоге окончились отступлением³. Подбирались и слова для смягчения впечатления от поражений. В официальных сводках Ставки отступления зачастую назывались «сокращениями фронта». Редакция газеты «Русское слово» получила из Ставки 14 июля 1915 г. такую рекомендацию: «Необходимо путем неофициальных статей и широко поставленных разъяснений печати подготовить общественное мнение к вопросу о возможности наступления такой обстановки, при которой нам по стратегическим соображениям придется озаботиться сокращением нашего фронта в пределах Варшавского военного округа»⁴.

Изменилась тактика и в изображении противников. Определенную помощь оказывала распространенная точка зрения: Германия и Австрия, окруженные со всех сторон, вынуждены будут сдать самое позднее в 1915 г. На ежедневных пресс-конференциях, которые ГУГШ проводил с начала августа 1914 г., специально присланный офицер Генерального штаба (полковник А.М. Мочульский) сообщал о положении на фронтах, о состоянии союзных и вражеских армий. Важной задачей Мочульский считал опровержение немецкой и австрийской «лжи» о положении на фронте и внутри России. Но это, по выражению Лассуэлла, сражение «картонными мечами против стальных» скоро прекратилось. Составители сводок для печати осознали, что «опровержение лжи» неизбежно влекло за собой ее повторение и излишнее рекламиро-

¹Центральный государственный архив г. Москвы (ЦГА Москвы). Ф. 31. Оп. 3. Д. 1872. Л. 265.

²Российский государственный военно-исторический архив (РГВИА). Ф. 13839. Оп. 1. Д. 4. Л. 28.

³РГВИА.Ф. 2000. Оп. 1. Д. 4900. Л. 102.

⁴Российский государственный архив литературы и искусства (РГАЛИ). Ф. 595. Оп. 1. Ед. хр. 37. Л. 9.

вание. Вместо этого Мочульский призывал печать расценивать немецкие новости как заведомо лживые и не нуждающиеся в опровержении¹.

Поначалу на пресс-конференциях речь шла больше о военных действиях, однако с конца августа 1914 г. значительно увеличилось количество новостей о тяжелом экономическом положении Центральных держав. Русская пресса подобных новостей была полна и ранее, благодаря телеграммам ПТА. Однако на пресс-конференциях Мочульского эти сообщения приобрели систематический характер. Сам Мочульский заявил представителям газет, что «главный вопрос войны – не в интенсивности напряжения сил... но в продолжительности этого напряжения»². Иными словами, победителем окажется тот, у кого больше человеческих и материальных ресурсов, кто может продержаться дольше противника. Соответствующей была и подборка новостей из стана врага: паника на немецких биржах, вздорожание продуктов, рост безработицы, возобновление партийной борьбы, недовольство правительством³. Большое внимание уделялось проблемам германской и австрийской армий. Фронтовые корреспонденты подробно рассказывали о «брустверах из мертвых», об уничтожении целых дивизий и корпусов противника⁴. ПТА и ГУГШ дополняли эти картины сухой статистикой и регулярно сообщали, что на фронт призвано почти все мужское население Германии и Австро-Венгрии, что начали призывать уже детей, стариков, увечных и душевнобольных⁵. Постоянными сюжетами были недостаток оружия, продовольствия и обмундирования, желание мира и мечты о попадании в плен. Особо отмечались разногласия между Германией и Австрией, а также внутренние конфликты между немцами и австрийцами, между пруссаками, баварцами и саксонцами, между чехами и венграми и т.д.⁶

Намеки на скорый крах Центральных держав читатель должен был видеть буквально в каждой детали, об этом должен был говорить каждый факт – от записей в дневнике солдата до нервозности генералов⁷. Символом медленного, но верного упадка было

¹ РГВИА.Ф. 2000. Оп. 1. Д. 4900. Л. 21.

² Там же. Л. 66 об.

³ Там же. Л. 63, 75.

⁴ Очерки боевой жизни под Лодзью // Русское слово. – 1914. – 10 декабря.

⁵ РГВИА.Ф. 2000. Оп. 1. Д. 4900. Л. 103.

⁶ Ненадежность баварских и баденских войск // Новое время. – 1914. – 9 августа; РГВИА.Ф. 2000. Оп. 1. Д. 4900. Л. 85.

⁷ Деморализация германских войск // Новое время. – 1914. – 2 августа.

состояние здоровья Вильгельма II и австрийского императора Франца-Иосифа. Последний был особенно ценен для союзной пропаганды: глубокий старик, реликт уходящей эпохи, стоит у края могилы и тянет за собой свою умирающую империю¹. Чем дольше продолжалась война, тем изощреннее описывалась медленная смерть противников. Наступления «голодных немцев» иногда объяснялись поисками еды, на австрийском флоте обнаруживались гомосексуальные связи, на берлинских свалках – специальные контейнеры для сбора пригодных к еде отбросов, а в венских парках – картофельные поля².

Формально газеты не отказывались принимать подобные новости, особенно это касалось провинциальной прессы, не имевшей собственных корреспондентов за рубежом. Но столичная печать публиковала эти ежедневные бюллетени от Мочульского без большой охоты из-за невозможности эти новости проверить и опереться на какой-либо авторитетный источник. ГУГШ в этом не особенно помогал, Мочульский строго запрещал газетам ссылаться на Ставку или Генеральный штаб. Редакциям приходилось публиковать эти новости под заголовком «от авторитетного (высокоавторитетного) источника», что не вызывало доверия у читателей, особенно на фоне большого числа слухов и домыслов. ГУГШ предпринимала попытки повысить достоверность этих новостей. Обычной практикой было привлечение в качестве автора новости некоего «лица», способного судить об увиденном непредвзято. Чаще ими были якобы граждане нейтральных государств, недавно посетившие Германию, Австро-Венгрию или Турцию³. О проблемах в стане врага часто «сообщали» и сами немцы и австрийцы, якобы через найденные у погибших солдат и офицеров дневники, письма⁴.

Однако эти манипуляции не могли снизить возрастающий скепсис относительно газетных сообщений о враге. Напротив, уже осенью 1914 г. в печати (в основном в кадетской) появились статьи, авторы которых призывали перестать недооценивать противника и не ждать, что он сам сдастся на милость победителей⁵. Борьбу с

¹ Франц-Иосиф // Русское слово. – 1915. – 8 января.

² Военные известия // Речь. 1915. 4 марта; Скандал во флоте // Русское слово. – 1915. – 29 марта.

³ Внешние известия // Новое время. – 1914. – 29 ноября.

⁴ В Берлине // Русское слово. – 1914. – 6 сентября.

⁵ Письма о войне // Русские ведомости. – 1914. – 21 августа.

недооценкой противника начала даже военная цензура, предписывавшая цензорам не допускать к печати рассказы, в которых немцы и австрийцы сдаются в плен «легко и массами»¹. Испытанным путем – якобы через свидетельства фронтовиков – ПТА и ГУГШ также призывали читателей серьезно относиться к врагу².

Дискуссии о боеспособности противника обострились в период «великого отступления», которое само по себе опровергло большинство тезисов пропаганды. Печать в это время увлеклась другой крайностью: стремясь показать, как плохи дела со снабжением русской армии (а значит – как плох государственный строй в России), она порой не скупилась на похвалы в адрес противника³. В такие моменты особенно важно было одновременное сообщение о крупном успехе русской армии – то, что Лассуэлл называет «обнулением путем компенсации». В 1914 г. такой «компенсацией» стало взятие Львова вскоре после тяжелого поражения в Восточной Пруссии. После оставления Варшавы Ставка не могла предьявить ничего подобного, если не считать утверждений, что запертый в клетке «зверь» (Германия) яростно бьется о клетку, гнет прутья, но уже истекает кровью⁴. Неудивительно, что в августе – сентябре 1915 г. массово распространились слухи о скором взятии немцами Петрограда и Москвы⁵.

Таким образом, стратегия систематического изображения «слабого» врага не оправдала себя, этот образ плохо работал и в периоды затишья, а во время серьезного кризиса на фронте фактически рассыпался. Проблема была в том, что систематическая ложь и преувеличения в новостях о противнике могли воздействовать на общество ограниченное время, затем нужно было либо корректировать сюжеты, либо полностью сменять их. Ответственным за пропаганду не удалось избежать увлечения неправдой, которая «с высокой вероятностью будет опровергнута раньше, чем будет достигнута стратегическая цель» (Лассуэлл). В 1915 г., когда неправда стала очевидной, стратегическая цель – победа – была еще далеко за горизонтом.

¹ РГИА.Ф. 778. Оп. 1. Д. 3. Л. 36 об.

² Первые впечатления войны // Новое время. – 1914. – 12 августа.

³ Германия сейчас // Русское слово. – 1915. – 21 июля.

⁴ Гражданам // Русское слово. – 1915. – 12 июня.

⁵ Аксенов В.Б. Указ. соч. – С. 300.

3.5. Сохранение дружеских отношений

Большое значение имело и изображение союзников в массовой культуре. Попытки улучшить их образ предпринимались разными путями. Один из первых и самых доступных – прямой запрет критики. Цензоры обязаны были вычеркивать «нападки» на союзников, критику их действий и обвинения в недостаточной помощи, оказываемой ими России¹. Предпринимались и позитивные шаги, например – создание в мае 1915 г. Общества сближения Англии и России. Единению союзников посвящались открытки и плакаты, создавались положительные образы политических и военных руководителей, подчеркивалась их «простота», близость к народу и простому солдату. Газеты публиковали истории о посещениях фронта английским королем, о скромной обстановке кабинета французского главнокомандующего маршала Ж. Жоффра². Противовесом всегда служили австрийские и немецкие генералы, живущие в роскошных апартаментах и никогда не подходящие даже близко к нижним чинам³.

Особое место в союзной пропаганде занимал бельгийский король Альберт I. В русской печати регулярно публиковались истории о героизме «короля-солдата», который посещает фронт, попадает под обстрелы, участвует в разведывательных полетах⁴. Об Альберте I были напечатаны сотни газетных материалов, о нем издавались брошюры и песенники, он был изображен на лубках и открытках. Таким же был образ сербского королевича Александра, учитывая схожесть бельгийского и сербского сюжетов: маленький, но гордый народ, во главе со смелыми монархами, вступает в схватку с коварным, жестоким и более сильным врагом. Популярно было сравнение сопротивления Бельгии и Сербии со схваткой Давида и Голиафа, монархи же изображались как эпические герои. Один из журналистов «Нового времени» так начал свою статью о Бельгии: «Жил-был король Альберт. Я говорю “жил-был” потому, что легендарная слава его как бы сама не терпит настоящего времени. Он весь, – всем существом, всем героизмом, всем ореолом

¹ РГВИА.Ф. 13839. Оп. 1. Д. 3. Л. 47.

² Генерал Жоффр // Русское слово. – 1914. – 9 декабря.

³ В штабе Бюлова // Русское слово. – 1914. – 13 декабря.

⁴ Русские ведомости. – 1914. – 14 октября; Война в воздухе // Русские ведомости. – 1915. – 6 февраля.

своим, – принадлежит тому, что в грамматиках называется “прошедшим” и даже “давно прошедшим”»¹.

Вильгельм II, напротив, изображался далеким от солдат, некомпетентным в военных вопросах, замкнутым, капризным и безжалостным. И пока Альберт I личным примером воодушевлял бельгийских солдат на передовой, Вильгельм II якобы «хладнокровно наблюдал в бинокль» гибель целых частей, брошенных им для взятия незначительных целей². Вообще, противопоставление германского кайзера и бельгийского короля символизировало противостояние свободного человека-патриота и бездушной немецкой военной машины. Это отражалось и на изображении войск: в то время как союзные войска проникнуты духом борьбы, защиты родины, немцы и австрийцы идут на войну только по приказу. «Немецкое войско состоит из автоматов, сплетенных проводами и кнопками: каждый из них приводится в движение другим. Кайзер нажимает на главнокомандующих, те – на подчиненных, вплоть до последнего рядового. Автоматическая армия, автоматическая стратегия и тактика, вплоть до автоматической дисциплины и храбрости», – отмечало «Русское слово»³.

Однако создание положительного образа Англии и Франции изначально наталкивалось на целый ряд трудностей. Прежде всего, сложно было доказать подлинное единство союзников. Тройственное согласие изначально выглядело противоестественным союзом, участники которого имеют слишком много различий и противоречий. Правая печать традиционно с подозрением относилась к Англии и Франции, публично выступая за новое сближение с Германией и Австрией и создание «оплота монархизма» в Европе. Мировая война приглушила эти призывы, но не искоренила подозрительности к «коварному Альбиону» и французским республиканцам⁴.

Значимым был и географический фактор. В годы мировой войны Россия оказалась практически полностью отрезанной от союзников, крайне затруднительно было наладить поставки оружия и боеприпасов в тех объемах, что нужны были русской армии. Тем не менее в общественном сознании быстро закрепилось пред-

¹ Жил-был король // Новое время. – 1914. – 15 ноября.

² Вильгельм // Русское слово. – 1914. – 27 октября.

³ Автоматы // Русское слово. – 1914. – 11 сентября.

⁴ Иванов А.А. Правые в русском парламенте : от кризиса к краху. – М. ; СПб. : Альянс-Архео, 2012. – С. 110–111.

ставление об эгоистичных союзниках, которые используют русскую армию как «пушечное мясо» для ослабления Германии. Чем хуже была обстановка на фронте, тем сильнее распространялись эти взгляды, а в разгар «великого отступления» они появились и на страницах печати. Известность получила статья в «Утре России», автор которой назвал Антанту «союзом человека с лошадью». России, писал он, отведена роль рабочей лошади, на которую «навьючили потери и людьми, и золотом»¹.

Февральская революция позволила внести коррективы в пропаганду единства союзников. Отныне было устранено главное препятствие к объявлению войны с Германией войной между свободой и авторитаризмом. Тем не менее противоречия между союзниками никуда не делись, а наоборот – еще больше обострялись, по мере того как русская армия теряла боеспособность. Одной из причин того, что эти противоречия перетекали и в массовое сознание российского общества, было отсутствие слаженной и идейно выверенной пропаганды в России.

3.6. Деморализация врага

Важнейшей задачей пропаганды было деморализующее влияние на вражеское население и войска. Для этого требовалась тесная координация правительства и военного командования для подбора «правильных» с политической точки зрения слов для противника. Ставка и МИД изначально главными «мишенями» выбрали австрийских славян. Примером координации в этом направлении были «воззвания» великого князя Николая Николаевича «К полякам» и «К народам Австро-Венгрии». К разработке первого документа были причастны высшие чиновники МИД и чины Ставки (С.Д. Сазонов, генерал Н.Н. Янушкевич, князь Г.Н. Трубецкой²). Воззвание к народам Австро-Венгрии также составлялось чиновниками МИД бароном М.Ф. Шиллингом и Л.В. Иславиным³. Другие же варианты воззваний (к народам При-

¹ Алексеева И.В. Агония сердечного согласия : царизм, буржуазия и их союзники по Антанте, 1914–1917. – Л. : Лениздат, 1990. – С. 120.

² Бахтурина А.Ю. Воззвание великого князя Николая Николаевича к полякам 1(14) августа 1914 г.: значение и политические последствия // Acta Historica Universitatis Klaipedensis. – 2015. – Т. 31. – С. 46.

³ Асташов А.Б. Пропаганда на Русском фронте в годы Первой мировой войны. – М. : Спецкнига, 2012. – Режим доступа: <https://www.propagandahistory.ru/>

карпатской и Угорской Руси, чехам и другим славянам) разрабатывались уже Ставкой и командованиями фронтов. Если первое воззвание обещало полякам воссоединение (хоть и «под скипетром» русского царя), то народы Галиции и Буковины должны были довольствоваться только перспективой воссоединения с Россией. Стремясь привлечь читателя расплывчатыми обещаниями, составители делали акцент на эмоциональном эффекте, широко использовали художественные приемы. Так, галичанам возвания и листовки сулили освобождение из австрийской «неволи», «мир, свободу и правду» и т.п.¹

Однако для реального влияния на умы австрийских солдат и жителей Галиции нужны были более конкретные обещания. В МИД и в Ставке царила уверенность, что торжественных слов вполне достаточно, что австрийские славяне и без того поголовно жаждут сдать в русский плен. Это ошибочное мнение отрицательно повлияло и на идейное наполнение, и на организацию русской пропаганды. В то время как русские листовки возвещали о мифическом славянском единстве, австрийские и немецкие листовки предлагали русским солдатам вполне конкретные преимущества от сдачи в плен: безопасность, теплый кров, хорошее питание. Большой ошибкой было и снисходительное, даже презрительное отношение к пропаганде как таковой. Направляя большую часть усилий на австрийских славян, Ставка поначалу почти не обращала внимания на пропаганду в Восточной Пруссии и в германских войсках, это считалось пустой тратой сил и средств. Как в русском командовании, так и в русской печати господствовало мнение, что пропаганда – признак слабости, последний довод обреченного на поражение. Это хорошо видно по масштабам пропаганды на фронте: немцы и австрийцы тратили на нее гораздо больше сил и средств. В ходе войны предпринимались попытки нарастить производство листовок, однако ситуацию это не изменило.

books/Aleksandr-Astashov_Propaganda-na-Russkom-fronte-v-gody-Pervoy-mirovoy-voyny (дата посещения: 06.06.2020).

¹ Асташов А.Б. Пропаганда на Русском фронте в годы Первой мировой войны. – М. : Спецкнига, 2012. – Режим доступа: https://www.propagandahistory.ru/books/Aleksandr-Astashov_Propaganda-na-Russkom-fronte-v-gody-Pervoy-mirovoy-voyny (дата посещения: 06.06.2020).

3.7. Условия и методы пропаганды: основные выводы

Русская пропаганда времен Первой мировой войны старалась перенять формы и методы, которые использовали союзники и противники России. Однако в плане организации ответственные ведомства пошли по «германскому» сценарию: обособленность разных учреждений, недоверие военных к гражданским властям и общественным силам, готовым помочь государству внушить народу необходимость продолжать войну до победного конца. Отсутствие координации приводило к серьезному дефициту ретрансляторов пропаганды. Участие в пропагандистских кампаниях прессы, издание литературы и лубков не должно вводить в заблуждение. Большинство газет и журналов, типографий и типолитографий были частными учреждениями, искавшими выгоды и в военное время. Их заинтересованность, например, в сюжете о «немецких зверствах» во многом была вызвана читательским интересом и пошла на убыль вместе с ним. Даже продолжая поддерживать войну до «победного конца», газеты и журналы разных направлений по-разному понимали цели России в войне, горячо спорили по поводу «немецкого засилья» и послевоенного мироустройства. У власти было не так много рычагов влияния на эти дискуссии. Военная цензура оказалась малоэффективна, несмотря на предоставленные ей в военное время широкие полномочия.

Вторым важным фактором была недостаточно слаженная система поставки информации о войне, о союзниках и противниках. Ежедневные сообщения Ставки печать часто критиковала за «сухость» и малоинформативность¹. Не меньше критики получало ПТА, нередко выдававшее непроверенную, противоречивую информацию². Чтобы быть более независимыми, газеты стремились найти альтернативные источники информации, получить собственных корреспондентов на фронте и за границей. Пропагандистские издания (книги, брошюры, лубки) выходили относительно небольшими тиражами и к 1916 г. мало выделялись в общем книжном потоке.

Тем не менее перечисленные недостатки нельзя отнести на счет только русской пропаганды. Со схожими проблемами сталки-

¹ РГВИА.Ф. 2000. Оп. 1. Д. 4900. Л. 29 об.

² Наступление германских войск // Русские ведомости. – 1914. – 29 июля.

вались и союзники по Антанте, и противники. Местная печать также была по большей части независимой от правительства, военная цензура там имела не меньшие (если не большие) полномочия, а пропагандистская литература уступала в тиражах беллетристике. Были у русской пропаганды и отдельные достижения. В 1915–1916 гг. был значительно увеличен объем пропагандистской литературы, наметились тенденции к централизации пропаганды, улучшению взаимодействия ведомств.

Главное отличие крылось глубже и «уходило своими корнями в неразвитость массовой культуры в дореволюционной России»¹. К 1914 г. в России выходило в 3–15 раз меньше газет, чем в странах Западной Европы и США². Относительно низкими были и тиражи массовой литературы. Полиграфическая промышленность России в этот период отличалась преобладанием небольших предприятий, невысоким уровнем механизации труда, сильной зависимостью от зарубежного оборудования и сырья³. В годы войны падение импорта вылилось в острый дефицит полиграфических материалов и сильное удорожание печатного производства. Результатом было уменьшение тиражей и количества выходящих книг, газет и журналов. Правительство не предприняло достаточных мер к облегчению доступа населения к печати, особенно той ее части, что была призвана нести в умы «правильные» представления о смысле и целях войны. Отсутствовала и идеология, позволявшая создавать простые и понятные лозунги, объединять народ в достижении победы. Ни в городе, ни в деревне, ни в армии не было четкого понимания того, зачем ведется война, во имя чего приносятся такие огромные жертвы.

Выделенные Лассуэллом четыре направления пропаганды – мобилизация ненависти к врагу, создание положительного образа союзника, завоевание симпатий нейтральных государств и деморализация врага – не оставались в России без внимания. Но приложенных усилий оказалось недостаточно вследствие недооценки роли пропаганды, несогласованности в ее развитии, а также сравнительной неразвитости в России средств массовой информации. Война становилась все менее популярной, но ответные пропаган-

¹ Асташов А.Б. Русский фронт в 1914 – начале 1917 года. Военный опыт и современность. – М. : Новый Хронограф, 2014. – С. 551.

² Там же. – С. 555.

³ Орлов Б.П. Полиграфическая промышленность Москвы. : Очерк развития до 1917 г. – М. : Искусство, 1953. – С. 290.

дистские усилия были спорадическими, непоследовательными и недостаточными для разворота общественных настроений.

* * *

Совсем недалек момент, когда наступит вековой юбилей первой публикации «Техники пропаганды в мировой войне». Книга Лассуэлла в целом далеко не устарела, хотя, конечно, велик соблазн сопроводить эту констатацию оговоркой «к сожалению», поскольку современные информационные войны становятся все более ожесточенными. Она, безусловно, имеет большую ценность и как памятник социальной мысли, и как пропуск в творческую лабораторию выдающегося исследователя. Мы полагаем поэтому, что появление нового и полного русского перевода «Техники пропаганды...» весьма своевременно.

Мы хотели бы поблагодарить автора перевода, старшего научного сотрудника ИНИОН РАН, доцента Национального исследовательского университета Высшая школа экономики, канд. соц. наук В.Г. Николаева. На протяжении многих лет Владимир Геннадьевич ведет рубрику «Социологическая классика» в издаваемом ИНИОН РАН реферативном журнале (сер. 11 «Социология»). Благодаря его подвижническим усилиям в русскоязычный научный оборот вошли тысячи страниц произведений крупнейших американских и британских социальных мыслителей XIX – первой половины XX в. Особый вклад В.Г. Николаев вносит в подготовку переводов классиков Чикагской школы. Появилась уже целая библиотека трудов таких мыслителей, как Дж.Г. Мид, Л. Вирт, Р. Парк, Ч.Х. Кули и др. Теперь в этом ряду достойное место займет «Техника пропаганды в мировой войне» Г. Лассуэлла. Мы очень надеемся на продолжение совместной работы с В.Г. Николаевым, в том числе и на подготовку новых переводов произведений Лассуэлла.

ОТ ПЕРЕВОДЧИКА

Книга Гарольда Дуайта Лассуэлла «Техника пропаганды в Мировой войне» (1927) уже давно стала классикой политической науки, и в частности – теории пропаганды. Удивительно, но впервые на русском языке перевод этой книги появился уже в 1929 г., спустя всего два года после издания оригинала, притом в то время, когда западная социально-научная литература в Советском Союзе уже почти не переводилась и не издавалась¹. По всей видимости, счастливая судьба именно этой книги была обусловлена ее практической полезностью для налаживания и совершенствования советской пропагандистской работы (книга вышла в «Библиотеке иностранной военной литературы»).

Этот старый перевод сослужил свою службу. Книга, по сути, разобрана на цитаты, и различные рассуждения и материалы, представленные в тексте Лассуэлла, обильно пропитывают советскую и постсоветскую литературу о военной пропаганде. Между тем этот перевод устарел. Прежде всего, он был сокращенным; в нем опущен ряд принципиально важных мест². Кроме того, в нем немало все-

¹ Ласвель Г. Техника пропаганды в Мировой войне / Сокр. пер. с англ. в обработке Н.М. Потапова, с предисл. М. Гуса. – М. ; Ленинград : Государственное издательство. Отдел военной литературы, 1929. – (Библиотека иностранной военной литературы).

² На полях можно заметить, что – как это ни удивительно – не всегда лакуны были обусловлены цензурой. Так, в переводе сохранились места, в которых рассказывалось о связи революции 1917 г. с тайной работой Германии, нацеленной на выведение России из войны (в том числе знаменитая история о «пломбированном вагоне»), а также о работе американской агентуры в России после революции. Внимательное знакомство с этим переводом показывает, что в нем опускались прежде всего труднопереводимые места и фрагменты теоретического характера, видимо, не представлявшие прямого практического интереса (всегда – без указания лакун).

возможных ошибок, и это не только неточные написания, например, имен или топонимов, но и просто смысловые ошибки, связанные с недостаточным знанием английского языка и отсутствием хороших словарей. Для практических целей пропагандистов и агитаторов это были не гибельные недостатки, но для более серьезного использования старое издание явно уже не годится.

Перед нами стояла задача впервые сделать полноценное издание этой классической работы Лассуэлла на русском языке, отвечающее современным стандартам публикации переводных классических текстов. Отличия этого издания от прежнего можно коротко описать следующим образом.

1. Это полный перевод книги.

2. В тексте Лассуэлла встречаются ошибки в названиях и указываемых годах издания упоминаемых книг, а также в фамилиях и инициалах авторов. Здесь они были исправлены (в прежнем издании – воспроизводились без исправлений по оригиналу).

3. Для всех упоминаемых в тексте книг и статей (за исключением ряда случаев, когда отыскать выходные данные оказалось невозможно) приведены полные библиографические описания. Они вынесены в примечания.

4. Названия различных организаций, органов, ведомств, комиссий и т.п., обильно встречающиеся в тексте Лассуэлла, даются по тем вариантам их перевода, которые употребляются в специальной литературе и, насколько возможно, в словарных и энциклопедических статьях. В тех случаях, когда эти названия приводились Лассуэллом по-немецки, по-французски и т.п., в переводе сохранялись эти оригинальные написания, а в скобках (там, где это было необходимо по смыслу) давался перевод на русский.

5. В оригинале у Лассуэлла содержатся многочисленные названия книг, статей, брошюр и т.п. (иногда целые перечни) на иностранных (для автора) языках (немецком, французском, итальянском). В настоящем издании эти написания в основном корпусе текста сохранены с добавлением в скобках перевода на русский; в ряде случаев характер текста делал невозможным этот тип передачи, и тогда сначала давалось название на русском, а в скобках – оригинальное название; библиографические описания неизменно выносились в примечания. В прежнем переводе иноязычные названия иногда опускались, иногда давались без русского перевода. Перечни текстов в прежнем издании иногда выносились в примечания; в настоящем же издании они оставлены в основном корпусе книги, как и в оригинале. Стоит добавить, что местами

названия упоминаемых книг в тексте Лассуэлла входят в состав предложений как смысловые части; в этих случаях мы пытались, насколько возможно, придерживаться правил, которые только что описали, вследствие чего текст перевода оказывается местами перегружен; некоторым утешением при этом служило то, что таких перегруженных мест в книге не очень много.

6. Отдельной трудной задачей была передача своеобразного языка, которым написан переводимый текст. Лассуэлл практически не пользуется в нем сложной и жесткой терминологией, о чем и сам говорит в начале книги. Язык автора нередко метафоричен и иногда близок к разговорному. Вместе с тем это не художественный текст, местами он далек от изящества. Исходя из этого мы пытались сделать текст, насколько возможно, более читабельным, не поступаясь при этом точностью ради красоты слога и стараясь избегать вольностей, к которым исподволь подталкивала стратегия художественного перевода (а соблазн выбрать эту стратегию иногда был велик).

Перевод сделан по изданию: Lasswell H.D. Propaganda technique in the World War. – N.Y. : Peter Smith, 1938.

В.Г. Николаев

Моим родителям
АННЕ ПРЭТНЕР ЛАССУЭЛЛ
ЛИНДЕНУ ДАУНИ ЛАССУЭЛЛУ

БЛАГОДАРНОСТИ

Среди всех библиотек, которыми я пользовался, хотелось бы выразить особую признательность *Musée et bibliothèque de la guerre* (Париж). Среди многих пропагандистов и журналистов, с которыми я консультировался и спорил, было бы несправедливо кого-то выделять. В академической среде я очень и очень многим обязан в личном и профессиональном плане Чарльзу Э. Мерриаму, руководителю отделения политической науки Чикагского университета, который не только подбадривал меня в этом начинании, как и во всякой попытке сойти с избитых троп формализма, но и поделился со мной особым опытом, который он получил, будучи во время Войны членом Комитета общественной информации в Италии. Куинси Райт, профессор политической науки в этом же учреждении, спас меня от нескольких ошибок. За все несовершенство замысла и исполнения отвечаю только я.

Г.Д. Л.
Чикаго

Глава I

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

После Войны 1914 г. наблюдается множество признаков интереса к международной пропаганде. Людями, занимавшими во время этой войны ответственные пропагандистские посты, опубликовано несколько книг. Крил в США, Стюарт в Англии, Николаи в Германии, Вайц и Тоннеле во Франции обнародовали немалую часть своих отчетов. Поделились своими мемуарами отдельные высокопоставленные и рядовые пропагандисты; и какое бы мы ни взяли воспоминание, опубликованное после заключения мира, какие бы ни услышали оправдания, всюду упоминается международная пропаганда.

Профессора, студенты, публицисты нарастили поток систематических размышлений и систематических исследований на эту тему. В Германии, где была проделана наилучшая работа, среди заметных имен можно выделить Иоганна Пленге, Эдгара Штерн-Рубарга, Фердинанда Тённиса и Курта Башвица¹. Некоторой ценностью обладают исследовательские монографии, подготовленные Шёнеманном (писавшим по-немецки о США), Маршаном (написавшим по-французски о некоторых аспектах немецкой пропаганды), Вилером (осветившим по-немецки ряд специальных проблем) и некоторыми другими авторами. Демарсьяль препарировал собственную французскую и союзническую пропаганду времен Войны в книге, внесшей яркий вклад в развенчание мирового общественного мнения. Представители новой профессии, посвятившие себя пропаганде, или рекламному воздействию, приступили к ра-

¹ Названия их книг, а также других упоминаемых далее работ см. в библиографии в конце книги.

ционализации собственных практик. Книга Бернейса и книга Уайлдера и Бьюэлла стали первыми ласточками в этой литературе. Университеты стали предлагать лекционные курсы, посвященные этой новой технике, и на сегодня в Штутгарте, Париже, Лондоне и Стэнфорде собраны богатые коллекции военных пропагандистских материалов.

То, что теперь роли пропаганды в международной политике, особенно в военное время, уделяется более пристальное внимание, чем раньше, имеет много причин. В мире выросла новая любознательность в отношении того, что происходит за рубежом. Некоторые из тех, кто в довоенные годы был склонен воспринимать сменявшие друг друга волны международной вражды и дружелюбия как неизбежные проявления вселенского фатума, правящего восходами солнца и выпадениями дождя, стали с подозрением относиться к сверхъестественному, или безличному характеру этих событий. Появилось слово, приобретшее для многих зловещее звучание: Пропаганда. Мы живем в окружении большего, чем когда-либо прежде, количества людей, которых озадачивает, беспокоит и раздражает неведомое умение, по всей видимости, их одурачившее и низведшее их на низшую ступень. Оно часто становится объектом поношения и, следовательно, интереса, обсуждения и, в конечном счете, исследования.

Эти люди зондируют таинства пропаганды с той смесью восхищения и досады, с какой жертвы какого-нибудь нового жульничества в азартной игре требуют, чтобы им все объяснили. Во многих умах этот доверчивый утопизм, питавшийся могущественными словами, которые эксплуатировали надежды масс во время войны, уступил место цинизму и разочарованию, и для этих ревностных душ пропаганда – дело куда более серьезное. Некоторые из тех, кто так безоговорочно доверял и так страстно ненавидел, приложили руку к человекоубийству; они калечили других людей и, возможно, были в ответ покалечены; они подстегивали других к тому, чтобы обнажить меч, высмеивали и порочили тех, кто отказывался неистовствовать так, как это делали они. Одураченные пропагандой? Коли так, то их терзает знание того, что они были слепыми пешками в планах, которые вынашивали не они, в планах, которых они не изобретали, не понимали и не одобряли.

В поверженных странах, например в Германии, военные ухватились за пропаганду, чтобы спасти свое лицо. Они заявляют, что не сокрушительный огонь союзнических батальонов нанес их армии поражение, а что их нация потерпела крах в тылу, поскольку

все чужеродные и радикальные элементы населения оказались легкими мишенями для соблазнительных искушений вражеской пропаганды. Публике это кажется правдоподобным, так как во время войны людей повсеместно призывали остерегаться пагубных влияний, идущих от пропаганды врага. На немцев отовсюду обрушивалось: «Рейтер, фабрикатор военной лжи»; Нортклифф – «министр лжи»; союзники (Allies) – «Всё ложь» (All-lies). Поэтому-то они и были предрасположены к тому, чтобы придавать пропаганде очень большое значение. После войны Германия лишилась военной мощи и в силу этого должна полагаться на более тонкие средства защиты и продвижения своих интересов, нежели вооруженное принуждение. Патриотически настроенные немцы заботятся о том, чтобы понять природу того ненасильственного оружия, которое было столь успешно применено для их сокрушения в военное время, и сегодня в Германии мы находим такой расцвет трактатов о международной пропаганде (ее природе, ограничениях и процессах), какого не находим больше нигде.

В какой-то степени нынешнее увлечение пропагандой обязано своим появлением ярым пацифистам. Широко распространилось убеждение, что к войнам приводит недоброжелательство и что для исчезновения войны нужно наложить «мораторий на ненависть». Может ли пропаганда дать оружие прямого нападения на психологию наций и явить способы и средства для того, чтобы посеять доверие там, где царит недоверие?

Вся дискуссия вокруг путей и средств контроля над общественным мнением служит свидетельством катастрофы традиционной разновидности демократического романтизма и роста диктаторских умонастроений. Пока демократы были в оппозиции, они могли сколько угодно бросаться на факт непогрешимого, хотя и всемогущего короля, бряцая фантазией всемудрой общественности. Вознесите на трон общественность и низложите короля! Передайте скипетр мудрым!

Знакомство с пришедшей к власти общественностью родило презрение. Современные размышления о демократии сводятся к более или менее сокрушенному утверждению, что демократы себя обманывали. Не было во власти общественности ни доброты, ни сдержанности. Благая жизнь кроется не в порывистом ветре общественных умонастроений. Это не органическая секреция орд, а кропотливое достижение немногих. Тот, кто любит благую жизнь, не обращается больше за советами к сэру Оракулу; он дергает за ниточки в представлении «Панч и Джуди». Так аргументирует

удрученный демократ. Давайте же подумаем вместе, братья, вздыхает он, и найдем, что такое благо, а найдя его, выясним, как сделать так, чтобы общественный разум его принял. Информировать, льстите, обманывайте и соблазняйте во имя общественного блага. Берегите конвенцию большинства, но диктуйте большинству!

К безрадостному любопытству обескураженного демократа можно добавить аналитический мотив обществоведа. Разделение социального мышления достигло наконец той точки, когда некоторые люди могут прочно погрузиться в объяснение того, как крутятся социальные колеса, в полном обособлении от настоящего порыва придать им особую направленность. Их дело – открывать и сообщать, а не философствовать и реформировать. Их больше заботит удовлетворение своего любопытства, чем следование по стопам божества, творившего человека по своему образу и подобию.

Люди, исследующие таинства общественного мнения в политике, должны, по крайней мере пока, опираться в подтверждении или отвержении своих спекулятивных рассуждений на нечто иное, нежели точное измерение. Обобщенные суждения об общественном мнении удерживаются в силу их правдоподобности, а не потому что они установлены экспериментально. Они отменяются, когда другие наблюдатели, у которых есть опыт относительно того рода фактов, на описание которых они претендуют, не соглашаются с первоначальным наблюдателем. Иногда это несогласие бывает резким и подчеркнутым, так как идет от людей, пытающихся использовать имеющиеся представления об общественном мнении для того, чтобы его контролировать. Это инженерная проверка. Ею пользуются пропагандисты и всевозможные рекламные агенты.

Догадки в области общественного мнения особенно восприимчивы к инженерным проверкам. В то же время значительная часть литературы об общественном мнении столь заумна и невнятна, что вообще не поддается эмпирической верификации. Существует масса теорий о том, что известно как общественное мнение вообще, и очень мало гипотез об общественном мнении в частности. Когда область общественного мнения разобрана на проблемы объяснения и контроля мнений по поводу проводимой политики, отношения к конкретным лицам и группам и отношения к разным способам политического участия, хотелось бы более ощутимого прогресса.

Заслуживает отдельного изучения, ввиду ее возрастающей важности, роль мнения в международной политике. Мы стали сви-

детелями рождения мировой общественности, и появилась она отчасти потому, что ее некогда привела в действие и организовала международная пропаганда. Интересы пересекают границы. Это чистый вымысел, будто граждане и правительства каждой страны воздерживаются от вмешательства в дела, находящиеся технически в ведении других стран. Например, летом 1925 г. германский Рейхстаг был втянут в рассмотрение предложения о введении покровительственных пошлин на сельскохозяйственные и промышленные товары. Теоретически это внутренний вопрос, оставляемый сугубо на усмотрение тех, кому выпало жить в границах юридической единицы, называемой Германией. Но на самом деле здесь были затронуты и внешние интересы, что вызвало давление, направленное на их защиту. Американские промышленники, чьим товарам в случае введения пошлин был бы перекрыт путь, объединили усилия с британскими, французскими и германскими и направили в Германию своих агентов. Они попытались найти доступ к прессе и укрепить позиции элементов внутри Германии, выступавших против этого закона.

Подобное влияние частных интересов является уже не исключением, а правилом. Так, корпорации находят удобным для себя субсидировать газеты за рубежом. Оказание влияния отнюдь не ограничивается неофициальными лицами. В этой игре активно участвуют и правительства. Примерами этого служат сегодня пропаганда японцами престижа своей страны в ответ на закон об исключении, немецкая пропаганда против Версальского урегулирования («миф о единственной виновной нации») и пропагандистская кампания Советов за дипломатическое признание со стороны США. Новые органы международного правительства находятся в тесном контакте с интересами внутри каждой нации. Международное бюро труда сотрудничает с теми, кто стремится добиться ратификации и введения в действие проектов конвенций, выработанных Международной конференцией труда.

Нередко официальная пропаганда принимает форму стимулирования патриотических обществ, имеющих отделения за рубежом. Лига немцев за границей утверждает, что у нее 150 отделений в Германии и в зарубежных странах, а Народный союз для немцев за границей говорит, что объединяет свыше миллиона членов в Германии и Австрии. Есть особые организации для Австрии, Шлезвига, Саарской области, Данцига, Чехословакии, Польши, Тироля, Дуная и заморских территорий. Эти ассоциации суще-

ствуют ради сохранения чувства культурного единства и, в случае необходимости, могут пойти дальше.

На некоторые международные общества, такие как *Alliance française* и Союз англоговорящих, правительства смотрят с благосклонной улыбкой. Они поддерживают открытые каналы влияния, которые в трудные времена могут оказаться полезными.

Бесчисленные официальные и неофициальные пропагандистские кампании направлены на стимулирование революций, сессий или расового, культурного, географического и религиозного единства. На них указывают следующие слова: коммунизм, ирландская независимость, панисламизм, панславизм, панамериканизм, панъевропеизм, Союз Лиги Наций. Бывают пропаганды в пользу политических личностей; так, каждому послу на новом посту важно заручиться благосклонным принятием.

Наибольшего напряжения сил общественное мнение и пропаганда требуют в военное время. Поведение во время войны, если толковать его как психологическую проблему, можно описать в терминах морального духа. Нация с высоким моральным духом способна справиться со стоящими перед ней задачами за счет некоторого порыва, который можно измерить лишь тогда, когда ему оказывается серьезное сопротивление. Обычные признаки высокого морального духа – энтузиазм, решительность, уверенность в себе, отсутствие мелочной критики и отсутствие жалоб. Для морального духа чуть ли не каждый факт может обретать некоторый смысл. Количество калорий в официальном рационе, обеспеченность сигаретами, возможности для отдыха, доверие к офицерам и общественным деятелям, учтивость военных, способ обеспечения дисциплины – все это и многое другое оказывает влияние на боеспособность и стойкость военного и гражданского населения.

Проблема поддержания морального духа – лишь частично проблема пропаганды, ведь пропаганда – лишь одно из множества средств, на которые приходится опираться. Масштаб ее влияния ограничен, хотя и важен. Под пропагандой имеется в виду не контроль над ментальными состояниями путем изменения объективных условий, таких как поставки сигарет или химический состав продуктов. Пропаганда не включает даже укрепление морального духа путем холодного и уверенного давления. Она относится исключительно к контролю над мнениями с помощью значимых символов, или, если выразиться конкретнее, хотя и менее точно, с помощью историй, слухов, сводок, изображений и других форм социальной коммуникации. Пропаганда пытается управлять мне-

ниями и установками путем прямого манипулирования социальным внушением, а не путем изменения других условий в среде или в организме.

Пропаганда – один из трех главных инструментов ведения операций против военного противника:

– *военное давление* (принуждающая мощь сухопутных, морских и военно-воздушных сил);

– *экономическое давление* (вмешательство в доступ к источникам сырья и материалов, рынкам, капиталу и рабочей силе);

– *пропаганда* (прямое использование внушения).

Переговоры являются методом оказания влияния на зарубежные государства, с которыми данное государство не находится в активном военном противоборстве. Под переговорами имеются в виду официальные обмены, направленные на достижение соглашений. Посредничество между противоборствующими сторонами и третейское разбирательство – обычное дело. На свой народ правительство влияет посредством законодательства, судебных решений, полицейского контроля, пропаганды и церемониализма. Солдатам, находящимся под наиболее полным его контролем, оно должно адекватно поставлять все необходимое и давать возможность отдохнуть от тягот и трудностей. Оно готовит из них единый снаряд разрушения.

Во время войны следует во многом опираться на пропаганду, что содействует экономии продуктов питания, тканей, топлива и других благ и стимулирует вербовку в армию, занятость в военных отраслях, привлечение добровольцев для ухода за ранеными и покупку облигаций военного займа. Наиболее могущественная роль пропаганды, однако, состоит в том, чтобы мобилизовать враждебность сообщества по отношению к врагу, сохранить дружественные отношения с нейтральными и союзными странами, настроить нейтральные страны против врага и сломить неприступную стену вражеского сопротивления. Короче говоря, в ходе войны именно значимость пропаганды для международных установок придает ей особую важность.

В годы последней войны международная военная пропаганда достигла поистине поразительных масштабов, так как обобществление войны сделало необходимой мобилизацию гражданского сознания. Ни одно правительство не могло надеяться на победу без единой нации, стоящей за его спиной, и ни у одного правительства не могло быть за спиной единой нации, пока оно не контролировало людские умы. От гражданского населения зависел

приток рекрутов на фронт и на военные предприятия. Приносимые войной жертвы необходимо было переносить без жалоб, которые могли бы посеять раздор в тылу и уныние на передовой.

Гражданское население невозможно подчинить той же дисциплине, что и военных. Максвелл так описывает эффект боевой подготовки, которую проходит солдат:

«...индивид становится скрупулезным подражателем, до мельчайших деталей приравливая свои движения к движениям сержанта-инструктора. В демонстрируемых движениях не допускается ни малейшего отклонения; его раз за разом останавливают, пока не достигается удовлетворительный результат. На этом этапе тренировки солдата его поведение является почти механическим, а единство, достигаемое всей группой, ненамного выше того, что демонстрируется машиной... Уже само то, что каждый человек действует так же, как и его ближний, позволяет индивиду полагаться на сотрудничество ближних в достижении общей цели. На плацу каждый быстро понимает, что каждый член его боевого подразделения сотрудничает с ним в происходящей эволюции. В окопах он уверен, что люди по обе стороны от него делают то же, что и он, и что подразделения, находящиеся на флангах его подразделения, сообщая с ним делают общее дело. Именно дисциплиной и достигается в войсках это сотрудничество, а порожаемое ею взаимное доверие обеспечивает сплавление того, что иначе было бы объединено лишь механически, в единое живое целое»¹.

Действительная военная служба несет с собой склонность к впадению в примитивное состояние. Многие наблюдатели отмечали, что больше всего для человека значат самые простые вещи. На фронте важнее всего еда, питье, курево, сон, тепло, кров и всякие бытовые мелочи. Человеческие ценности и чувства ввиду отсутствия стимуляции атрофируются. Подспудное влияние присутствия дружеских обстановок и лиц теряется. Влияние некоторых более сложных форм религии уменьшается².

Военная жизнь близка к скоплению дисциплинированных людей в расчеловечивающей среде. Гражданский же человек лишен автоматической дисциплины муштры; он остается в среде, где его наполненная чувствами жизнь – его *человеческая* жизнь – про-

¹ Maxwell W.N. A psychological retrospect of the Great War. – L. : George Allen & Unwin Ltd., 1923. – P. 162.

² См.: Ibid. – P. 100.

должается. Гражданского единства не достичь регламентацией мышц. Оно достигается повторением идей, а не движений. Гражданский ум стандартизируется новостями, а не муштрой. И пропаганда есть метод, помогающий и содействующий этому процессу.

Преднамеренное распространение идей, обеспечиваемое пропагандой, помогает преодолеть те психические сопротивления беззаветному участию в войне, которые появились с упадком личной преданности вождям. Мир – а не война – стал считаться нормальным состоянием общества. Есть идеологии, осуждающие войну либо как нечто само по себе дурное, либо как продукт ненавистного общественного строя. Пропаганда – это война идей по поводу идей.

Настоящее исследование представляет собой первичный и сугубо предварительный анализ ряда проблем пропаганды, связанных с контролем над международными антипатиями и симпатиями в военное время. Как разжечь ненависть к врагу? Как деморализовать врага с помощью хитрой манипуляции? Как укрепить дружеские связи с нейтральными и союзными народами?

Я не собираюсь писать историю, а хочу описать технику. Когда война глубже отойдет в прошлое, можно будет написать хотя бы фрагментарную историю международной пропаганды того времени. Цель же настоящего исследования одновременно и скромнее, и амбициознее. Она скромнее, так как в нем было отобрано лишь небольшое число фактов из числа тех, что должны быть включены в полноценную историю. И она амбициознее, так как в нем предпринята попытка развить эксплицитную теорию того, как может успешно вестись международная военная пропаганда. Здесь мы опираемся почти всецело на американский, британский, французский и германский опыт.

Почему бы не отложить разработку теории метода до той поры, когда будет дописана вся история? Отвечу: мы знаем об этой истории достаточно, чтобы было оправданным предварительное изучение техники, а техническое исследование на этом этапе, возможно, улучшит качество грядущей истории. В конце концов, связь между исследователем, главным интересом которого является механизм, и исследователем, главной заботой которого является то, что происходило в конкретных обстоятельствах, двусторонняя. В каком-то смысле ученый и инженер задают вопросы, на которые должен отвечать историк, а историк сообщает о вероятном влиянии специфических факторов в том или ином стечении прошлых обстоятельств. Эти линии никогда не исключают друг друга, ведь

историк постоянно открывает новые примеры метода, а исследователь техники часто способен своими исследованиями заполнить пробелы в хронологии.

Процедура этого исследования состояла в том, чтобы держаться ближе к анализу на уровне здравого смысла. Существует много соблазнительных аналогий между коллективным поведением и поведением индивидов в клинике¹, но в этих аналогиях обнаруживается много натяжек. Клиническая психология пока слишком рудиментарна, чтобы на ней можно было что-то построить. Настоящее исследование ограничивается тем, что разрабатывает простую классификацию различных психологических материалов, которые использовались для произведения некоторых специфических результатов, и предлагает общую теорию стратегии и тактики манипулирования этими материалами. При последующем разборе и критике могут обнаружиться и другие категории, более точные и одновременно более убедительные.

¹ См., например, книгу мисс Плейн «Неврозы наций» (Playne C.E. The neuroses of the nations. – L. : George Allen & Unwin Ltd., 1925).

Глава II

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОПАГАНДЫ

В демократической стране существует своего рода презумпция против правительственной пропаганды. Член Палаты представителей Джиллет, комментируя работу бюро Крила и признавая, что велась она не в партийном духе, сказал:

«В подобных бюро есть большая опасность. Все мы должны признавать, что если в распоряжении администрации оказывается Бюро общественной информации, как его называют, а по сути рекламное бюро, бюро пропаганды, бюро влияния на общественное мнение, позволяющее ей использовать различные законы и ведомства в своих интересах, то для Республики это очень опасно. Ведь при использовании в партийном духе или ради партийных выгод администрации оно обладает огромной властью, и я не думаю, что в обычное мирное время какая-либо партия или администрация могли бы его оправдать или одобрить»¹.

Правда состоит в том, что все правительства в той или иной степени заняты пропагандой, это часть их обычных функций, выполняемых в мирное время. Они осуществляют пропаганду в интересах дипломатических друзей и против дипломатических противников; это неизбежно. Следовательно, хотя и существует презумпция против пропагандистской работы демократического правительства, не надо воспринимать это утверждение слишком буквально.

Во время войны было признано, что одной лишь мобилизации людей и средств недостаточно, что нужно мобилизовать еще и

¹ U.S. Cong. Rec., 65th Cong., 2nd Sess. – P. 7915.

общественное мнение. Власть над мнением, как и власть над жизнью и собственностью, перешла в официальные руки, поскольку опасность, идущая от попустительства, была выше опасности злоупотреблений. Что правительственное управление общественным мнением есть неизбежный королларий большой современной войны – в этом нет и тени сомнения. Единственный вопрос в том, насколько правительство должно пытаться вести свою пропаганду втайне и насколько оно должно вести ее открыто. Что касается собственной общественности, то тут ничего нельзя добиться путем утаивания, и все, что говорится, так или иначе теряет в престиже, если делаются попытки что-то провернуть тайком. Несущая способность идей многократно возрастает, когда к ним добавлен авторитет правительства. За несколькими незначительными исключениями (вроде контрабандного ввоза пропагандистских материалов в сопредельные вражеские страны), не будет никаких потерь, если все пропагандистские операции в нейтральных и союзных странах ведутся в открытую. Иначе там, где незаменимы полное доверие и понимание, могут возникнуть подозрения и недоверие. Комитет общественной информации США был, несомненно, прав, уведомляя правительства нейтральных стран о том, что собирався делать в их пределах.

В то же время будет плохой тактикой демонстративно сообщать врагу, что названо имя «директора пропаганды во вражеских странах». Как заявил в Палате общин сэр Герберт Сэмюэл, когда в 1918 г. на этот пост назначили лорда Нортклиффа:

«Возможно, немцы относятся к лорду Нортклиффу, владельцу *“Daily mail”* и *“Evening post”*, во многом так же, как мы к графу Ревентлову. Что бы мы, например, подумали, если бы услышали, что германское правительство официально объявило о назначении графа Ревентлова директором по ведению пропаганды в Соединенном Королевстве и в других странах-союзниках?»¹.

Если в принципе допустить, что воюющим государством пропаганда должна вестись в открытую, то становится очевидной проблема организации. Какие ведомства должны заниматься этой работой, и насколько осуществимо единство в управлении ею? Работа по ведению войны вовлекает в активный контроль над некоторыми потоками информации несколько государственных ве-

¹ 103 H.C. Deb, 5 s., col. 1410, 27 February, 1918.

домств, а международные установки затрагивают в той или иной степени работу всех остальных. Дома у нас есть министерство иностранных дел, а за рубежом – дипломатический и консульский корпус. Дома у нас есть военное и военно-морское министерство, а за рубежом – военные и военно-морские атташе. Есть Генеральный штаб и полевые штабы. Различные министерства и службы занимаются вопросами снабжения и внутреннего регулирования. Простого перечня этих ведомств достаточно, чтобы напомнить об очевидном положении, что влияние на установки неявно заключено в каждой функции и что оно не может обособиться даже близко к той степени, в какой, например, может ограничиться рамками одного ведомства закупка лошадей.

Разобщенность несет с собой опасность. Министерство иностранных дел и полевые штабы могут транслировать врагу противоречащие друг другу призывы, и вся пропагандистская работа по деморализации может пойти насмарку. Дома военные могут заявить о разрушении общественных зданий в оккупированной зоне, к немалому ужасу дипломатических представителей в нейтральных странах. Всегда есть возможность того, что разного рода плохие новости выстрелят одновременно и вызовут непривычное состояние уныния, если каждое ведомство норовит донести до публики свои особые новости. Новости о потерях на море, на суше и в воздухе могут поступить в момент нехватки муки или когда печать в стране оказалась возбуждена острыми проблемами заработной платы и цен. Если бы подобные новости проходили через сито центрального информационного центра, то они могли бы быть разнесены во времени, и их воздействие можно было бы сгладить более благоприятными аспектами общей ситуации.

Разобщенность ведет к значительному удвоению усилий. Если военные издадут ту же брошюру, что и дипломатическая служба, и распространяют ее через военных атташе за границей там, где дипломатические представители ее уже раздали, то это никак не пойдет на пользу делу. Трудно работать над пересмотром общей политики в свете пропагандистских усилий, когда нет непрерывно работающего механизма учета всего объема пропагандистской работы. Замшелость ряда ведомств, в противовес яркой публичности, может рождать тревогу и недоверие. Возможны промедления в переброске людей, преданных пропагандистской работе, в те секторы, где может быть обеспечен максимальный эффект.

Некоторые из этих опасностей могут перевешиваться опасностями единства. Всякая схема единства сопряжена с риском

задеть *amour propre* какого-нибудь ведомства и подорвать его моральный настрой. Если бы контроль над зарубежной и внутренней пропагандой был слишком сильно интегрирован и собран в руках одного человека, то либо та, либо другая могли бы пострадать от предубеждений ответственного лица. Их требования настолько различны, что лишь редкое сочетание талантов могло бы стать опорой для доведения обеих до высшей степени эффективности.

Сбалансированное состояние располагает к большей желательности единства, чем разобщенности, но, видимо, оправдывает схему организации, при которой сохраняется значительная степень автономии для вовлеченных в пропаганду ведомств. Какие возможны формы организации? Возможно создание одного ответственного за пропаганду органа. Может быть создан комитет исполнителей, каждый из которых отвечает за какое-то направление пропагандистской работы – скажем, за пропаганду против врага, пропаганду в нейтральных и союзных странах, пропаганду среди гражданского населения и пропаганду в войсках. Во всяком случае, ведение пропаганды в тренировочных лагерях, на передовой, в лагерях отдыха, на военных судах и на транспорте возлагается во многом на военное и морское руководство. Третий метод – проведение общих пресс-конференций для всех вовлеченных участников при оставлении прочих форм деятельности за соответствующими органами, к коим относятся прежде всего министерство иностранных дел, генеральный штаб, военное ведомство и министерство внутренних дел. В общем и целом Соединенные Штаты в последнюю войну приняли первый способ, Великобритания – второй, а Германия – третий.

В Соединенных Штатах вскоре после вступления их в войну по указу президента был создан Комитет общественной информации. В него вошли военный министр, министр военно-морских сил, государственный секретарь и м-р Джон Крил. Фактически это было равнозначно назначению отдельного министра по делам пропаганды: м-р Крил отвечал за всю пропагандистскую работу как в стране, так и за рубежом. Одним из результатов использования этого метода организации была передача зарубежным представителям комитета части того престижа, который принадлежал трем правительственным департаментам, с сопутствующим повышением самооценки каждого из участников.

Если американская система была создана одним росчерком пера и оставалась, по сути, неизменной на протяжении всей войны,

то британская прошла через долгую и сложную череду изменений. Сэр Джордж Астон, руководитель военно-морской разведки, писал:

«Партийные политики – народ подозрительный. Они не хотят давать правительству деньги на пропаганду, опасаясь, что оно потратит их в своих интересах, а не в интересах страны. Поэтому был учрежден парламентский комитет по военным нуждам, включивший представителей всех партий. Этот комитет отвечал за пропаганду внутри страны и навлек на себя немало критики»¹.

В «Веллингтон-Хаусе», в офисе страховых агентов, был организован небольшой отдел для подготовки памфлетов и листовок. «Веллингтон-Хаус» инициировал доклад Брайса, ставший одним из триумфов мировой войны на пропагандистском фронте, но основная часть вошедших в него материалов была выпущена так, словно они были подготовлены частным агентством, а не официальным органом. Позже, при м-ре Мейре, был создан комитет по кинофильмам и радиовещанию, но его связь с министерством внутренних дел и министерством иностранных дел оставалась неясной. В августе 1914 г. было спонтанно создано пресс-бюро, перешедшее впоследствии в ведение министерства внутренних дел. Тем временем министерство иностранных дел, согласно заявлению, сделанному в парламенте заместителем секретаря по иностранным делам (м-ром Эклэндом), было вовлечено в следующие виды деятельности:

«Мы делаем шаги, чтобы в прессу в нейтральных странах представлялись не только, так сказать, новости в строгом смысле, но и новости, которые здесь у нас воспринимаются как весьма тривиальные, а в других странах представляют реальный интерес, т.е. новости о состоянии нашей страны, сведения о торговле, занятости, вербовке солдат и всех прочих подобных вещах, интересующих в состоянии нашей страны наших друзей»².

В январе 1917 г. было создано министерство информации. Во главе его встал полковник Бакен. Он руководил четырьмя разбросанными по разным местам службами и был подотчетен Воен-

¹ Aston G., Major-General Sir. Propaganda and the father of it // Cornhill magazine. – 1920. – Vol. 48, N 5. – P. 233–241.

² 66 H.C. Deb, 5 s., col. 549, 9 September 1914.

ному кабинету и премьер-министру. Также был учрежден Совецательный комитет, в состав которого вошли лорд Нортклифф, лорд Бернхем, м-р Роберт Дональд и м-р Ч.П. Скотт. Когда лорд Нортклифф отправился с миссией в Америку, на его место в комитет был назначен лорд Бивербрук; позже в его состав вошел также сэр Джордж Ридделл. При этой системе концы с концами все еще не сходились, и сэра Э. Карсона, члена Военного кабинета, попросили координировать деятельность разных служб. Военное министерство организовало отдельную службу для ведения пропагандистской работы против германской армии и среди гражданского населения. Наконец, в феврале 1918 г. лорд Бивербрук, заняв пост канцлера герцогства Ланкастерского, был назначен министром информации. В это же время лорда Нортклиффа объявили директором пропаганды во вражеских странах и назначили директоров, курирующих ведение разведывательной деятельности и кинематографической пропаганды в нейтральных странах. Лорд Нортклифф был технически подотчетен лорду Бивербруку в части финансов, но фактически обладал правом прямого доступа к премьер-министру и членам Военного кабинета. Путаница еще больше усугубилась включением отдела по пропаганде против врага в состав Британской военной миссии, с которой Нортклифф работал несколько прошедших месяцев. В целях координации были введены неформальные совещания, и позже образовался Комитет по пропагандистской политике под председательством лорда Нортклиффа. Рабочее единство было наконец на деле достигнуто, пусть и ценой многих утомительных месяцев и лет споров и дублирований¹. Итальянцы пришли к такому же методу организации.

Самое важное различие между американским и британским планами состояло в том, что в последнем зарубежная и внутренняя пропаганда были поручены должностным лицам, работа которых была скоординирована. Когда речь заходила о разных технических

¹ Как относилась клика, окопавшаяся в Форин-офисе, к министерству Бивербрука, видно по комментариям анонимного автора «Пышности власти». Он говорит, что группа экспертов по международным делам отказалась работать под начальством Бивербрука и перебралась в Форин-офис. Бивербрук опирался на канадцев, «чей опыт в международных делах вкуче со знанием иностранных языков был настолько же ограниченным, как и его собственный». Бивербрук рассказывал о собственном опыте в книге «Политики и пресса». Лорд Берти, британский посол во Франции, сетовал, что Форин-офис целых два года (до 1917 г.) не мог открыть пресс-бюро в Париже. (Bertie F.L. The Diary of Lord Bertie of Thame, 1914–18. – L. : Hodder and Stoughton, 1924. – Vol. 2. – P. 203.)

деталей, британская система явно не проводила различия, например, между Нортклиффом и Бивербруком: оба имели прямой доступ к премьер-министру и членам Военного кабинета. По сути, британцы считали одинаково важной ведомственную автономию при работе с разными видами пропаганды: в стране, в империи, в нейтральных странах, в союзнических странах и во вражеских странах. Необычайное разнообразие зарубежных интересов, на которые ориентировались британцы, вероятно, оправдывало эту процедуру, так как проблемы, с которыми им приходилось сталкиваться, были очень разными¹. Что же касается американцев, то они вошли в войну, когда уже не было нужды ни бороться за расположение нейтральных стран, ни настраивать одну группу против другой. Им нужно было передать по ту сторону океана очень простое пропагандистское послание (американские приготовления, Вильсоновский мир), и можно было без больших опасений поручить все это одному исполнителю.

Минимум согласованности пропагандистских усилий проявили немцы. Каждое ведомство шло своим путем, и единственная формальная кооперация происходила на пресс-конференциях, собираемых два-три раза в неделю. В них участвовали военное министерство, Генеральный штаб, военно-морское ведомство, окружные военные власти, колониальное ведомство, почтовая служба, министерства внутренних дел, финансов, продовольствия и, наконец, министерство иностранных дел. Председательство переходило от одного ведомства к другому по системе ротации, а подключенные к делу журналисты выбирали комиссию, выступавшую от их имени.

Военным властям пришлось выстраивать работу с нуля². Когда грянула война, было всего одно должностное лицо, вышедшее на контакт с прессой. Но уже скоро была развернута обширная пресс-служба, которая сообщала о военных действиях, выпускала фронтовые печатные издания, отслеживала поступление в воинские части тыловой периодики и вела пропагандистскую работу против противника.

¹ Это станет особенно ясно в связи с тем, что будет сказано дальше.

² Николай сетует на то, что до войны Рейхстаг не выделял им достаточного количества денег на развитие работоспособного печатного отдела под тем предлогом, что «в мирное время пресса воспринималась как партийное орудие». Nicolai W. Nachrichtendienst, Presse und Volksstimmung im Weltkrieg. – Berlin : E.S. Mittler und Sohn, 1920. – S. 53.

Министерство иностранных дел было тяжелым на подъем, но в октябре 1914 г., когда проверка на Марне отдалила перспективы мира, было создано специальное *Zentralstelle für Auslandsdienst* [Центральное бюро для работы с заграницей]. Это был очень деятельный орган, выпускавший впечатляющие объемы пропагандистских материалов.

По ходу войны все больше обострялся конфликт между военными и гражданскими властями. Военных охватил приступ ярости, когда Эрцбергер в 1917 г. выступил с проектом мирной резолюции; так же было и раньше, когда в 1916 г. протянул оливковую ветвь Бетман-Гольвег. Военные власти терпеть не могли пустую болтовню о мире; они хотели победоносного мира на своих условиях. Людендорф дал интервью берлинской прессе, в котором до людей были донесены эти взгляды. Левые и центристы тут же приняли этот вызов, выступив с резкой критикой военных за их попытки вмешаться в политику. Чтобы не оказаться между двух партийных огней, канцлер, как и его предшественник, отказался от создания отдельной должности министра пропаганды. Военные власти уже трижды предлагали ее создать, поскольку начали видеть эффект от пропаганды союзников. В конце концов, верховное главнокомандование попыталось найти выход к общественности напрямую, создав специальную печатную службу, названную *Deutsche Kriegsnachrichten* («Немецкие военные известия»); несмотря на оппозицию со стороны крупных газет, она достигла расцвета. Под руководством генерала Людендорфа был разработан подробный план патриотического воспитания, призванный охватить как гражданское население, так и военных¹.

Были и другие пробные шаги к созданию особого пропагандистского ведомства для координации германских усилий на родине и за границей, но все они закончились неудачей. В самом начале войны частные лица организовали для распространения прогерманской пропаганды Вагнеровский культурный комитет, но его работе в целом не доставало престижа, а его сотрудникам – сноровки. Германия страдала от чрезмерного рвения частных лиц в восполнении пробелов, оставленных промахами правительства. Проф. Лампрехт с презрением рассказывает об одном образованном человеке, который, «вооружившись огромным гусиным пером, написал всем своим зарубежным друзьям, что они и предста-

¹ Меморандум от 29 июля 1927 г. опубликован в книге: Nicolai W. Op. cit. – S. 119 и дал.

вить не могут, какие немцы замечательные парни, нередко добавляя, что во многих случаях их поведение требует некоторых извинений... Последствия были ужасными». В 1916 г. кое-кто из гражданских властей расхваливал движение за формирование *Deutscher National-Ausschuss* («Немецкого национального комитета»), но и это было пока еще частное начинание. Наконец, в августе 1918 г. канцлер Гертлинг предпринял ряд шагов к объединению руководства пропагандистской работой, но его меры были неадекватными и запоздалыми.

Французы поручили пропаганду существующим дипломатическому, военному и военно-морскому ведомствам. Время от времени они дополняли работу за границей отправкой верховного комиссара, соединявшего в себе, как и временные военные миссии всех союзных держав, пропагандистские, экономические и иные функции. У *Maison de la presse* («Дома прессы») были свои агенты, прикрепленные к зарубежным представительствам¹.

Когда союзники сражаются вместе, возникает проблема координации их пропаганды и проводимой ими политики. В ходе последней войны кооперация между союзниками на момент перемирия находилась в зачаточной стадии. Когда в феврале 1918 г. лорд Нортклифф стал главой британского ведомства для ведения пропаганды во вражеских странах, он созвал предварительное совещание по совместной пропаганде союзников. Один из участвовавших в нем экспертов, м-р Уикхем Сид из газеты «The Times», пишет, что мсье Анри Муассе, главный личный секретарь французского морского министра, выступавший в качестве представителя Франции, настаивал на неотложной необходимости создания «Идейного генерального штаба» для объединения усилий союзников во вражеских и нейтральных странах. Совещание выбрало в его состав профессора Боргезе (Италия), м-ра Стида и мсье Муассе, ожидая, что они будут сообща работать в Париже, но, говорят, из-за ревности Муассе эта работа так и не была полностью развернута². В августе 1918 г. союзники провели уже официальную конференцию, и наиболее успешной из их общих инициатив стало

¹ Весной 1918 г. под руководством министра образования и искусств был создан комитет для артистической пропаганды за границей. Помимо *Maison de la presse*, в нем неофициально участвовали представители таких организаций, как *Chambre syndicale de la haute couture*. См.: *Journal officiel*. – 1918. – 8 Mars.

² Steed H.W. *Through thirty years, 1892–1922: A personal narrative*. – N.Y. : Doubleday : Page & Company, 1924. – Vol. 2. – P. 196.

образование Постоянной межсоюзнической комиссии при итальянском Генеральном штабе.

Хотя задача организации международных пропагандистских кампаний в последнюю войну не была удовлетворительно решена, опыт союзников в некоторых других проектах был достаточно богат, чтобы показать надежные принципы управления ими. Сэр Артур Солтер, емко и с большим умением подытожив свой опыт участия в межсоюзническом контроле судоходства, так обобщил условия непрерывного сотрудничества независимых государств в вопросах управления:

«Должен быть установлен контакт, причем регулярный, между соответствующими постоянными официальными представителями нескольких национальных администраций. Важно, чтобы эти лица (по возможности) продолжали осуществлять свою руководящую деятельность в собственных ведомствах, а в случаях, когда этому мешают географические причины, были по крайней мере специалистами и продолжали оказывать решающее влияние на них. Эти должностные лица должны пользоваться доверием своих министров, должны постоянно быть в курсе проводимой ими политики, должны быть способны в значительной мере влиять на их действия и должны обладать точным знанием пределов своего влияния»¹.

Он заявляет, что они должны работать вместе достаточно тесно, чтобы развилось доверие или знание пределов, в которых они могут доверять друг другу, и что они должны стараться развить друг с другом такие отношения, которые позволяли бы им, не отступая от лояльности своим правительствам, откровенно обсуждать программу действий на ранних этапах, раньше, чем она будет сформирована в их странах. Формальную авторитетность их решениям, возможно, лучше всего смогут обеспечить проводимые время от времени встречи полномочных министров. Официальные встречи международных представителей должны проводиться только для ратификации соглашений, уже достигнутых неформально. Даже незначительные переговоры никогда не должны проходить в формате торга.

¹ Salter J.A. Allied shipping control: An experiment in international administration. – Oxford : At the Clarendon Press, 1921. – P. 257.

Солтер утверждает, что предлагаемый им порядок служит подходящим решением для роли комиссий в системе администрирования.

«Нет ничего бесполезнее комиссии, состоящей из людей, каждый из которых не имеет ни специализированной функции, ни личных полномочий, но пытается при этом направлять действия исполнительной власти. Если же некоторое множество людей, каждый из которых наделен соответствующими полномочиями и продолжает осуществлять их в закрепленной за ним сфере, собирается время от времени с целью согласования общих мер и приведения их в соответствие с общим планом, а затем разъезжается по своим ведомствам, чтобы привести в исполнение то, о чем они договорились, то комиссия будет эффективным инструментом совместного действия».

Полагая, что с проблемой координации межсоюзнической пропаганды можно удовлетворительным образом справиться, мы можем теперь перейти к проблеме внутренней организации пропагандистской работы. Как только мы пришли к соглашению о том, что следует достичь единства, возникает следующий вопрос: нужно ли стремиться организовать пропаганду с использованием уже существующих за рубежом дипломатических механизмов, или для этого необходимо найти отдельные кадры? Последняя война, по видимому, показала, что нужно создавать за рубежом особые агентства для выполнения специальных задач, хотя дипломатический персонал нередко относится к новым коллегам по работе за границей недоброжелательно. Так, Комитет общественной информации направил в Швейцарию миссис Виру Б. Уайтхаус. Дипломатическое представительство сердечно ее встретило, но из-за неопределенности полученных ею инструкций отказало ей в признании и инструментах, необходимых для ее работы. Долгая и неприятная кампания вежливого саботажа была преодолена только после специальной поездки в Вашингтон¹.

Дипломатическая служба будет с меньшей вероятностью обладать персоналом определенного типа, способным справиться с таким новым и экспериментальным видом работы, как пропаганда, нежели агентство, штат которого специально подобран для этой цели. В некоторых случаях вредной для дела оказывается и свой-

¹ Об этой истории рассказывается в книге: Whitehouse V.B. A year as a government agent. – N.Y. ; L. : Harper & Brothers Publishers, 1920.

ственная дипломатам традиция закулисного ведения дел. Тактика американского Комитета общественной информации, объяснявшего свои задачи правительствам нейтральных стран, на территории которых он собирался работать, шокировала многих дипломатов, привыкших к скрытности.

Что можно сказать о персонале пропагандистской службы? Руководить каждым ключевым отделом должен человек, не уступающий в престиже чиновникам, определяющим программы действий. Иначе говоря, политика и пропаганда должны быть приновлены друг к другу. Генерал Людендорф, чьи проницательные замечания по поводу пропаганды снискали общее признание, писал, что «хорошая пропаганда должна идти впереди актуальных политических событий. Она должна задавать темп политике и формировать общественное мнение, но так, чтобы не было видно, что она это делает»¹. Худшее, что может произойти с пропагандистами и дипломатами, – это когда они открыто друг другу противоречат. Как заявил в ходе обсуждения этой проблемы один из членов Палаты общин, «не может быть ничего серьезнее, чем двоегласие в наших иностранных делах»².

Важно дать пропагандисту возможность не только проводить политику в жизнь, но и формировать ее. Политические программы не выстроить на прочных основаниях без экспертной информации о состоянии общественного мнения, от которого зависит их успешность. Люди, занятые пропагандой, живут в условиях, когда на них возложена работа по каждодневной балансировке и взвешиванию тончайших течений общественных чувств и умонастроений. А вся значимость оценок состояния общественного мнения не может быть осознана, пока их не оглашают лица, престиж которых по крайней мере равен престижу тех, кто принимает политические решения. В том, чтобы руководители пропагандистских служб формально занимали министерские или кабинетные посты, нет необходимости, но фактическое их влияние должно быть таким же, как у министров и членов кабинета.

Полагаю, это можно законно вывести из той роли, которую сыграл в Великобритании лорд Нортклифф. Взвзвись за пропагандистскую работу против врага, он быстро понял, насколько важно форсировать решения по политическим вопросам, в кото-

¹ См.: Ludendorff E. Meine Kriegserinnerungen. – Berlin : Mittler & Sohn, 1919. – S. 284–313.

² 109 H.C. Deb, 5 s., col. 987.

рых оставались до той поры неясности и противоречия. Британское правительство сообща с другими правительствами дало противоречивые обещания итальянцам и южным славянам, и наступил подходящий момент, чтобы покончить с неопределенностью. Нортклифф потребовал от кабинета незамедлительных действий и добился успеха: всякие двусмысленности в отношениях между Даунинг-стрит и Италией были вовремя устранены, и это позволило развернуть великое пропагандистское наступление против австро-венгерских войск, вынудившее противника отложить наступление у реки Пьяве.

Эта наступательная операция была назначена на апрель 1918 г., но, как утверждают Уикхем Сид и сэр Кэмпбелл Стюарт, была отложена на конец июня вследствие деморализующих воздействий союзнической пропаганды на южнославянские полки.

В Соединенных Штатах отсутствие престижа у Крила не имело особого значения. Внешнюю политику страны определял президент Вильсон, и для пропаганды это оказалось необычайно полезным.

Желательно ли, чтобы лидеры пропаганды рекрутировались из числа наиболее влиятельных газетных магнатов и издателей? Отбор таких людей наверняка вызовет всплеск грязных инсинуаций в законодательном органе. Когда было объявлено о назначении нескольких издателей и владельцев газет на посты в британской пропагандистской службе, один из членов Палаты общин поинтересовался:

«Не намерено ли Правительство “подкупить” всех лондонских издателей?» (Речь шла об издателях «Express», «The Times», «Daily Mail», «Evening Post», «Chronicle» и некоторых других ведущих газет.)

М-р Остин Чемберлен выразил эту критику не столь лаконично, но с большей мудростью:

«Пока владелец газеты состоит в вашей администрации, на вас будет возлагаться ответственность за то, что он пишет в своих газетах. Вы не будете позволять коллеге, а не собственнику газеты, спускаться вниз и выступать с речами, противоречащими политике Правительства Его Величества, или нападать на людей, служащих Правительству Его Величества. Вы не сможете позволить ему вместо произнесения речей писать статьи или допускать написание статей в его газетах. Мой почтенный друг, сидящий справа от меня, и его Правительство никогда не будут вы-

глядеть чистыми в глазах общественности и никогда не будут обладать тем авторитетом, коим они должны обладать и обладания коим я им желаю, пока не поступят на глазах у всего мира со всей ясностью, открытостью и прямотой и не порвут эту связь с газетами»¹.

Премьер-министр м-р Ллойд Джордж принизил силу этого возражения, направив внимание на то, что

«правило, которое применяется ко всем директорам компаний и профессионалам, приходящим на службу в Правительство, должно относиться также и к газетчикам, и как только эти два министра были назначены, они немедленно сняли с себя руководство своими газетами»².

М-р Чемберлен в ответ возразил, что к прессе неприменима аналогия с частной компанией:

«Если исходить из того, что независимость ее приносится в жертву вследствие принятия министерских обязательств, то Пресса теряет свою свободу, а вместе со свободой и свой авторитет».

Он посетовал на некоторые досадные стечения обстоятельств. После нападок в прессе на некоторых министерских сотрудников

«Правительство находит невозможным удерживать далее на службе должностных лиц, особенно остро критикуемых; те же, кого прежде всего связывают с этими атаками... скоро оказываются в этом случае, в силу их индивидуальных достоинств, и только этого, незаменимыми для Правительства на конкретных постах»³.

М-р Ллойд Джордж в ответ на эти намеки заявил, что знал заранее, что назначения эти вызовут скандал, и оказался прав, однако понимал, что с этой работой реально способны справиться только газетчики.

Наиболее желательны в этом деле действительно газетчики. Отсюда не вытекает необходимость отбирать их из числа крупнейших владельцев и издателей, но если взять человека менее за-

¹ 103 Н.С. Deb, 5 s., col. 657.

² 104 Н.С. Deb, 5 s., col. 40.

³ Ibid., col. 76.

метного, то его обычно осыпают оскорблениями как просто «мелкую сошку». Англия выбрала для ведения пропаганды против противника своего Херста; Соединенные Штаты выбрали человека необычайно энергичного, но малоизвестного. Каждый собственник, достаточно сильный, чтобы всерьез себя проявить, несомненно, сталкивался с враждебностью, понижающей его полезность, и то же самое относится к журналистам и редакторам. Загвоздка здесь именно в том, на что указывает м-р Чемберлен, и более скромный журналист в этом отношении совершенно чист. Поэтому чаша весов в этом конкретном вопросе склоняется в сторону американской практики.

Нет никаких сомнений в превосходной подготовленности газетчиков к пропагандистской работе. Светила пропаганды времен мировой войны были в основном журналистами, хотя были среди них и отдельные литераторы, вроде Г. Дж. Уэллса, и постоянно пребывавшие в разъездах проницательные историки, вроде Сетона-Уотсона. Но журналисты, поставлявшие товар, были по большей части не авторами передовиц. Это были люди, занятые в основном репортерской работой и выпусками новостей. Нортклифф был, по сути дела, репортером, а Стид провел много лет в зарубежном отделе «The Times».

Газетчики зарабатывают на хлеб насущный, емким и образным языком рассказывая свои истории. Они знают, как достучаться до сердца среднего человека с улицы и как пользоваться для этого его словарем, предрассудками и увлечениями. Как заметил м-р Спенсер Хьюз, выступая в Палате общин, их не сдерживает то, что д-р Джонсон назвал «излишней щепетильностью». У них тонкое чутье на слова и настроения; они знают, что публику не убедить логикой, но можно соблазнить историями.

Чего делать не нужно, нигде не иллюстрируется так хорошо, как в Германии. Прусский офицер, возглавлявший пропагандистскую работу для Генерального штаба, был честнейшим и в высшей степени добросовестным человеком. Но, как мы далее увидим, в одном отношении он был совершенно непригоден для этой работы. Один американский журналист в Берлине знал его какое-то время. Вскоре после того, как союзники подняли грандиозный шум по поводу казни медсестры Кэвелл, французы казнили при таких же обстоятельствах двух немецких сестер милосердия. И ни звука в германской прессе. Американец, встретив вскоре после этого упомянутого чиновника, поинтересовался:

«— Почему вы ничего не делаете для противостояния британской пропаганде в Америке?

— Почему? Что вы имеете в виду?

— Поднимите скандал вокруг тех медсестер, что недавно застрелили французы.

— Что? Какой протест? Французы имели полное право их расстрелять!»

Это, разумеется, могло быть и верно, но совершенно нерелевантно для пропаганды. Прусский офицер просто не мог взглянуть на эту ситуацию с наивным негодованием неискушенного гражданского человека. А решающее значение имело мнение именно гражданского населения.

Пропагандистские кадры должны набираться из числа тех, кто близко знаком с группами, к которым им предстоит обращаться. «Ханси», настоящая фамилия которого была Вайтц, был эльзаслотарингцем, бежавшим летом 1914 г. во Францию, спасаясь от наказания за подрывную пропаганду от германских властей. Он организовал французскую пропаганду против немцев, и его прекрасный, богатый идиомами немецкий язык опирался на глубокое знание им местных аллюзий. Он совершенно уместно утверждает, что пропагандистские материалы должны быть хорошо написанными, на какую бы аудиторию они ни были направлены.

Чувствительность к тому, что важно, привела Бисмарка к бесконечной мучительной работе над стилем. Буш, его секретарь по пропаганде, говорит об одной статье, которую он от начала до конца прочел Бисмарку:

«Она как бы поступила из Парижа и должна была быть опубликована в “Kölnische Zeitung”. Он сказал: “Да, вы верно выразили то, что я имел в виду. Написано хорошо, и с точки зрения течения мысли, и с точки зрения привлеченных фактов. Но ни один француз не мыслит так логично и упорядоченно, а ведь письмо, как считается, написал француз. В нем должно быть больше сплетен, и переходы от пункта к пункту должны быть полегче. Парижский либерал пишет письмо, приводя собственное мнение о позиции своей партии по германскому вопросу, и выражается так, как обычно бывает в подобных случаях”»¹.

¹ Busch M. Bismarck; some secret pages of his history; being a diary kept by Dr. Moritz Busch during twenty-five years' official and private intercourse with the great chancellor. — N.Y. : The Macmillan Company, 1898. — Vol. 1. — P. 8.

В последние годы наметилась тенденция, которая может преобразовать в будущем кадровый вопрос. Пропаганда стала профессией. В современном мире быстро развивается корпус людей, занятых исключительно изучением путей и средств изменения умонастроений и подчинения умов собственным убеждениям. Как уже отмечалось в начале книги, пропаганда создает своих практиков, своих профессоров, своих преподавателей и свои теории. Есть основания ожидать, что правительства будут все больше полагаться в поиске советов и помощи на профессиональных пропагандистов.

Еще один вопрос, связанный с организацией пропаганды, – это проблема координации усилий центральных и местных органов пропагандистской службы. Посол Бернсторф жалуется на неадекватность материалов, присылаемых немцами из Берлина в Америку:

«Пресс-службе [немецкой] никогда не удавалось приспособиться к американским требованиям. То же можно сказать о большей части германской пропаганды – отчасти на немецком языке, отчасти на не всегда безупречном английском, – доходившей в довольно больших количествах до Америки начиная с третьего месяца Войны. В этих материалах, как и в пресс-телеграммах, проявилось полное непонимание американской национальной психологии. Американский характер, как я уже не раз повторял, совсем не такой сухой и расчетливый, каким он обычно рисуется в немецкой картине американского бизнесмена. Выдающейся чертой среднего американца является скорее великая, хотя и поверхностная, сентиментальность. Нет новости, которой, будь она облечена в сентиментальную форму, не могло бы быть обеспечено распространение по всей стране. Наши враги с величайшей тонкостью использовали это обстоятельство в случае германского вторжения в “бедную маленькую Бельгию”, расстрела “героической сестры милосердия” Эдит Кэвелл и других инцидентов. Те, кто отвечал за берлинскую пропаганду, в свою очередь, извлекали очень мало пользы из схожих происшествий с вражеской стороны – таких как высадка войск в Греции, бомбардировка процессии *Corpus Christi* в Карлсруэ и т.д. Одной из вещей, которая оказала бы в Америке колоссальное влияние, если бы ее обнародование было осуществлено хотя бы со средним умением, были страдания наших детей, женщин и стариков, вызванные британской голодной блокадой; однако никто даже не попытался оповестить об этом весь мир»¹.

¹ Bernstorff, Count. *My three years in America*. – N.Y. : Charles Scribner's Sons, 1920. – P. 53.

Он сетует также на то, что вместо новостей Берлин присылал рассуждения.

Это мнение человека, работавшего на месте. Он понимал, что люди в центре плохо справляются со своей работой. Его забота о том, чтобы извлечь пользу из того, что он называет «сентиментальностью» американского духа, побудила его к содействию одному движению, сошедшему в итоге на нет в силу того, что центральные власти не оказали ему поддержки. Бернсторф так излагает эту историю:

«После катастрофы с “Лузитанией” я взял за правило – и, насколько можно, следовал ему на практике – оставлять пропагандистскую работу нашим американским друзьям, которые способны были уловить что-то важное раньше нас, и уж во всяком случае лучше понимали психологию американцев, чем германские имперские агенты. Слова “германский пропагандист” даже стали уже в Америке бранными... Был образован “Гражданский комитет по поставкам продовольствия”, деятельность которого расплодилось по всей стране и была откровенно прогерманской. Специальной функцией этого комитета, исполнительным директором которого был д-р фон Мах, было проведение по всей стране месячника пропаганды с целью собрать средства на поставки молока детям Германии. В силу контроля Англии над почтовыми перевозками родился даже смелый план построить субмарину, чтобы провезти молоко через английскую блокаду. На эту пропагандистскую кампанию энергично обрушилась немалая часть американской прессы, но та бесстрашно шла своим путем, собирала деньги, подавала протесты в Госдепартамент против политики Антанты и т.д.

Д-ру фон Маху удалось донести суть дела до сведения Президента; тот проявил к нему горячий интерес и обещал приглядеть за тем, чтобы молоко преодолело английскую блокаду и благополучно дошло до Германии. Соответственно, Госдепартамент поручил американскому посольству в Берлине выступить с заявлением. Тем временем известный американский журналист МакКлюр вернулся из ознакомительной поездки по Германии, в которой ему оказали всяческую поддержку немецкие правительственные ведомства. Он представил весьма благоприятный отчет по молочному вопросу, равно как и по питанию маленьких детей вообще, и это привело к первым неприятным спорам. МакКлюр оказался предельно неуступчив. К несчастью, после этого Госдепартамент обнародовал такой же благоприятный отчет, поступивший из американского посольства и опубликованный с одобрения министерства иностранных дел в Берлине, что привело д-ра фон Маха к полной катастрофе. Этот инцидент произ-

вел в Америке гнетущее впечатление и вызвал серию суровых нападок на д-ра фон Маха и все его движение, выставленное всем этим в самом невыгодном свете. Благоприятный отчет по ситуации с молоком был составлен д-ром А.Э. Тейлором и, несомненно, одобрен и даже инспирирован германскими властями»¹.

Германский посол привел этот случай, рассчитывая на то, чтобы дискредитировать центральные власти, но, возможно, еще больше ответственности лежало на нем самом за проведение политики, которая, как он наверняка знал, была этим властям отвратительна. И здесь больше разумности было, пожалуй, на стороне Берлина, ибо там знали, что рекламировать дефицит молока значило подстегнуть боевой дух союзников, и в частности – усилить экономический бойкот Германии. Человек на месте, Бернсторф, знал ценность взывания к сентиментальности, и в этом он был прав; но он не желал гибко приноровить свое суждение к оценкам центральных властей и воздержаться от потворства определенному типу пропаганды, приносившему скорее больше вреда, чем пользы. Этот инцидент иллюстрирует необходимость гармоничных связей между людьми в центре и людьми на периферии, ибо в одних частностях был прав Бернсторф, а в других – центральные власти. В большинстве случаев Бернсторф был лучше осведомлен, чем Берлин. Гармоничные связи зависят от хорошо подобранного персонала; механизмы организации могут повлиять на них лишь незначительно.

Хотя обсуждение организации пропаганды фокусировалось до сих пор на проблемах администрирования, ничто так не интересует в ней ученого, изучающего политическую науку, как должная связь между законодательной властью и пропагандистскими департаментами.

Пропагандой легко злоупотребить в личных и партийных целях; трудно разграничить частную выгоду, достигаемую вместе с законной общественной выгодой, и частную выгоду, не приносящую всеобъемлющей общественной выгоды. Один член британского парламента привлек внимание к хвалебной иллюстрированной биографии премьер-министра, которая распространялась за общественный счет как часть британской военной пропаганды². Можно, конечно, сказать, что в условиях войны доверие к премьер-

¹ Bernstorff. Op. cit. – P. 259.

² 109 H.C. Deb., 5 s., col. 978.

министру крайне необходимо для поддержания воинского духа и что подобные траты были правильными и уместными. Но можно также сказать, что тональность книги была слишком льстивой, чтобы освободить ее от подозрений в партийной пристрастности авторов.

Вляпался в это однажды и м-р Крил, поблагодарив Господа за то, что Соединенные Штаты не были готовы к войне. Республиканцы увидели в этом ничем не прикрытую попытку обелить демократическую администрацию, и в стенах Конгресса разгорелись жаркие споры. На помощь осаждаемому со всех сторон главе Комитета общественной информации пришел м-р Рейни, напомнивший членам палаты, что республиканцы находились у власти 16 лет подряд, уступив ее демократам лишь за два года до европейской войны, и что если бы председатель вернул благодарности за неготовность, то вернул бы их даже в большей степени республиканцам, чем демократам¹.

Утаивание текущих фактов, возможно, и оказывается иногда в общественных интересах, но здесь возможны грубейшие злоупотребления, ведь это также и в интересах тех, кто находится у власти, коль скоро они стремятся избежать критики. Законодательные органы с подозрением смотрят на малейшие признаки сокрытия информации в партийных интересах. Когда предметом тревожного внимания была американская авиационная программа, Комитет общественной информации выпустил несколько фотографий аэропланов со следующими подписями: «Уже сотни аэропланов погружены на корабли, но наши заводы наладили их массовое производство, и скоро последуют многие тысячи». Было очевидно, что если бы подобные новости распространялись среди американцев, то общественность с раздражением поглядывала бы на оппозиционных сенаторов, осуждавших администрацию за неадекватность ее авиационной политики². Республиканцы в Сенате выкатили против комитета свою тяжелую артиллерию. Комитет утверждал, что его оптимизм основан на достоверной информации от руководства авиационной отрасли. Выглядело все это правдой, но не было сомнений в том, что в приведенном сообщении дело было представлено публике в преувеличенном виде.

В другом случае были все основания заподозрить, что военно-морские власти использовали комитет для введения общества в заблуждение. 4 июля 1917 г. общественность поздравили с тем,

¹ U.S. Cong. Rec., 65th Cong., 2nd Sess. – P. 4859.

² Ibid. – P. 4811 и дал.

что наши транспортные суда прибыли по ту сторону океана, хотя были «дважды атакованы германскими субмаринами». При этом корреспондент «Ассошиэйтед пресс», который, как сообщалось, находился на борту одного из судов, передал сообщение, что море было спокойным и вояж обошелся без происшествий. Даже такие правительственные органы, как «The New York Times», выступили с требованием объяснений. Республиканцы разразились гневной тирадой против комитета, военно-морского ведомства и всей администрации. В итоге выяснилось, что транспортные суда шли четырьмя группами и что две из них не встретили никаких проблем, а у двух произошли столкновения с субмаринами¹. В этом случае общественные чувства были умело затронуты явной фабрикацией, и Конгресс поступил верно, предав гласности свои подозрения. Но сделал он это в оскорбительной манере, которая, как вполне можно было просчитать, понизит общественную уверенность в надежности и компетентности тех, кто отвечал за ведение войны.

Как признавал Уинстон Черчилль, «определенно имели вес»² резоны, побудившие военную цензуру к порицанию или даже запрету «восхваления» кого-либо из генералов, кроме главнокомандующего союзными войсками во Франции и Британии. Но неизбежным результатом этого было укрепление позиций главнокомандующего в общественной оценке, когда в наличии были все основания для его смещения. Широкая общественность в Британии еще долго возлагала надежды на Китченера после того, как более осведомленные люди осознали недостатки этого «лорда К. из Хаоса». Французы еще долго доверяли Жоффру после того, как эксперты разглядели в его флегматичности глупость, а в невозмутимости – бесчувственность. Законодательные органы и кабинеты министров замучились изобретать хитроумные способы отправлять этих командующих в почетную отставку, расчищая путь более способным. Им приходилось как-то примирять расходящиеся требования компетентности и общественного доверия.

Еще одна опасность злоупотребления пропагандистскими службами кроется в возможности того, что общественная пропаганда будет превратно использована в коммерческих или классовых целях. Так, м-р Лейф Джонс выступил в британском парла-

¹ U.S. Cong. Rec., 65th Cong., 1st Sess. – P. 4254 и дал.

² Churchill W. The world crisis, 1916–1918. – N.Y. : Charles Scribner's Sons, 1927. – Vol. 1. – P. 12.

менте с атакой на министерство информации. Он указал на подозрительные обстоятельства. Первым делом он перечислил деловые связи наиболее видных людей в министерстве:

«Лорд Бивербрук... директор семи компаний (говорят, отошел от активного управления ими)... М-р Снэгг, секретарь министерства, – директор девяти компаний, в основном интересуется каучуком. Директор информации в Скандинавии и Испании – м-р Хэмбро, член Палаты, банкир, директор железнодорожной компании... Или взять того же директора пропаганды в Швейцарии, м-ра Гиннеса; он директор девяти компаний... Полковник Брайан, помогающий в американской пропаганде, – директор шести компаний, в основном интересуется судоходством и судостроением. Полковник Гэллоуэй, помощник директора по представительским вопросам, – директор пяти или шести компаний... М-р Канлифф Оуэн – директор 36 компаний. Как я понимаю, все это щупальца крупного табачного треста, в котором м-р Канлифф Оуэн является вице-председателем. И этот джентльмен назначен заведовать пропагандистской работой по всей Азии и Дальнему Востоку, включая Японию».

Далее он перешел к сути своих замечаний:

«У меня есть описание одного очень необычного фильма, который сейчас крутят на экранах... Название картины – “Гунн – всегда гунн”. В самом начале в нем показаны два немецких солдата в разрушенном городке во Франции. Они встречаются женщину с младенцем на руках и опрокидывают ее на землю. Потом эти два солдата постепенно превращаются в двух коммивояжеров, и мы видим их в английской деревне после войны. Один из них входит в небольшую деревенскую лавку и показывает хозяину кастрюлю. Сначала то, что предлагается на продажу, производит на хозяина некоторое впечатление, но вдруг входит его жена и, повернув кастрюлю, видит на дне маркировку “Сделано в Германии”. Она окатывает коммивояжера волной презрения и зовет полисмена, который выпроваживает немца из лавки. В конце фильма на экране загорается надпись, гласящая, что после войны никакая торговля с этими людьми, видимо, уже невозможна. И ниже, под этим утверждением, подпись: “Министерство информации”. Вопрос о торговой политике после войны должен быть решен нашей страной, но, надеюсь, министерство информации не собирается решить его прежде, чем у нас будет возможность хотя бы обсудить правительственную политику»¹.

¹ 109 Н.С. Deb., 5 s., col. 955 и дал.

В этой атаке содержалось много больше, чем просто намек на то, что капиталистические интересы подкупили национальную пропаганду. В ней утверждалось, что министерство информации руководит страной до того, как законодательный орган принимает решения касательно того, какой будет ее политика. Это же означало и знаменитое заявление, сделанное в конце войны лордом Нортклиффом. Нортклифф был членом комиссии, назначенной британским кабинетом министров для разработки формулы условий заключения мира (целей войны). Он встречался с представителями военного кабинета, адмиралтейства, военного министерства, комиссии по целям войны и официального пресс-бюро. Согласованная формула была впервые озвучена лордом Нортклиффом 22 октября 1918 г. в обращении к американским офицерам в Лондоне. 4 ноября ее опубликовала «The Times» под заголовком «От войны к миру», откуда она в дальнейшем повсюду и воспроизводилась.

Всегда возможно, что пропаганда будет предвзято рисовать положение меньшинств в сообществе. Члены парламента от Ирландии заявляли протест в адрес министерства в связи с некоторыми аспектами его пропаганды в Америке. М-р Девлин заявил:

«Одна из книг, опубликованных в Америке, называется “Угнетенные англичане”. Ее автор Йэн Хей. Эту книгу оплатило министерство информации... Хотя она разошлась по всей Америке, в нашей стране ее распространение не было разрешено. [Она] от начала и до конца пропитана ложью»¹.

Поскольку в демократических странах масштабные пропагандистские службы были нововведениями последней войны, законодательный контроль над их расходами был поначалу организован очень плохо. Финансирование британской пропаганды происходило по большей части за счет бюджетных средств, выделяемых общим голосованием на «зарубежные и иные секретные службы Его Величества». Бюро Крила было учреждено указом президента и финансировалось из тех 100 млн долл., которые выделялись президенту на общее укрепление обороны страны. Когда в оскорбительных нападках на бюро Крила был достигнут пик инсинуаций и недоверия, м-р Крил решил добиться от комитета по ассигнованиям расследования, направив в Конгресс запрос на от-

¹ 109 H.C. Deb., 5 s., col. 1029.

дельное финансирование. После слушаний, длившихся три дня, комитет выделил бюро ассигнования в размере 1,25 млн долл. и одобрил отчет о его предшествующей работе¹. В будущем, вероятно, можно будет с самого начала обеспечить работу по пропаганде прямыми ассигнованиями.

В ходе последней войны законодательные органы довольно свободно обсуждали детали администрирования пропаганды. Так, м-р Т.П. О'Коннор энергично выступал за устранение неудобной системы цензуры, введенной в самом начале Войны и вызвавшей сильнейшее противодействие со стороны американских газетчиков. В сентябре 1914 г. он заявил:

«Нет в мире общественного мнения, которое должно было бы быть так хорошо осведомлено о причинах этой Войны, событиях этой Войны и принципах этой Войны, как мнение Соединенных Штатов Америки»².

Часто слышались жалобы на то, что в нейтральных странах британская пропаганда сильно отстает от германской.

Конгресс не сдерживал себя, критикуя работу Комитета общественной информации. Сенатор Лодж высокопарно предостерегал против германской пропаганды мира и обрушился с критикой на книгу «Две тысячи вопросов и ответов о войне», изданную комитетом с предисловием м-ра Крила. Один из членов Лиги национальной безопасности охарактеризовал ее как «шедевр германской пропаганды», и м-р Лодж привлек к ней внимание Сената. М-р Крил в свою защиту заявил, что написал предисловие, не прочитав книгу, что он получил ее от м-ра Альберта Шоу, а к тому в свою очередь рукопись поступила от одного несомненно добропорядочного англичанина, и что когда его внимание привлекли к некоторым пассажирам, он был встревожен этим документом и в настоящее время занят внесением исправлений³.

В другом случае сенатор Пойдекстер, бывший во время войны чем-то вроде цепного пса, обвинил Комитет в защите немцев, поскольку из его недр вышло заявление, отрицавшее историю о распятом немцами американском сержанте⁴. Лернут, се-

¹ H. Doc., No. 1168, 65th Cong., 2nd Sess.; U.S. Cong. Rec., 65th Cong., 2nd Sess. – P. 7910 и дал.

² 66 H.C. Deb., 5 s., col. 759.

³ U.S. Cong. Rec., 65th Cong., 2nd Sess. – P. 1037 и дал.

⁴ Ibid. – P. 9056 и дал.

натор от штата Висконсин, выступил в свою очередь в защиту администрации:

«...был сделан общий вывод, что это [распятие и прочие зверства] дело обычное. Если это неправда, то, думаю, долг военного департамента – опровергнуть это. Родители этих парней много страдают и без того, чтобы их заставляли поверить в то, что над всеми нашими солдатами, попавшими в плен, учиняются неопишываемые надругательства».

Протоколы заседаний законодательных органов полны выпадов в адрес персонала служб пропаганды. Общий тон этой критики можно уловить, пробежавшись глазами по следующим замечаниям членов Конгресса в адрес м-ра Крила.

М-р Пенроуз (сенатор от штата Пенсильвания): «Не понимаю, почему мы должны позволять людям вроде м-ра Крила, чьи непристойные и клеветнические высказывания о Конституции Соединенных Штатов были на днях здесь зачитаны, занимать должность и публиковать пропагандистскую хронику, в то время как от него просто разит предательством»¹.

М-р Лонгуорт (представитель от штата Огайо): «Уважаемый председатель, если мне и следовало бы извиниться перед этой Палатой или перед кем-то еще за то мнение, которое я высказал об этом человеке, оскорбившем позавчера патриотизм американского народа, а сегодня оскорбляющем американский Конгресс, то только за то, что мой язык был слишком сдержан (аплодисменты)»².

М-р Шерман (сенатор от штата Иллинойс): «Конгресс заклеимлен как дешевый кабац государственным служащим, назначенным указом президента и оплачиваемым из ассигнований, выделенных органом, на который он клеветает... После этого любая убогая мелкая сошка вольна оскорблять нас в свое удовольствие. Каждый насквозь прогнивший эгоист, пораженный безудержно растущим самомнением, может отныне глумиться над Конгрессом и требовать ассигнований себе на пропитание с самодовольной уверенностью в том, что теперь, после этого прецедента, можно все»³.

Члены Конгресса пользовались своей неприкосновенностью настолько неумоимо, что м-ру Крилу пришлось заметить:

¹ U.S. Cong. Rec., 65th Cong., 2nd Sess. – P. 4827.

² Ibid. – P. 4974.

³ Ibid. – P. 8990.

«Небеса могут рухнуть, земля – провалиться в бездну, но право конгрессмена лгать и клеветать остается несокрушимым»¹.

В Британии лорд Нортклифф и другие люди выступали за введение жесточайшей цензуры, но Парламент вел себя с большей сдержанностью и достоинством, чем Конгресс.

Из этого обзора отношений между законодательными органами и бюро пропаганды ясно видно, что в них неизбежно есть богатые возможности для недопонимания, критики и подозрений. Если законодательный орган будет недостаточно осведомлен и не критичен, то пропагандистские службы могут переориентироваться на партийные, личные и классовые цели; если законодательный орган излишне критичен, то будет разрушена уверенность общественности в своих лидерах, а это повредит ее моральному духу. Чисто по-человечески невероятно, чтобы был найден удовлетворительный средний курс, ведь это зависит от добровольного самоограничения законодательной власти. Единственная надежда кроется в создании доверительных и неформальных связей между администраторами и законодателями, дополненных опорой на публичность там, где законодатель может оправдать такое поведение перед собственной совестью. Личные объяснения за обеденным столом, в клубе, в гостиной или на углу улицы служат великолепной смазкой для огромной и сложной государственной машинерии².

На этом мы завершаем обзор проблемы организации пропагандистской службы для оказания влияния на международные установки во время войны. В следующих главах будет очерчена природа психологических воздействий, которые представляются необходимыми для выполнения стоящей перед этим механизмом задачи – разжигания враждебных чувств по отношению к врагу, сохранения дружественных отношений между союзниками и нейтральными странами и деморализации врага.

¹ Creel G. How we advertised America; the first telling of the amazing story of the Committee on public information that carried the gospel of Americanism to every corner of the globe. – N. Y. : Harper and Brothers, 1920. – P. 52.

² Проблема финансовой оценки того, что может быть совершено с помощью пропаганды, затрагивается в следующей главе.

Глава III

ВИНОВНОСТЬ В ВОЙНЕ И ЦЕЛИ ВОЙНЫ

Психологическое сопротивление войне в современных нациях столь велико, что каждая война должна выглядеть оборонительной войной против злого, кровожадного агрессора. Не должно быть и тени двусмысленности в вопросе о том, кого общественность должна ненавидеть. Война в ее глазах должна быть обусловлена не мировой системой ведения международных дел, не глупостью или злым умыслом всех правящих классов, а кровожадностью врага. Вина и невиновность должны быть очерчены географически, и вся вина должна очутиться по ту сторону границы. Чтобы возбуждать ненависть в народе, пропагандист должен следить за тем, чтобы в обороте было все, что устанавливает исключительную ответственность врага. Отходы от этой темы могут допускаться при некоторых обстоятельствах (и мы их далее уточним), но она все время должна оставаться *лейтмотивом*.

Правительства Западной Европы никогда не могут быть совершенно уверены в том, что подвластный им классово-сознательный пролетариат откликнется на призыв к войне. Уже к 1914 г. подъем социал-демократов в Германии, мода на антипатриотизм во Франции и восходящая звезда рабочих в Англии наполняли правящие классы дурными предчувствиями. Открыто предсказывалось, что мобилизацию может парализовать всеобщая стачка и что, возможно, поднимет свою грозную голову социальная революция.

К ненадежности пролетарских чувств следует добавить превратности примиренческих настроений. Когда в 1914 г. в Великобритании разразился кризис, сразу же стало видно, что влиятельные силы в кабинете министров, Либеральной партии, литературных

кругах и даже финансовом мире – против вмешательства в поддержку Франции. Страницы «Daily news», органа левых либералов, «The Manchester Guardian», еще одной либеральной газеты, и «Labour Leader» были наполнены письмами, редакционными статьями и выражениями протеста против самой идеи британского участия в надвигающейся войне на континенте.

Вспомним, увещевала газета «Daily news» в номере от 29 июля,

«что самое действенное, что мы можем сделать для сохранения мира, – это со всей ясностью заявить, что жизнь ни одного британца не будет принесена в жертву российской гегемонии в славянском мире».

На следующий день газета писала, что

«свободным народам Франции, Англии и Италии следовало бы отказать от втягивания в круговорот этой династической борьбы».

1 августа эта же газета опубликовала резкий протест против политики вмешательства, подписанный известными инициалами «A.G. G.». Материал назывался «Почему мы не должны воевать»:

«Годами неутомимая пропаганда лорда Нортклиффа, м-ра Стрейчи, м-ра Мэкси и милитаристов приучала нашу страну к антигерманским настроениям, не берущим в расчет никакие факты. Где на просторах мира наши интересы хотя бы как-нибудь сталкиваются с интересами Германии? Нигде. С Россией же мы имеем потенциальные конфликты во всей Юго-Восточной Европе и Южной Азии».

Епископ Лондонский, Дж. Рамсей Макдональд, Кейр Харди, Томас Харди, Дж.Дж. Томсон, Гилберт Мюррей и десятки менее известных людей, прибегая к самым разным доводам, протестовали против британской помощи Франции и России. Большинство из них вовсе не были пролетарскими интернационалистами. Причины возражать против войны они находили в национальных интересах Англии. Большинство из них допускали, что война при некоторых обстоятельствах может стать законной, но в решающий час они испугались поверить в то, что этот час настал. Трудно представить, что в условиях усугубления международного положения разница в понимании национальных интересов, в сочетании с отвращением к войне и жестокости, не приведет к разногласиям и

спорам. Примиренческие настроения побуждают медлить и находить доводы для отсрочки решений.

Некоторые деловые и банковские интересы, застигнутые перспективой неминуемой войны, пытаются жать на тормоза. Общеизвестно, что во время первого и второго марокканских кризисов такие международные банкиры, как Шпейеры и Бонны, оказывали сдерживающее влияние. Менее успешный пример такого давления на тех, кто обладал политической властью, раскрыл Уикхем Стид из лондонской «The Times». В 1914 г. в разгар кризиса финансовый редактор этой газеты, м-р Хью Чизхолм, был срочно приглашен на прием к главе одного из крупнейших финансовых домов в лондонском Сити. Банкир недвусмысленно заявил ему, что провоенные передовицы в «The Times» должны прекратиться. Они втягивали страну в войну. Лондонский Сити находился на грани катастрофы, какой в мире никогда еще не было. Единственным курсом, приемлемым для Англии, был строгий нейтралитет. Финансист предъявил послание, написанное им только что главе парижского отделения его Дома; в нем он с тревогой уведомлял о том, что для платежей по обязательствам у него есть только 1 млрд ф. ст. в Банке Англии и 800 тыс. фунтов в Банке Союза Лондона и Банке Смита, а прибыль по облигациям столь мала, что парижскому отделению следует воздержаться от выписывания чеков или счетов на него. Стоит добавить, что «The Times» не поддавалась этому давлению, хотя некоторых членов кабинета оно сильно обеспокоило¹.

Для устранения этих неудобных течений должны быть задействованы все возможные ресурсы. Идентификация конкретной иной нации как врага может быть закреплена тремя способами. Она неизменно первой приходит в движение во времена кризиса (явно или втайне), совершает военные действия и, делая это, обнаруживает преступное стремление довести дело до конца. Более того, она неизменно изобличает себя, когда в процессе лихорадочных переговоров, предшествующих окончательному разрыву, пытается, используя всякого рода ухищрения, выставить наше правительство в роли агрессора. За всем этим неизменно стоит череда беззаконий, насилия и злых умыслов, дающая неоспоримое доказательство продуманного намерения причинить нам ущерб или даже нас уничтожить.

Типичный обвинительный акт демонстрирует газета «Le petit journal», одна из «пятерки крупнейших» парижских газет, в номере

¹ Steed H.W. Through thirty years... – Vol. 2. – P. 8.

от 3 августа. Под заголовком «Макиавеллианское двуличие» она выводит свою версию войны. Германия тайно потворствовала составлению неприемлемого ультиматума Сербии. Она коварно заявляла, что хочет мира. Она пыталась внести раскол в отношения между союзниками, подстрекая Францию оказать давление на Россию и отказываясь при этом оказать давление на Австрию. Она пыталась выставить Францию агрессором в глазах Великобритании, прося Францию расторгнуть союз с Россией или же объявить о готовности воевать с Россией. Германия развернула боевые действия против Франции и вторглась на ее территорию до того, как разорвала с ней дипломатические отношения. Она нарушила нейтралитет Бельгии, несмотря на торжественное обещание оберегать его. Поступая так, она действовала в полной гармонии со своими историческими традициями жестокости и варварства. Порукой тому служит история Фридриха Великого и ограбления Марии Терезии.

Особенно весомыми становятся такие обвинения, когда они исходят от историков или от иных людей, наделенных в общественном сознании стремлением к поиску истины. Немецкая ученость в годы последней войны прыгнула под знамена, выступив со знаменитым, незабываемым манифестом, под которым поставили свои подписи 93 выдающихся интеллектуала. Среди подписавшихся под этим документом были Эрлих, Беринг, Рентген, Оствальд, Гарнак, Шмоллер, Brentano, Нернст, Гауптман, Зудерман, Ойкен, Вундт, Эдуард Майер, Лампрехт, Виламовиц, Хумпердинк, Рейнхардт и Либерман. Серьезные историки и журналисты объединили усилия для прояснения ответственности врагов Германии в таких, например, совместных начинаниях, как книга «К историческому пониманию великой войны» (А.О. Майер, граф Эрнст Ревентлов, Р. Юберсбергер, К.Г. Беккер, Г. Кюнцель и Ф. Майнеке)¹. Ключевыми моментами в истолковании этой войны были наступательная политика России в Европе после позорного поражения от Японии на Востоке, жажда реванша во Франции и завистливое отношение Англии к германской экспансии. Дипломатическая подоплека конфликта показывала, что Россия, тайно поощряемая Францией, ухватилась за сербское осложнение, чтобы

¹Zum geschichtlichen Verständnis des großen Krieges / Vorträge von A.O. Meyer, Ernst Reventlow, R. Uebersberger, C.H. Becker, G. Küntzel, F. Meinecke; veranstaltet durch das Victoria-Studienhaus in Berlin. – 2 Aufl. – Berlin : Karl Siegmund, 1916.

спровоцировать всеобщую войну. Россия мобилизовалась первой и фактически вторглась на германскую территорию, как и французы, до разрыва дипломатических отношений. Завистливые англичане, с виду нейтральные, но одержимые тайными мыслями, поняли, что у них появилась возможность разгромить конкурента, чье морское и торговое превосходство нужно было предотвратить во что бы то ни стало, не считаясь ни с моралью, ни с приличиями.

На Францию и Бельгию кризис обрушился с такой парализующей внезапностью и со столь разрушительными последствиями, что им глубоко продуманные рационализации по поводу зачинщика войны не были нужны. Немцам же надо было объяснить войну на Западе, так как они находились на чужой территории и, следовательно, в первую очередь были агрессором. Что касается Британии, на территорию которой посягательства еще не было и для которой вопрос войны или мира оставался нерешенным в течение долгих мучительных часов после того, как жребий на континенте был брошен, то именно в ней важную роль играли дискуссии и рационализации. Умелые отсылки к национальным интересам, в стиле «The Times» от 31 июля, требовались для передачи более рассудительным элементам сообщества убеждения, что к Германии следует отнести как к прямой и всеобъемлющей угрозе. Приводились следующие доводы:

«Германское наступление через Бельгию на север Франции могло бы позволить Германии занять Антверпен, Флиссенген и даже Дюнкерк и Кале, которые можно было бы затем сделать германскими военно-морскими базами в противостоянии с Англией. Ни один англичанин не может равнодушно смотреть на эту возможность. Но коль скоро это только возможность, то почему Англии не следует ждать, пока она реализуется, прежде чем начать действовать или готовиться к действиям? Потому что в наши дни быстрых решений и еще более быстрых действий Англии было бы слишком поздно действовать с хоть какой-то степенью успеха после того, как Франция потерпит поражение на Севере... Даже если бы немецкий военно-морской флот продолжал бездействовать, оккупация Бельгии и северной Франции германскими войсками нанесла бы сокрушительный удар по безопасности Британии. Тогда нам пришлось бы в одиночку и без союзников нести бремя поддержания флота, превосходящего германский, и соразмерно сильной армии. Это бремя было бы для нас катастрофой».

В Соединенных Штатах, где выбор между войной и миром оставался в подвешенном состоянии даже дольше, чем в Великобритании, разногласия в вопросе о том, какую группу воюющих держав считать врагом, породили беспрецедентную массу рационализаций, пригодных для тиражирования сторонниками любой группы. Историки и иные искатели истины проявляли в возложении на врага ответственности за бедствия войны, едва только она началась, не больше сдержанности, чем их германские коллеги. Любопытный факт заключается в том, что в таких чрезвычайных обстоятельствах искатели истины находят разные истины и что эти различия территориально сегрегируются в согласии с национальными границами. Это хорошо иллюстрируют оксфордские «военные памфлеты», принстонский симпозиум и чикагская «серия военной литературы», вполне сопоставимые с упомянутой германской литературой. Легкость, с какой честные и ловкие руки могут облекать дело в ту или иную форму по любую сторону спора, не оставляет сомнений в том, что в будущем пропагандист может рассчитывать на целый батальон честных профессоров, когда нужно будет переписать историю, обслужить актуальные требования момента и снабдить его материалом для широкого распространения.

Разумеется, есть глубокие психологические диспозиции, облегчающие работу пропагандиста по возложению вины за войну на технического врага. Каковы именно эти склонности – дело темное и спорное, но, вероятно, самое остроумное объяснение предложил Башвиц: умонастроения общественности, как он пишет, складываются в конфликте между неприятным фактом войны и желанием верить в то, что в мире торжествует добро. Следовательно, собственный народ должен выглядеть защитником добра от зла¹. Такие спекуляции крайне опасны, и пропагандист, когда не покладая рук множит свидетельства ответственности врага, с радостью принимает помощь от своих анонимных союзников. Он подстраивает или приветствует такую нежданную удачу, как выпавшая в последнюю войну Антанте, когда из-под пера Рихарда Греллинга, уроженца Швейцарии и знатока Германии, вышла красноречивая книга «Обвиняю!»². Он встряхивается и контрата-

¹ См.: Baschwitz K. Der Massenwahn, seine Wirkung und seine Beherrschung. – München : C.H. Beck, 1924. – *Passim*.

² Grelling R. J'accuse. Von einem Deutschen. – Lausanne : Payot, 1915. (Рус. пер.: Греллинг Р. Обвиняю! [Текст] : Пер. с нов. фр. изд. вполне проверен и испр. / Сост. Германцем. – П. : Карбасников, [19--].)

кует такие выпады, как это сделали немцы, убедив сына Греллинга, Курта, опубликовать в 1916 г. в Цюрихе «Антиобвинение»¹. По ходу развертывания войны он осматривается вокруг в поисках новых материалов, как это делали немцы, роясь в архивах захваченной Бельгии в поисках чего-нибудь, что могло изобличить Антанту, и транслируя по радио все, что, на их взгляд, помогало решить эту задачу.

Но когда пропагандист прицепляет преступное стремление к войне к противостоящей нации, это лишь начало работы. Как только враг опознан, нация выплескивает свои энергии, вызревшие в часы и дни неопределенности, в стремительные движения защиты и контратаки. Самим актом нанесения удара нация взывает к единству и победе. И задача пропагандиста состоит в том, чтобы распространять и повторять этот воззвание.

Уже 29 июля 1914 г. лондонская «The Times» призвала все партии «теснее сомкнуть ряды». Кайзер объединил стоявший за ним народ, заявив, что не знает больше никаких партий. В Италии появились «фашо»; во французском парламенте провозгласили «*union sacrée*». Широко разошелся сенсационный призыв Гюстава Эрве к рабочим массам. Эрве был известным *sans-patrie* [космополитом], принижавшим патриотизм как орудие капиталистической эксплуатации. На самом пороге Войны он изменил название своей газеты «*La guerre sociale*» [«Социальная война»] на «*La victoire*» [«Победа»] и со всем пылом своего пламенного сердца призвал к единению:

«Amis socialistes, amis syndicalistes, amis anarchists, qui n'êtes pas seulement l'avant-garde idéaliste de l'humanité; mais qui êtes encore le nerf et la conscience de l'armée française, la patrie est en danger!

La patrie de la Révolution est en danger!»

[«Друзья социалисты, друзья синдикалисты, друзья анархисты, вы, являющиеся не только идеалистическим авангардом человечества, но и нервом и совестью французской армии, родина в опасности!

Родина Революции в опасности!»]²

Призыв Империи – «Ваш Король и Страна призывают вас» – заставил зарыть топор войны в Ирландии и собрал новобранцев со

¹ Grelling K. Anti-J'accuse. Eine deutsche Antwort. – Zürich : Art. Institut Orell Füssli, 1916.

² La guerre sociale. – 1914. – 31 juillet.

всех британских доминионов. Работа Заморской лиги и Лиги Виктории по укреплению уз дружбы и привязанности оправдала себя. С целью демонстрации единства империи было издано много богато иллюстрированных книг, показывающих историю британских благодетелей и степень сплоченности империи на полях сражений. Например, книга «Индия и война», изданная под редакцией и с предисловием лорда Сиденхема (1915), прославляет британское владычество в Индии и пестрит цветными картинками, показывающими индийские полки в национальных униформах¹.

Призыв к единству – это, по сути, призыв к истории. Память об общем прошлом имеет могущественную сентиментальную ценность. Газета «La libre parole» в выпуске от 2 августа 1914 г. так напутствовала своих читателей:

«Haut les coeurs! La France de Jeanne d'Arc, de Louis XIV et de Napoléon, la France de Bouvines, de Valmy, de Jéna et de Montmirails n'a rien perdu de ses antiques vertus».

[«Не падайте духом! Франция Жанны д'Арк, Людовика XIV и Наполеона, Франция Бувина, Вальми, Йены и Монмирая не потеряла своей прежней доблести».]

Нельзя допустить, чтобы какие-либо из чувств, глубоко укорененных в социальной традиции, были проигнорированы, когда требуется оправдать воинствующий идеализм через убийства и ненависть. К историческому словарю обычно может добавляться религиозный. Никто еще не играл на этих струнах так драматично, как кайзер Вильгельм II. В тот эпохальный июльский вечер он, глядя на волнующуюся толпу в Люстгартене, говорил:

«Судьбоносный час настал для Германии.

Всюду завидующие нам народы принуждают нас к справедливой защите.

Меч насильно вложен нам в руки. Надеюсь, если мне не удастся в последний час убедить наших противников встретиться с глазу на глаз и сохранить мир, то мы с Божьей помощью поработаем мечом так, что сможем потом с честью вернуть его в ножны.

¹ India and the War. With an introduction by Lord Sydenham of Combe. – L.; N.Y.; Toronto: Hodder and Stoughton, 1915.

Война потребует от нас огромных жертв, придется жертвовать и имуществом, и жизнью, но мы покажем нашим врагам, что значит провоцировать Германию.

А теперь я вверяю вас Господу. Идите в церковь, преклоните колени перед Ним и помолитесь Ему о помощи и о нашей доблестной армии».

Уместен даже такой избыток чувств, какой мы находим в «Символе веры для Франции», подготовленном мсье Анри Лаведаном:

«Верю в мужество наших солдат и в искусство и преданность наших вождей. Верю в силу правого дела и в крестовый поход цивилизации, во Францию, вечную, нерушимую, жизненно необходимую. Верю в вознаграждение страданий и ценность надежды. Верю в доверие, спокойную мысль, скромные каждодневные дела, дисциплину, воинствующее милосердие. Верю в кровь ран и воду святого благословения, в огонь артиллерии и пламя богослужебных свечей, в бусины четок. Верю в священные обеты старцев и действительную невинность детей. Верю в молитвы женщин, в неусыпный героизм жен, в невозмутимое благочестие матерей, в чистоту нашего дела, в незапятнанную славу нашего флага. Верю в наше великое прошлое, в наше великое настоящее и в наше великое будущее. Верю в наших сограждан, живых и умерших. Верю в руки, сжатые для борьбы, и в руки, сложенные для молитвы. Верю в нас самих, верю в бога. Верую, верую»¹.

Подобное словесное сумасшествие способно на удивительные вещи. Так, Альбер де Мун, высокочтимый католический лидер, торжественно молил Бога «помочь сынам Хлодвига», упоминая одного из варварских тевтонских вождей ранней французской истории². Изящным же фразерам вроде Мориса Барреса, считавшего, что духом Франции являются «серьезный энтузиазм, дисциплинированная экзальтация», можно доверить поставку летучих слов умам менее религиозным.

Преобладающему в любом сообществе большинству задачи разбить врага во имя безопасности и мира будет достаточно. Это великая цель войны, и в простодушной преданности ее достижению это большинство находит то «миролюбие военного времени»,

¹ Переведено на английский в: Buchan J. A history of the Great War. – Boston; N.Y.: Houghton Mifflin Company, 1923. – Chapter XXII.

² La gaulois. – 1914. – 5 août.

о котором писал некогда ректор Джекс¹. В 1915 г. он, оглянувшись на первые двенадцать месяцев Великой Войны, заметил, что «жизнь Великобритании все больше приобретает единую цель. Сама эта цель военная, но приближалась к ней с постепенно нарастающим умственным миром». Бросив желчный взгляд на довоенный мир, он писал: «С моральной точки зрения сцена являла невыразимую путаницу. То был, по сути, моральный хаос. Как следствие, наше “внутреннее состояние” было отмечено глубоким беспокойством». Если прежде жизнь людей была полна неопределенности, то теперь они нашли себе миссию. Пропагандист всегда может с уверенностью положиться на состояние умов, столь элегантно здесь описанное. Мужчины с неподходящими женами, женщины с неподходящими мужьями, молодые люди с подавленными амбициями, старики с их тоской и робкой тягой к приключениям, бездетные женщины и некоторые неженатые мужчины, опозорившиеся личности, томящиеся по глотку свежего воздуха в жизненной игре, и много кто еще находят отдохновение от душевных смут в опьянении жизнью в один исторический час и для одной исторической цели.

Простого взывания к единению и победе (с сопутствующим ей миром) недостаточно. Какую форму примет победа? Есть въедливые умы, упорно работающие над формулой победы и пытающиеся прописать, что она будет подразумевать. В сущности, функция военных целей состоит лишь в том, чтобы пробудить целеустремленность сообщества и укрепить его решимость в преодолении любых сопротивлений на пути к их достижению. Врага надо заставить выглядеть не просто угрозой социальному наследию; он – еще и препятствие для осуществления новых национальных ценностей. Для людей с дипломатическим складом ума война может стать войной за расширение национального влияния в виде земель, концессий и портов. В Германии эта часть мнения насыщалась видениями униженной Британии, лишившейся своего флота, и грезами о разделенных Франции и России. В Британии самой популярной военной целью в этих кругах была отправка на металл всего германского военно-морского флота. Для французов Победа означала возврат Эльзаса и Лотарингии и раздел Германии.

Но пропагандист никогда не должен позволять себе забыть о том, что в нынешних сложных сообществах есть умы, не находя-

¹ Jacks L.P. The peacefulness of being at war // New republic. – 1915. – September 11.

щие мира в войне. Грэм Уоллес говорил не только о себе, когда, комментируя статью профессора Джекса, сказал: «Я должен выбрать мысленную обеспокоенность, потому что желаю, чтобы война подошла к концу сразу, как только ее продолжение перестанет быть меньшим из двух чудовищных зол, и потому что верю, что наша национальная политика даже в разгар борьбы должна направляться не только волей к победе, но и волей к тому, чтобы сделать возможным долгий и прочный мир».

Вот ум, для которого война – отвратительная мерзость и который упорно отказывается считать, что поражения конкретного врага достаточно, чтобы стоило в это дело ввязаться. Прimitивный человек, когда его настигла катастрофа, всюду ищет козла отпущения и мессию. Козел отпущения – это тот, кто вверг его в неприятности, а мессия – тот, кто его из них вытащит. Вся история – летопись борьбы дьяволов и спасителей. Этот примитивный порядок мышления ведет к интерпретации войны как борьбы между доброй и злой коллективными личностями. Будь верен хорошим и наказывай плохих. Такая формула совершенно неприемлема для тех утонченных немногих, кто пришел к убеждению, что личности (индивидуальные или «коллективные») действуют так, как действуют, находясь в плену обстоятельств. Если что-то в прошлом пошло не так, то объяснение следует искать в безличных силах. Если есть надежда произвести лучшее поведение в будущем, то некоторые основополагающие силы нужно перенастроить. Нет блага в разрушительном возмездии за прошлое; польза есть только в том, чтобы принять меры предосторожности на будущее и изменить условия, пагубно сказавшиеся на прошлом.

Имея дело с этим новым паттерном мышления, пропагандист должен действовать тоньше, чем когда он работает с наказательным умственным настроем. Если приверженцы первого и присоединяются к осуждению врага, то лишь потому, что видят в нем могущественнейшее препятствие на пути к осуществлению новых мировых состояний. Чтобы заручиться их поддержкой в войне, их надо снабдить военными целями высокорационализированного и идеалистического типа.

Такого рода пропаганда сыграла решающую роль в новейшей борьбе за мировое господство, и причины этого очевидны. Если проследить течения общественного мнения в Англии в недели, непосредственно предшествовавшие кризису 1914 г., то нельзя не заметить многочисленные признаки специфически антивоенной агитации. В «Daily news» от 15 июля была напечатана передовица,

озаглавленная «Гидра милитаризма», в которой заявлялось, что бизнес производителей оружия

«космополитичен в своих операциях и бездушен в своих мотивах. Он держится на страхах и ненавистях невежественных людей, использует прессу как средство достижения своих целей и превращает в свои орудия дипломатов и государственных деятелей, многие из которых финансово заинтересованы в его успехе».

Несколько дней спустя газета вновь вернулась к этой теме, вопрошая:

«Почему одно [дуэль] было упразднено, а другое [война] оставлено? Есть только один ответ: в вооружениях замешаны деньги, а в случае дуэли речи о них не идет».

В эти же недели в целой серии обзоров бурно обсуждалась новая книга Г.Н. Брейлсфорда «Война стали и золота». Еще не улеглась полемика вокруг тезиса Нормана Энджелла, выдвинутого в книге «Великая иллюзия»¹. Тихое влияние Джона А. Гобсона и многих других публицистов в рядах либералов и лейбористов помогало донести до сознания общественности экономическое истолкование войны. Их сочинения были меньше окрашены доктринерскими формулами, чем аналогичная работа на континенте.

Вообще говоря, в осуждении войны и ее поджигателей социалисты Франции и Германии были голосистее англичан. Но когда настал решающий момент, свидетельства виновности врага были столь всеобъемлющими, что они присоединились к войне. Это решение раскололо социал-демократов в Германии и оставило фракцию недовольных во Франции, но когда война стала все больше затягиваться, сопутствующие ей лишения способствовали восстанию старой бескомпромиссной установки. Социалистические и демократические газеты в Германии стали для имперского правительства «занозой в заднице». Схожая эволюция происходила и во Франции. К рабочим в их остром сожалении о том, как повернулось дело, присоединились некоторые либеральные элементы, например связанные с личностями Леона Буржуа и Этурнеля де Констана; но когда первый шок от военных действий прошел,

¹ См., кстати, его убедительное письмо с возражениями против вмешательства, опубликованное 1 августа 1914 г. в «The Times».

началось некоторое восстановление их прежних установок, во многом так же, как и в Германии.

Хотя во Франции и Германии действительно отмечались уступки этому типу умонастроений, больше всего он был заметен в Англии и в Америке. В обеих странах перед войной был период колебаний. Как пример пацифистски настроенного либерала, выражавшего свои мысли яснее, чем большинство, можно взять Г. Дж. Уэллса. Поддержка Войны далась ему ценой внутренней борьбы, и его исполненная энтузиазма помощь в затяжном противоборстве зависела от тщательно продуманного набора военных целей. В лондонской «Daily chronicle» от 20 августа 1914 г. он писал:

«Война, в которой Германия была бы только слегка побита, после чего вернулось бы злобное напряжение последних сорока лет, не стоит свеч. В качестве цели всех наших усилий это было бы почти невыносимым поражением. Тем не менее, пока не сформирован и не получил распространение комплекс определенных идей, именно так сейчас и может произойти».

Разумеется, Уэллс видел в «германском милитаризме» одно из самых больших препятствий для достижения лучшего мирового порядка. Установка его ума – как раз та, к которой и должен стремиться изобретатель военных целей: установить идеал, который разбудит энтузиазм в тех элементах нации, поддержкой которых хотелось бы заручиться, и прояснить им, что главным непосредственным камнем преткновения является воинственный враг. Это позволяет щепетильным людям убивать с чистой совестью или, по крайней мере, подталкивать к этому молодежь.

Когда большевики обнародовали дипломатическую переписку, найденную после второй революции в архивах царского правительства, в самом неудобном положении оказались государственные деятели союзников. Ибо большевики впервые показали всему миру, что правительства союзных держав кроили мир, деля его на крупные куски и разыгрывая их друг с другом, как в лотерею. Это подняло ряд вопросов, очень неприятных для тех, кто говорил, что эта война отличается от всех прочих, что это война с целью покончить с войнами и создать безопасный мир, пригодный для демократии. Договорами, подписанными в 1915 г. и позже, владения вражеских держав распределялись между их будущими хозяевами без малейшего намека на плебисцит или на международный контроль. Несмотря на попытки союзных правительств не допустить распространения знания об этих обличительных доку-

ментах в Великобритании, весть об этом скоро дошла до британских рабочих лидеров, и они направили усилия на то, чтобы добиться от правительства объяснений. 5 января 1918 г. м-р Ллойд Джордж произнес сенсационную речь, в которой со всей решимостью высказался за мир, приемлемый для примиренческих элементов общественности. Тайная история этой речи стала широко известна лишь после войны, с публикацией бумаг Вудро Вильсона. В их числе была секретная каблограмма Бальфура, британского министра иностранных дел, в американский Государственный департамент. Вот эта депеша.

«Нижеизложенное – к сведению президента, в частном порядке и секретно:

В последнее время велись переговоры между премьер-министром и профсоюзами. Основным пунктом было желание правительства избавиться от ряда обещаний, данных ранее во время войны рабочим лидерам. Это абсолютно необходимо с военной точки зрения для пополнения людских ресурсов на Западном фронте. В конце концов переговоры подошли к точке, когда их успешный исход зависел главным образом от немедленного опубликования британским правительством заявления, в котором были бы ясно изложены его военные цели. На данный момент премьер-министром сделано это заявление. Оно стало результатом консультаций с рабочими лидерами, а также с лидерами парламентской оппозиции.

В этих обстоятельствах не было времени проконсультироваться с союзниками на предмет зафиксированных в заявлении условий, согласованных премьер-министром и упомянутыми лицами. По рассмотрении станет видно, что оно согласуется с заявлениями, сделанными до сих пор на этот счет президентом.

Если бы президент сам выступил с заявлением о собственных взглядах, что в свете обращения к народам мира, сделанного большевиками, было бы желательным курсом, то премьер-министр уверен, что подобное заявление тоже находилось бы в общем согласии с прежними выступлениями президента, тепло встреченными в Англии, как и в других странах, общественным мнением. Такое дальнейшее заявление встретило бы, естественно, столь же теплый прием»¹.

¹ Baker R.S. Woodrow Wilson and the world settlement; written from his unpublished and personal material. – Garden City ; N.Y. : Doubleday, Page & Company, 1923. – Vol. 1. – P. 40.

Что следует помнить пропагандисту-практику, так это то, что либералы и люди из среднего класса скорее всего выкажут одобрение военным целям политического или юридического характера. Лейбористская идеология более или менее окрашена философиями экономического детерминизма, которые ранят собственнические чувства имущих классов. Чтобы очистить проблему преобразования мира от явных классовых пристрастий, ее нужно понять как проблему политико-юридическую, ибо разговор о мировых законодательных органах и судах обычно благосклонно принимается там, где с подозрением относятся к предложениям управлять сырьевыми ресурсами всем миром или нажать на рычаг мирового налогообложения для сглаживания существующих неравенств возможностей. Такие выражения, как «Всемирная организация», «Соединенные Штаты Земли»¹, «Конфедерация мира»², «Всемирный союз свободных народов» или «Лига наций», слетают с языка сами собой.

Война в защиту международного права, таким образом, имеет санкцию буржуазной морали и избегает всего, к чему примешана классовая проблема. В последнюю войну эта идея фигурировала очень часто. Те, кто выступал за участие Британии в Войне на основе корыстного национального интереса (см. «The Times»), выбросили этот символ веры в окно и преобразовали Войну в крестовый поход за Право Наций, едва поступили известия о том, что немцы вошли в Бельгию. Французы создали Комитет в защиту международного права, во главе которого встал мсье Луи Рено из Института. Немцы были потрясены этой вспышкой всемирной любви к международному праву, но вскоре нашли возможность предъявить его поборникам встречный иск. В нем было заявлено, что Бельгия на самом деле не была нейтральной, так как документы, захваченные в ее архивах, раскрыли тайные военные переговоры с французами и британцами. Более того, британцы беспечно относились к закону о контрабанде и вторгались в права нейтральных стран в открытом море. Следовательно, немцы вдруг выяснили, что они на самом деле борются за свободу морей и за право малых наций вести торговлю так, как они считают нужным, без опасения подвергнуться запугиваниям (такую тактику применял

¹ См.: Forel A. Die Vereinigten Staaten der Erde. Ein Kulturprogramm. – Lausanne : Ruedi, 1914–1915.

² См.: Junod L. La Confédération mondiale: Une alliance pour l'unification d. peuples. – Genève : Inst. univ. de mentalisme, 1914.

британский флот). Союзники к этому времени уже объявили войну за освобождение угнетенных народов, понимая под ними вначале только Бельгию и Эльзас и Лотарингию, не больше. Позже смысл этого выражения был расширен, и в «угнетенные народы» включили народности Австро-Венгерской империи и поляков Германии. Немцы в ответ заявили, что тоже борются за свободу угнетенных, подразумевая при этом Ирландию, Египет и Индию.

Пропагандист должен быть всегда наготове, чтобы поймать священную фразу, кристаллизующую в себе общественные устремления, и ни при каких обстоятельствах не должен позволять врагу пользоваться ею единолично. Некоторые священные фразы несут в себе подрывные коннотации, если не истолковываются в соответствующем широком смысле. Когда члены Союза демократического контроля в Великобритании заговорили о своем желании, чтобы эта война положила конец тайной дипломатии и демократизировала внешнюю политику, речь шла о положении дел в Англии в такой же степени, как и о положении дел повсюду. Однако зоркие люди уловили эту фразу и превратили ее в критику противника¹. Задача идеалистических военных целей – вызывать возмущение в ущерб врагу.

Если суждено случиться еще одной всеобщей войне, то военные цели идеалистического характера будут в ней, по видимому, так же важны, как и в последней. Международные организации все еще так слабы, что можно было бы повернуть как минимум еще одну войну под предлогом их укрепления. Если существующая Лига заклеит какую-то группу наций, то эта группа, несомненно, станет мишенью для очень опасной идеалистической пропаганды. С другой стороны, у нее не возникнет больших трудностей с объяснением, к удовлетворению собственного народа, по крайней мере того, что она борется за более возвышенное представление об общественном праве, чем ее враги.

Хватит на этом о целях войны, направленных на смягчение угрызений либеральной совести. Другой класс военных целей об-

¹ Союз демократического контроля был создан в Англии вскоре после начала войны Э.Д. Морелем, А. Понсонби и еще несколькими людьми. К его созданию привело возмущение тем фактом, что британский кабинет вошел в тайные соглашения на стороне Франции, фактически повлекшие для него обязательство вступить в войну с Германией в случае ее возможного нападения. Любопытно, что *Bund Neues Vaterland* [Союз нового отечества], созданный примерно тогда же в Германии, говорил в точности таким же языком, совершенно не зная о существовании Союза демократического контроля в Англии.

щего характера может найти более широкую опору. Коллективный эгоизм, или этноцентризм, нации делает возможным толкование войны как борьбы за защиту и продвижение своего высокого типа цивилизации. Когда нация входит в бой с народом, технически оснащенным не столь разрушительно, как она сама, эта форма самообольщения явно основана на очевидных различиях. Британцы легко несли «бремя белого человека» в Индии и Африке, а американцы – на Кубе и на Филиппинах. Но с первого взгляда может показаться парадоксальным, что и война между нациями Западной Европы может принять форму войны за спасение цивилизации. Их сходства настолько основательнее, чем различия, что пришелец с другой планеты наверняка свел бы их воедино.

Объяснение находят в росте грамотности. Грамотность и образование сделали культурные наследия нации доступными для большей части сообщества, чем когда-либо прежде. Распространяла эту идею в каждой стране «желтая пресса», а мудрые люди использовали всю свою смекалку, чтобы ее доказать. 8 августа 1914 г. лондонская «Evening standard» воскликнула: «Цивилизация под вопросом!», – и тема пошла гулять дальше. Одновременно во Франции объявили «guerre contre les barbares», а в Германии защита *Kultur* и забота о ней стали долгом и привилегией всех добропорядочных немцев. Консенсус немецкого общественного мнения явил себя в непомерно разросшейся массе изданий, из которых можно отобрать следующие достойные образцы:

Карл Лампрехт. «Война и культура» (1914).

Отто фон Гирке. «Война и культура» (1914).

Ойген Кюнemann. «О всемирном царстве немецкого духа» (1914).

Оскар Флейшер. «Война против немецкой культуры» (1915).

Эрнст Трельч. «Культурная война» (1915)¹.

Среди менее значительных светил в приведенном списке присутствуют видный юрист и два величайших в мире историка. Все они были убеждены в том, что традиционная Германия фило-

¹ Lamprecht K. Krieg und Kultur. Drei vaterländische Vorträge. – Leipzig : Hirzel, 1914; Gierke O. v. Krieg und Kultur. Rede am 18. September 1914. – Berlin : Carl Heymanns Verlag, 1914; Kühnemann E. Vom Weltreich des deutschen Geistes. – München : C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, 1914; Fleischer O. Vom Kriege gegen die deutsche Kultur: Ein Beitrag zur Selbsterkenntnis des deutschen Volkes. – Frankfurt a. M. : Verlag von Heinrich Keller, 1915; Troeltsch E. Der Kulturkrieg. – Berlin : Heymanns, 1915.

софов и поэтов (*Denker und Dichter*) на позднем этапе присовокупила к себе также практические дары политической проницательности, образцовой плодовитости, беспрестанного трудолюбия и монументального исследования, и все это выгодно ее отличает в сравнении с атеизмом, бесплодием и взбалмошностью упадочных латинян, не говоря уже об убогой спортивности и неповоротливости англичан. Блестящий образец подобных рассуждений – книга «Händler und Helden»¹ Вернера Зомбарта, выдающегося авторитета в вопросах современного капитализма. Дух книги виден из ее названия: Торгаши и Герои. Первыми оказываются британцы, а вторыми – немцы. Автор выступает с тезисом, что всякая война может быть проанализирована как война убеждений. Нынешняя война – сражение между подлыми, алчными британцами и самоотверженными, верными, отважными и покладистыми немцами. Англичанин имеет невероятно узкий кругозор и совершенно не способен возвыситься над «реальностями» текущего момента, что доказывается даже беглым взглядом на английских философов от Бэкона до Спенсера. Для торгаша жизнь – всего лишь череда сделок, в его руках коммерциализируется даже наука. Вся империя – это огромное торговое предприятие, а войны империи – войны денежных расчетов. Немцы никогда не покорятся этой гибельной порче коммерциализма, и их дух вытравит ее из мира. Текущая война – это война немецкой *Kultur*, и торгош не должен и не может ее отклонить.

Война может быть также войной за расу. Некоторые слои в Германии не только объявили войну за *Kultur*; они объявили также войну за расу, и в этом к ним присоединились некоторые элементы в других странах. Крайне правые элементы во Франции лелеяли миф о чистой галльской расе, и газета «La stoix» в номере от 15 августа 1914 г. объявила, что героические военные усилия – это

«древний порыв галлов, римлян и французов, возрождающийся внутри нас. Немцев нужно вычистить с левого берега Рейна. Эти гнусные орды надо вернуть в их границы. Галлы Франции и Бельгии должны решительным ударом изгнать агрессора раз и навсегда. На дворе – расовая война».

¹ Рус. пер.: Зомбарт В. Торгаши и герои : Раздумья патриота // Зомбарт В. Собрание сочинений : в 3 т. – СПб. : ВЛАДИМИР ДАЛЬ, 2005. – Т. 2 : Торгаши и герои. Евреи и экономика. – С. 5–102. – *Прим. пер.*

В 1915 г. Урбэн Гойе опубликовал в Париже книгу «La Race a parlé»¹.

Хотя военные цели такого рода, несомненно, в моде, они нуждаются в подкреплении более осязаемыми и интимными целями. Нация в целом может делиться на почти бесконечное число групп, обладающих своими особыми устремлениями. Войну для них нужно истолковать как что-то такое, в чем у каждой из них что-то поставлено на карту, причем не просто как у членов общей группы. Война должна вестись ради сохранения бизнеса, семьи и церкви, ради упрочения процветания, безопасности и веры. Каждый интерес нужно учесть при формулировании военных целей, и тогда они укажут на врага всех, являющегося фактически в такой же мере и врагом каждого.

В интересах деловых людей война должна изображаться как выгодное предприятие. Образцом здесь будет заявление, которое опубликовал в «Daily chronicle» от 10 августа 1914 г. член парламента Л.Дж. Киоцца Мани. Он писал:

«Наш главный конкурент в Европе и за ее пределами будет не в состоянии вести торговлю, а по завершении войны несомненная неприязнь, вызываемая всюду германской агрессией, поможет нам сохранить за собой торговлю и морские перевозки, которые мы у него отвоюем».

В 1914 г. Сидней Уитмен опубликовал брошюру «Война германской торговле: наброски к плану кампании»². Тем временем экономические круги Германии упивались грезами об осязаемой экспансии во всех направлениях. 20 мая 1915 г. «Bund der Landwirte» [«Немецкий земледельческий союз»], «Deutsche Bauernbund» [«Союз немецких крестьян»], «Vorort der christlichen Bauernvereinen» [«Совет христианских крестьянских объединений»], «Zentralverband deutscher Industrieller» [«Центральное объединение немецких промышленников»], «Bund deutscher Industriellen» [«Союз немецких промышленников»] и «Reichsdeutscher Mittelstandverband» [«Немецкое имперское объединение малых и средних пред-

¹ Gohier U. La Race a parlé. Leçons et moralités de la Grande guerre. – Paris : La Renaissance du livre, [1916].

² Whitman S. The war on German trade. Hints for a plan of campaign. – L. : Heinemann, 1914.

приятий»] сообща обратились к канцлеру с грандиозной петицией, в которой объяснили, чего они хотят.

Аннексионистские требования были следующие: вся Бельгия, северная Франция до линии, проведенной прямо на восток от устья Соммы до границы с Бельгией, далее по реке Маас до ее слияния с Мозелем в районе Паньи и Туля, а оттуда через Люневиль на восток по Вогезам до Бельфора. Таким образом, департаменты Па-де-Кале и Нор, половина департамента Мёз, едва ли не весь департамент Мёрт и Мозель, часть Вогезов и Территории Бельфор рассматривались как добавления к Германии. На Востоке аннексионистские притязания включали часть Лифляндии, преобладающую и наиболее густо населенную часть Курляндии, почти всю территорию Ковенской губернии, всю Сувалкскую губернию, половину Ломжинской, всю Плоцкую, полосу Варшавской губернии, половину Калишской, четвертую часть Петроковской и небольшую часть Келецкой – итого 80 тыс. кв. км и 5 млн человек населения. Если прибавить сюда 50 тыс. кв. км и 11 млн человек, затребованных на Западе, то оказывается, что германские промышленные и сельскохозяйственные организации были полны решимости включить в имперскую юрисдикцию 130 тыс. кв. км земель и 16 млн немцев. Жители этих районов должны были быть лишены всякого участия во внутренней политике Германии, а крупная и средняя собственность должна была быть передана за счет поверженных противников Германии германским гражданам.

Коль скоро пламенный лексикон религии все еще владеет сердцами многих людей, то плох будет пропагандист, пренебрегающий духовной и церковной интерпретацией Войны у глашатаев разных сект. Надо сделать так, чтобы каждая религиозная группа видела в поражении врага триумф своих богов, священников и догм. Многочисленные примеры формул, пригодных для этой цели, мы находим в религиозной прессе каждой воюющей страны. В «La croix», органе французских клерикалов, прогресс Франции в последней войне был отождествлен с Царством Божьим. В дни лихорадочного возбуждения августа 1914 г., вскоре после объявления о том, что французы заняли Мюлуз, эта газета воодушевленно писала:

«История Франции – это история Божья.
Да здравствует Христос, любящий франков!»¹

¹ «L'histoire de France est l'histoire de Dieu,
Vive le Christ qui aime les Francs!»
(La croix. – 8 août, 1914.)

Днем раньше газета «L'Echo de Paris» провозгласила священную войну, «La Guerre sainte», сообщив, как в церкви святой Марии Магдалины во время торжественных богослужений раздался взрыв невольных рукоплесканий. 15 августа свою интерпретацию Войны обнародовала «La Croix». Прежде всего это война возмездия, того самого, которого мы желали 43 года.

Это колоссальная «дуэль германцев с латинянами и славянами».

Это испытание для «общественной морали и международного права».

И, как вершина всего, «разве это не война католической Франции с протестантской Германией?»

Католики Франции столь ревностно выступали за войну, что вызвали подозрения со стороны радикальных элементов в стране, и это породило довольно спорную литературу. Язвительный спор вызвал памфлет «Les curés ont-ils voulu la guerre?» («Хотели ли священники войны?»)¹.

Немецкие католики были крайне возмущены попыткой французских клерикалов монополизировать Войну. Литературным остатком этого спора является том талантливых очерков под редакцией Георга Пфайльшифтера, озаглавленный «Немецкая культура, католицизм и мировая война. Ответ на книгу “*La guerre allemande et le catholicisme*”» (1916)².

Практически на все виды церквей можно положиться в том, что они благословят народную войну и увидят в ней возможность для торжества любого божественного промысла, в какой бы они ни предпочитали верить. Следует, конечно, позаботиться о том, чтобы облегчить переход от осуждения войн вообще, являющегося традиционной установкой части христианских сект, к превознесению конкретной войны. Его можно ускорить, если видные деятели церкви дадут подходящие интерпретации войны на раннем этапе развития конфликта; огоньки поменьше вспыхнут потом. Партии войны в Британии было выгодно получить в копилку такое заявление, какое сделал епископ Герфордский:

¹ См.: Poulain E. Réfutation décisive (1. globale, 2. détaillée); onze rumeurs inflammées sur le clergé français. – Paris : Téqui, 1916; Feron-Vrau P. Les catholiques et la presse. – Paris : Maison de la Bonne Presse, 1921.

² Deutsche Kultur, Katholizismus und Weltkrieg. Eine Abwehr des Buches «La Guerre allemande et le catholicisme / Pfeilschifter G. (ed.)». – Freiburg : Herder, 1916.

«Такая война – тяжелая цена за наше продвижение в осуществлении христианства Христова, но долг зовет, и эта цена должна быть уплачена ради блага тех, кто идет вслед за нами. Тот лучший и более счастливый день, когда люди, подчиненные ныне военному правлению, будут сами управлять своей жизнью, несомненно, еще так далек, что старик вроде меня вряд ли может надеяться увидеть, как занимается его зарево, но среди всех тягот уныния и горя, которые эта ужасная война возлагает на наши плечи, мы можем по крайней мере возблагодарить Господа за то, что она на целый большой шаг приближает этот лучший день для предстоящего поколения»¹.

Патриотический хор священников в Германии вновь отзывается эхом на страницах антологии «Ура и аллилуйя!», подготовленной во время войны профессором Бангом². Банг, датский профессор теологии, взял на себя труд собрать некоторые из немецких жемчужин. Пастор Трауб, П. де Лагард и десятки других клерикалов невольно внесли вклад в эту книгу. Вся она, от начала и до конца, выглядит величайшим проклятием врагам Германии и самым искренним выражением почтения друзьям германского дела. Только либеральное меньшинство в Германии и в других местах протестует против подобных излияний от своего имени³.

Число возможных переистолкований войны ограничивается лишь числом особых интересов, преданность которым предлагают или ищут. К уже названным экономическим и церковным группам можно добавить целое созвездие людей искусства, ученых, учителей, спортсменов и так далее до бесконечности. Члены разговорчивых профессий (проповедники, писатели, промоутеры) зависят в добывании хлеба насущного от способности вызвать эмоциональный отклик в сердцах своей клиентуры. Когда общественность провоцируют на борьбу, клерикал, подходящий к делу с холодным рассудком, совершает самоубийство, так же как и писатель или промоутер. Создается круговой характер реакции, все взаимно друг друга стимулируют. Актер – раб своей аудитории, хотя аудитория и объединена временной зависимостью от актера.

На промоутеров можно положиться в переистолковании военных целей групп, с которыми они идентифицируются. Так, не-

¹ Times. – 1914. – August 12.

² Bang J.P. Hurrah and Hallelujah : The spirit of New-Germanism, a documentation – L. : Hodder and Stoughton, 1917.

³ См.: Fülster H. Kirche und Krieg // Kultur und Zeitfragen. – 1920. – Heft 8.

которые музыкальные промоутеры сделали открытие, что на самом деле данная Война – это война между немецкой и британской музыкой. Как писал Исидор де Лара:

«Настал час отложить в сторону и накрыть траурной вуалью партитуры людей, которые столь безошибочно кристаллизовали дух современных гуннов...

Будущее принадлежит молодому герою, который наберется мужества исключить из своей библиотеки все произведения Генделя, Мендельсона, Вагнера, Брамса и Рихарда Штрауса... который извлечет из глубин собственного бытия звуковые картины всего, что прекрасно в удивительной поэзии Великобритании, и найдет энергичные ритмы, которые поведают о бесстрашном духе тех, кто идет на верную смерть, напевая “Типперэри”»¹.

Кормилицам костлявого дитяти, известного как «опера на английском», удалось под давлением войны обеспечить солидное питание своему питомцу. Для них опера на немецком была профанацией, а «Кольцо» звучало у них с белгрейвским акцентом или не звучало вообще.

Некоторые американские педагоги извлекли из Войны выгоду, набрав обороты в продвижении своих любимых проектов образовательной реформы. Губительное влияние немецкой модели начальной школы на американское образование было предано всеобщему проклятию, и война стала для этих деятелей образования своего рода крестовым походом, призванным очистить мир от немецкой *Volksschule* в пользу американской *junior high school*².

¹De Lara I. English music and German masters // Fortnightly review. – 1915. – Vol. 103. – P. 847–853.

²Фридрих Шёнemann в книге «Искусство воздействия на массы в Соединенных Штатах Америки» (Schönemann F. Die Kunst der Massenbeeinflussung in den Vereinigten Staaten von Amerika. – Berlin ; Leipzig : Deutsche Verlags-Anstalt, 1924) показывает, как каждое учреждение в США во время и непосредственно после войны привлекалось так или иначе к распространению пропаганды. Школа, церковь, женский клуб, газета, кино, деловой клуб, ку-клукс-клан, Американское оборонное общество, Лига национальной безопасности, Американский легион, «памятные» патриотические общества (Сыны американской революции и т.п.) – все играли в пропаганде активную роль. Хотя книга написана с явным привкусом горечи, она является превосходной новаторской работой. Наше исследование, насколько возможно, избегает дублирования.

В Германии портные и портнихи объявили войну аморальным модам декадентского Парижа и вероломного Лондона. Бесподобные формы *Fräulein* больше не должны были смехотворно «блистать» в вычурных парижских финтифлюшках. Немецкой женщине пристало быть свободной и не зависеть от мимолетных капризов парижских дам.

Короче говоря, активный пропагандист рассчитывает на добровольную помощь каждого, когда нужно преобразить Войну в шествие к милой сердцу затронутой группы обетованной земле, какой бы она ни была. И чем больше таких подгрупп он сможет настроить на войну, тем могущественнее будет единая преданность народа делу страны и задаче попраiania врага.

Глава IV

ДЕМОНИЗАЦИЯ ВРАГА

Когда общественность уверена, что именно враг начал войну и служит препятствием для прочного, выгодного и богоугодного мира, пропагандист выполнил свою задачу. Но чтобы сделать эту уверенность вдвойне надежной, полезно подкреплять настрой нации примерами наглости и развращенности врага. Любая нация, затеявшая войну и стоящая препятствием на пути к миру, несправима, порочна и развратна. Напрямую настаивать на этих качествах – всего лишь мера предосторожности, и главный ее эффект состоит в придании тому, что враг способен на столь чудовищную вещь, как агрессивная война, большей определенности. Таким образом, благодаря круговому характеру психологической реакции виновный демонизируется, а демонизированный оказывается виновным.

Темы, отбираемые для акцентирования, зависят от морального кодекса нации, в которой возбуждается враждебность. Но есть и некоторые общие знаменатели, на действенность которых можно опереться в любой ситуации. Противостоящая нация почти всегда очевидно высокомерна и заносчива. Французская пресса была полна презрительных выпадов в адрес дерзкого и самонадеянного «Herrenvolk», живущего по ту сторону Рейна. Эти наглые и смехотворные людишки даже взяли для своего названия слово «Allemagne», которое в буквальном прочтении предположительно означало «все люди!» «Deutschland über alles» вызывало на Даунинг-стрит и Флит-стрит такое же негодование, какое «Rule, Britannia!» – на Вильгельмштрассе и на бульваре Унтер-ден-Линден. Рекрутирование в армию в Великобритании одно время поддержи-

валось рекламированием будто бы брошенного кайзером замечания насчет «ничтожной маленькой английской армии».

Враг не только нагл. Он подл и корыстен. Немцы были совершенно уверены в том, что корни войны кроются в зависти британцев и что у них, как и у Соединенных Штатов, экономический мотив слишком уж очевиден. Как писал Чарльз А. Коллман в книге «Поджигатели войны с Уолл-стрит»¹, американские промышленники и банкиры держались подальше от Войны до тех пор, пока над их лучшим клиентом, Великобританией, не нависла угроза банкротства, но с этого момента стали всячески подталкивать американскую общественность к войне – как раз вовремя, чтобы спасти свои счета. Дом Морганов, выдавший британскому правительству кредит по овердрафту на 400 млн долл., столкнулся с частичным обрушением вследствие перегрузки, вызванной кредитом на поставку британцам военного снаряжения. Моргана спасло только перенаправление ему средств, мобилизованных при помощи первого Займа Свободы. Британский канцлер казначейства Бонар Лоу со всей прямотой обрисовал положение страны в речи, произнесенной 24 июля 1917 г.:

«По сути, ни для кого не секрет, что мы слишком расточительно расходовали наши ресурсы, так что средства, которые мы могли получить в Америке, почти иссякли, когда наш великий союзник вступил в войну».

В декабре 1916 г. одно только сообщение о том, что Германия делает первые шаги к заключению мира, вызвало обвал биржевых котировок. Объем банковского кредитования резко упал, и правительствам союзных стран лишь с большим трудом удалось вновь подтвердить свои долговые обязательства. Весть о разрыве дипломатических отношений с Германией 4 февраля 1917 г. подбросила акции «Bethlehem Steel» сразу на 30 пунктов. Американские предприятия, настроенные на выпуск продукции для поставок союзникам, при первых слухах о мире оказались под угрозой ликвидации, реорганизации и даже полного краха; теперь же они снова смогли дышать полной грудью. М-р Генри П. Дэвидсон, партнер в «J.P. Morgan and Company», был одним из самых рьяных оппонентов «неискренних» мирных предложений Германии; он

¹ Collman C.A. Die Kriegstreiber in Wall Street. – Leipzig : Rudolf Schick & Co., 1917.

желал американского участия в Войне ради того, чтобы «очистить нас от нашего эгоизма»¹.

Враг по своей природе вероломен. Мсье Феликс Сартьо писал в книге «Мораль кантианская и мораль человеческая» (1916):

«Одной из искуснейших наклонностей немецкого характера является лицемерная лживость, рядящаяся в одежды наивной искренности и оправдывающая себя самыми невероятными софизмами... Часто цитируется суждение латинского историка Веллея Патеркула. Он считал древних германцев расой “прирожденных лжецов”»².

Враг ведет лживую пропаганду. Эта тема особенно важна. Неприглядные сообщения о союзниках, военачальниках, положении дел на фронте и бюрократии непременно будут прорываться через цензуру или даже сыпаться на бастионы как из рога изобилия. Следовательно, между опасными новостями и пагубными реакциями должны быть возведены как физические, так и психологические барьеры. Психологическим барьером такого рода служит подозрение, что неблагоприятная новость – скорее всего, хитроумный образчик вражеской пропаганды. Если это предположение удастся прочно внедрить в общественное сознание, то тем самым создается мощное оружие против разобщенности и пораженческих настроений.

Немцы были ошеломлены эффективностью пропаганды союзников и пытались ожесточить свой народ против нее, громко возмущаясь французской и британской прессой и пресс-службами. Рудольф Ротхейт заявил, что одним из условий мира должно быть вызволение мировой прессы из тисков вражеских телеграфных агентств. Он написал книгу «Условия мира немецкой прессы: Бегите прочь от Рейтера и Гаваса»³. Даже в школах было упражнение на чистописание: «Агентство Рейтер, фабрикатор военной лжи». Британская пресса стала предметом исследования Пауля

¹ Эти интерпретации, которые во время Мировой войны были в ходу в Германии, можно прочитать на английском в: Turner J.K. Shall it be again? – N.Y. : B.W. Huebsch, Inc., 1922; Rowley L.E. War criminals: Who were they? why were they? – Lansing : Michigan, 1924 (опубликована в частном порядке).

² Sartiaux F. Morale Kantienne et morale humaine. – Paris : Hachette, 1917. – P. 408.

³ Rotheit R. Die Friedensbedingungen der deutschen Presse: Los von Reuter und Havas. – Berlin : Puttkammer & Mühlbrecht, 1915.

Дена «Англия и пресса»¹. Немцы использовали Нортклиффа как символ британской прессы и осыпали его градом оскорблений.

Во Франции крик германской пропаганды был громким и назойливым. Некоторые газеты, даже в столице, подозревались в порче французских умов в угоду германским замыслам. Более или менее типичное разоблачение германских методов содержится в номере «Le Matin» от 24 октября 1917 г. Мсье Луи Форе обвиняет немцев в расходовании денег на оказание влияния на зарубежную прессу. Он обращает внимание на книгу одного эльзасца, в которой была изображена германская система перед Войной. Даже во время Франко-прусской войны у немцев были друзья в конторах парижских газет. После обзора сведений о прошлой и нынешней деятельности автор делает следующий вывод:

«...каждый может сам для себя решить, нова или стара нынешняя германская система. И если она кажется нам новой, то это потому, что мы невежественны в такого рода вещах»².

Враг запальчив, груб и деструктивен. В ноябре 1917 г. мсье Тюдеск и Ж. Диссор опубликовали книгу «Немцы в собственном изображении»³. Гейне в этой книге служит авторитетом для замечания, что

«христианство до какой-то степени смягчило этот брутальный воинственный пыл немца, но не смогло полностью его разрушить».

Особенно, восклицают французские редакторы книги, не смогло оно уничтожить их страсть к разрушению соборов, что обильно подтвердилось бомбардировкой Реймса и сожжением бельгийских церквей и соборов в Лотарингии. Гёте признавал:

«Мы, немцы, люди вчерашнего дня. Правда, за последнее столетие мы многое сделали, стараясь двинуть вперед свою культуру, но пройдет

¹ Dehn P. England und die Presse. – Hamburg : Deutschnationale Buchhandlung, 1915.

² Сегодня это можно читать с улыбкой, ибо российские документы показали, сколь значительная доля поддержки во французской прессе, которой пользовалось русское правительство, была им попросту куплена. См., например, «Livres noirs» и последующие статьи в газете «L'Humanité».

³ Tudesq H., Dyssord J. Les Allemands peints par eux-mêmes. – Paris : Éditions et Librairie, 1917.

еще несколько столетий, прежде чем все наши земляки проникнутся духом истинно высокой культуры и, уподобившись грекам, начнут поклоняться красоте...»¹.

Шопенгауэра бросает в краску от принадлежности к их расе.

Враг зверски жесток и дегенеративен в том, как ведет войну. Удобное правило возбуждения ненависти состоит в том, что если рассерженность не достигается сразу, то надо воспользоваться каким-нибудь злодеянием. Этот способ применялся с неизменным успехом во всех конфликтах, известных человеку. Оригинальность, хотя часто и выигрышна, отнюдь не необходима. В первые дни Войны 1914 г. рассказывали очень трогательную историю о семилетнем мальчике, который направил на патруль уланов, вошедших в деревню, деревянное ружье и был застрелен на месте. Эта история сослужила хорошую службу более чем за сорок лет до этого, во время Франко-прусской войны. Многие из наиболее успешных легенд имеют гораздо более древнюю родословную. Одна история о турках бороздит христианский мир еще со времен первых крестовых походов. В ней рассказывается, что в одном месте, где пытали пленных для увеселения турецких генералов, нашли чан, полный глаз.

Особый акцент всегда может делаться на убийствах и истязаниях женщин, детей, стариков, священников и монахинь, а также на чудовищных сексуальных преступлениях и истязаниях пленных и мирных граждан. Эти истории сеют возмущение против жестоких вершителей этих темных дел и удовлетворяют некоторые могущественные скрытые импульсы. Рассказ о молодой женщине, изнасилованной врагом, доставляет тайное удовольствие целой своре косвенных насильников по другую сторону границы. Отсюда, наверное, популярность и повсеместность таких историй.

Поскольку все истории о жестокостях проявляют семейное сходство и на старые опоры можно полагаться снова и снова, то все их классификации пропагандисту-практику следует рассматривать как не более чем источник намеков. Некоторый налет новизны всегда допустим, поскольку условия, в которых протекают войны, никогда не бывают в точности одинаковыми. С тех пор как открыли микробы, врага можно обвинить в заражении колодцев,

¹Цит. по: Эккерман И.-П. Разговоры с Гёте в последние годы его жизни / пер. с нем. Наталии Ман. – М. : Художественная литература, 1981. – (Запись от 3 мая 1827 г.). – *Прим. перев.*

скота и пищи, не говоря уже о раненых. В 1917 г. в Лондоне была издана брошюра «Микробная культура в Бухаресте», в которой прекрасно раскрыта эта тема. Если враг проявляет признаки веры в то, что кампания устрашения является верной военной стратегией, то надо не колеблясь призвать Бога и человека в свидетели того, что подобная мерзость – новейшее изобретение демонического врага. Именно отсутствие всякой возможности действенного оспаривания в военное время позволила, например, проф. Лависсу заявить в книге «Pratique et doctrine de la guerre allemande» [«Практика и доктрина германской войны»]:

«Ни один из наших военных писателей не учил доктрине *guerre atroce* [жестокой войны]».

С наступлением мира открылась возможность того, чтобы другой француз, Демарсьяль, в интересах истины устроил слушания и обратил внимание на трехтомный труд французского офицера Монтеня («Vaincre»), в котором отстаивался следующий тезис:

«Устрашай, а чтобы устроить – разрушай. Выступают в поход, чтобы убить; стреляют, чтобы убить; вцепляются врагу в горло, чтобы убить; и убивают до тех пор, пока не станет некого больше убивать»¹.

Американцы не считали заслуживающей напоминания теорию войны, которой придерживался генерал Шеридан. В 1870 г. он посетил Бисмарка в полевом штабе прусской армии во Франции и заявил:

«Правильная стратегия состоит в том, чтобы в первую очередь нанести вражеской армии как можно более ощутимые удары, а затем заставить жителей страдать так, чтобы они возжаждали мира и принудили свое правительство потребовать его. Людям нужно не оставить ничего, кроме глаз, которыми они могли бы рыдать от войны»².

¹Цит. по: Démartial G. La guerre de 1914. Comment on mobilisa les consciences. – Paris : Éditions des Cahiers internationaux, 1922. – P. 19. «Умано», итальянский юрист, публикует анонимную коллекцию заявлений, сделанных публичными лицами во время Войны, которые он в свете своего излишне многословного, но интересного исследования считает необоснованными: «Umano». Positiva scienza di Governo per parlare di politica senza vecchie ciurmerie e asinerie. – Torino : Bocca, 1922.

²Bush M. Bismarck... – Vol. 1. – P. 128.

Точно так же и президент Пуанкаре мог безоглядно клеймить немецких варваров за сбрасывание бомб на незащищенных женщин и детей. Мало кто в странах-союзниках знал – и мало кого, если бы они знали, озоботило – то, что 26 июня 1916 г. французские и английские авиаторы сбросили бомбы на Карлсруэ, убив и ранив 26 женщин и 124 детей, или что 22 сентября 1915 г. в ходе налета союзных бомбардировщиков на этот же город были принесены в жертву 103 жизни. В пылу битвы известия об убийстве вражеских мирных граждан могут быть встречены криками ликования, что нет больше «щенков и самок кровавого врага», если привести рыцарскую строку, родившуюся у Суинберна, когда он услышал об ужасной смертности в концлагерях для бургских женщин и детей в Южной Африке.

Союзники могли смело заявлять, что только германским гуннам могло прийти в голову организовать кампанию по систематическому уничтожению оборудования, складов, мостов и железных дорог в районах, из которых они отступали. Не было никого, кто обратил бы внимание на рекомендации «Engineer», уважаемого британского технического издания, данные в номере от 25 сентября 1914 г. Суть их состояла в том, что армии следовало бы ломать оборудование и ровнять с землей каждое германское предприятие, которое по счастливой случайности война принесет им в руки. Этим был бы нанесен серьезный урон конкурентоспособности немцев после Войны¹. Да и уничтожение союзниками нефтепромыслов при их отходе через Румынию демонстративно не истолковывалось народу иначе, нежели как хитроумный удар, призванный обмануть врага.

Каталог преступлений, совершенных, как считается, врагом в прошлом, должен возбуждать в специалисте по пропаганде скорее находчивость, чем подражательность. Набросанными здесь примерами дело никоим образом не исчерпывается. Во время последней Войны были изобретены бесчисленные схемы классификации вражеских зверств. Как случайно попавшийся образец можно взять первую большую и важную брошюру о жестокостях, изданную французским правительством².

¹ Цит. по: Démartial G. Op. cit. – P. 24.

² République Française. Documents relatifs à la guerre 1914–15. Rapports et Procès-verbaux d'enquête de la commission instituée en vue de constater les actes commis par l'ennemi en violation du droit des gens. – Paris, 1915.

Германские грехи были рассортированы по рубрикам, обозначенным следующими ярлыками.

1. Нарушение нейтралитета Люксембурга и Бельгии.
2. Нарушение французской границы до объявления войны.
3. Убийство пленных и раненых.
4. Грабежи, поджоги, изнасилования, убийства.
5. Использование запрещенных пуль.
6. Использование воспламеняющих жидкостей и удушающих газов.
7. Бомбардировки крепостей без уведомления, а также неукрепленных городов; разрушение зданий, посвященных религии, искусству, науке и благотворительности.
8. Вероломные методы ведения войны.
9. Жестокости в отношении гражданского населения.

Д-р Эрнст Мюллер-Майнинген, член германского Рейхстага, собрал грехи Антанты в книге «Мировая война и крушение права народов»¹. К середине 1915 г. вышло уже третье, пересмотренное ее издание. Общая схема организации книги представлена в оглавлении.

1. Нейтралитет Бельгии (как Бельгия вошла в тайный сговор с союзниками).
2. Мобилизация и нравственность наций.
3. Нарушение законов о Конго. Колониальная война.
4. Использование варварских и воинственных племен в Европейской Войне.
5. Нарушение нейтралитета Суэцкого канала.
6. Попраие китайского нейтралитета Японией и нападение Англии на Цзяо-Чжоу.
7. Использование разрывных пуль типа дум-дум и т.п.
8. Обращение стран Тройственной Антанты с дипломатическими представителями, нарушающее нормы международного права. Действия дипломатических представителей Тройственной Антанты, нарушающие международное право.
9. Несоблюдение и нарушение правил Красного Креста со стороны государств Тройственной Антанты.

¹Müller-Meiningen E. Die Weltkrieg und der Zusammenbruch des Völkerrechts. – 3 Aufl. – Berlin : Verlag von Georg Reimer, 1915.

10. Использование в войне франтиреров и жестокое обращение с безоружными до и после объявления войны. Также захват в плен гражданских лиц.

11. Незаконные и бесчеловечные методы ведения войны, практикуемые вражескими армиями и правительствами Тройственной Антанты и Бельгии.

12. Зверства русских, особенно в Восточной Пруссии.

13. Еврейские погромы и другие русские зверства в Польше, Галиции, на Кавказе и т.д.

14. «Дух» войск Тройственной Антанты. Разграбление и разрушение имущества в своей стране. Членовредительства. Вердикты в отношении войск Тройственной Антанты, вынесенные их собственными офицерами.

15. Разрушение и неправильная эксплуатация телеграфных кабелей.

16. Дополнительные детали относительно вендетты лжи, осуществляемой прессой Тройственной Антанты. Метод ведения войны, противоречащий всему международному праву. Французское «искусство войны».

17. Бомбардировки городов и деревень с аэропланов. Использование снарядов, выпускающих газ.

18. Английская деловая мораль и кодекс английских кредиторов. Лишение немцев их законных прав в России и во Франции.

19. Нарушения Англией и другими государствами Тройственной Антанты нейтрального статуса морей. Военная контрабанда. Блокады и т.д.

(Приведено в сокращенном виде.)

По мере того как шла война, к проблеме жестокости были применены количественные методы современной социальной науки. В подготовленном для сербов отчете об австро-венгерских зверствах первый вставной лист, в котором суммируются итоги исследования, озаглавлен «Статистика зверств». Он ограничивается районами Поозерье, Мачва, Ядар и некоторыми другими. Женщины и дети отмечены в параллельных колонках, для каждой категории указывается количество случаев. Категории следующие:

казнено или иным образом застрелено; заколото штыком или зарезано; перерезано горло; убито; сожжено заживо; убито в массовой резне; забито до смерти ружьями или палками; побито камнями; повешено; выпотрошено; связано и замучено на месте; пропало без вести; угнано

в плен; ранено; отрублено или переломано рук; отрублено и переломано ног; отрезано носов; отрезано ушей; выбито глаз; изувечено половых органов; содрано кожи; снято плоти и скальпов; порублено на куски трупов; отрезано грудей; изнасиловано женщин.

Некоторые особые категории, например применение разрывных пуль, не поддавались статистическому учету и разбирались в качественном ключе¹. К убедительности количественного метода добавлена драматизация отдельных случаев. Книга обильно снабжена ужасными фотографиями изувеченных тел и разоренных сел.

Есть некоторое техническое преимущество в варьировании форм отчетов о зверствах. Иногда можно позволить самой жертве поведать свою историю, как в случае одного выдающегося бельгийского ученого, который был приговорен немцами к принудительным работам и рассказал о том, что ему довелось пережить, в книге «За железной решеткой»². Уильям Кейн опубликовал, как он сам утверждает, интервью с жертвой германского вторжения под заголовком «История мсье Саготена»³. У.Т. Хилл поведал о злключениях одной женщины в книге «Мученичество сестры Кэвелл»⁴. Нейтральный свидетель всегда говорит с некоторым авторитетом, и д-р Де Кристмас удостоверил печальную участь французских узников в Германии, посетив их. Его книга называлась «Обращение с французскими узниками в Германии»⁵. Всегда полезны признания врага, и французы опубликовали захваченный дневник одного немецкого унтер-офицера, содержавший записи о надругательствах, совершенных офицерами над солдатами и гражданскими лицами. Дневник был отредактирован Луи-Полем Ало и издан в 1918 г. под названием «Воспоминания о войне одного

¹ Kingdom of Serbia. Report upon the atrocities committed by the Austro-Hungarian Army during the first invasion of Serbia, by R.A. Reiss, F.S. Copeland. – L. : Simpkin, Marshall, Hamilton, Kent & Co., Ltd., 1916.

² Cammaerts É. Through the iron bars : Two years of German occupation in Belgium, illustrated with cartoons by Louis Raemakers. – L. : John Lane, 1917.

³ Cane W. Monsieur Segotin's Story. – L. : Chatto & Windus, 1917.

⁴ Hill W.T. The martyrdom of Nurse Cavell : The life story of the victim of Germany's most barbarous crime. – L. : Hutchinson & Co., 1915. Немецкая публика, кстати, считала, что мисс Кэвелл была шпионкой.

⁵ De Christmas J. Le traitement des prisonniers français en Allemagne d'après l'interrogatoire des *prisonniers ramenés d'Allemagne* en Suisse. – Paris : Chapelot, 1917.

немецкого унтер-офицера»¹. А в Нью-Йорке в 1917 г. были опубликованы «Военные переживания немецкого дезертира»².

Превосходным средством, использованным британцами для придания веса их историям о германских жестокостях, было создание комиссии из лиц, известных во всем мире своей верностью истине, для сбора свидетельств и обнародования результатов. Имея в виду не только свое население, но также и американцев, британцы сделали гениальный ход, назначив так называемую Комиссию Брайса. «Свидетельства и документы, представленные Комитету по предполагаемым германским зверствам»³, стали *magnum opus* Войны на этом фронте. Брошюра «Немецкие военные практики», изданная Комитетом общественной информации в Соединенных Штатах в 1916 г., была одной из последних в ряду бесчисленных версий этого отчета.

Еще одна форма, в которой врагу могут предъявлять пропагандистские претензии, – это полемические заявления и памфлеты. Д-р Макс Куттнер в брошюрке «Немецкие преступления?», написанной в ответ на книгу Жозефа Бедье «Немецкие преступления по свидетельствам самих немцев» [Joseph Bédier, *Les crimes allemands d'après temoignages allemands*], увещевал своего бывшего ученика, отдавшего перо на службу французским «клеветническим измышлениям»⁴. Разве не был этому французу еще раз преподан урок о важности взвешивания свидетельств? Таковую же линию действий выбрал Хуберт Гримме, комментируя книгу «Злостный пустомеля»⁵. Никто даже не предполагал, что эти памфлеты вызовут покаяние французов, но они хорошо служили сохранению духа праведного негодования в Германии. Спрашивать, преступники ли немцы, было все равно что читать проповедь на тему «Не лицемерны ли священники?». Ответом будет уравнивающее и из раза в

¹ Souvenirs de guerre d'un sous-officier allemande (1914–1915–1916) / Alaux L.-P. (ed.). – Paris : Payot, 1918.

² German deserter's war experience. – N.Y. : B.W. Huebsch, 1917.

³ Bryce J.B., Viscount. Evidence and documents laid before the Committee on alleged German outrages. – L. : T. Fischer Unwin, 1915.

⁴ Kuttner M. Deutsche Verbrechen? Wieder Joseph Bédier, Les crimes allemands d'après de témoignages allemands. Zugleich eine Antwort aus französischen Dokumenten. – Bielefeld ; Leipzig : Velhagen & Clasing, 1915.

⁵ Grimme H. Ein böswilliger Sprachstümper über «deutsche Kriegsgreuel»: Entgegnung auf «Les crimes allemands par Josef Bédier». – Münster : Borgmeyer & Co., 1915.

раз повторяющееся отрицание, легко переходящее в гневное осуждение коварства тех, кто осмелился намекнуть на такие вещи.

Прежде чем оставить неприятную тему жестокостей, нужно вычленил еще один принцип. Множествам простых умов внутри нации всегда трудно придать личные черты такой рассеянной сущности, как целая нация. Нужен какой-нибудь индивид, к которому они могли бы привязать свою ненависть. Поэтому важно выделить горстку вражеских лидеров и повесить на них все десять смертных грехов.

Ни одна личность за последнюю войну не собирала в себе столько злоупотреблений такого рода, как кайзер. Лондонская «Daily news» в номере от 6 августа окрестила кайзера «бешеным псом Европы», а чуть позже – еще и «творцом войны». Остен Гаррисон писал о «войне кайзера»¹. Парижская «Liberté» в номере от 24 ноября 1916 г. попыталась отождествить Вильгельма II со Зверем Апокалипсиса, о котором пророчествовал Св. Иоанн. Исходя из исследований, проведенных одним английским ученым мужем, оказалось, что число Зверя – 666 и что число кайзера именно такое. В слове «кайзер» шесть букв. Расставим их в колонку одну под другой. Слева от каждого числа запишем место в алфавите, занимаемое каждой из этих букв. Так, буква «к», одиннадцатая в алфавите, оказывается рядом с шестеркой, и получается 116. Когда все колонки заполнены, в сумме получается 666, мистическое число².

Можно было бы и еще расширить список эпитетов, могущих служить темами для вредоносной пропаганды против нации, но сейчас уместнее будет обрисовать некоторые из методов, с помощью которых весь обвинительный материал может быть представлен синтетически. Есть люди, без колебаний обвиняющие целую цивилизацию единым жестом, и от этих ментальностей можно уверенно ожидать поставку систематических трактатов на такие

¹ Harrison A. The Kaiser's war. – L. : Allen & Unwin, 1914.

² Это же воспроизводится в: Graux L. Les fausses nouvelles de la grande guerre. – Paris : L'Édition français illustrée, 1919. – Т. 1. – Р. 282. Дж.У. Джерард, бывший посол США в Германии, критиковал кайзера в своих книгах «Мои четыре года в Германии» (Gerard J.W. My four years in Germany. – N.Y. : Grosset & Dunlap Publishers, 1917) и «Лицом к лицу с кайзеризмом» (Gerard J.W. Face to face with Kaiserism. – N.Y. : George H. Doran Company, 1918). Дантист Артур Н. Дэвис написал мемуары «Кайзер, каким я его знал» (Davis A.N. The Kaiser as I know him. – N.Y. ; L. : Harper & Brothers, 1918).

темы, как «Цивилизованные против Немцев»¹. Эту конкретную книгу опубликовал в 1915 г. в Париже француз Жан Фино, написавший до Войны замечательно объективный трактат о расовых предрассудках. В том же русле писали именитый историк Эрнест Лависс в книге «Культура и цивилизация» (1915)² и Андре Суаре в книге «Мы и они» (1915)³. М-р Редьярд Киплинг высказался в колонке в лондонской «The Morning Post» от 22 июня 1915 г.:

«Но как бы ни выглядел мир разделенным, сегодня в мире есть только две части: это люди и немцы».

В книге, задуманной как научный трактат о стадных инстинктах в мирное и военное время, Троттер писал:

«Непостижимость для англичан всей направленности чувства и самовыражения немцев наводит на мысль, что между ними есть некоторый глубоко укорененный инстинктивный конфликт установок. Рискнем предположить, что это конфликт между социализированной стадностью и агрессивной стадностью»⁴.

М-р Джон Каупер Поуис ответил проф. Мюнстербергу в книге «Угроза немецкой культуры» (1915)⁵. На эту тему, тему Kultur, немцы нагромодили целые горы полной самовосхваления литературы. Ознакомление со списком названий, отобранных из этой немецкой печатной продукции, дает некоторое представление о ее масштабах и направленности.

Герман Коген. «О своеобразии немецкого духа» (1915)⁶.

Э. Бергманн. «Всемирно-историческая миссия немецкого образования» (1915)⁷.

¹ Finot J. Civilisés contre Allemands (la grande croisade). – Paris : Ernest Flammarion, 1915.

² Lavisse E. Kultur et Civilisation. – 1915.

³ Suarés A. Nous et Eux. – Paris : Emile-Paul Frères, 1915.

⁴ Trotter W. Instincts of the herd in peace and war. – L. : T. Fischer Unwin, Ltd., 1917. – P. 174.

⁵ Powys J.C. The menace of German culture. – L. : Wm Rider & Son, 1915.

⁶ Cohen H. Über das Eigentümliche des deutschen Geistes (= Philosophische Vorträge der Kantgesellschaft). – Berlin : Reuther & Reichard, 1914. – N 8.

⁷ Bergmann E. Die weltgeschichtliche Mission der deutschen Bildung. – Gotha : Kessinger, 1915.

Рудольф Ойкен. «Всемирно-историческое значение немецкого духа» (1914)¹.

Р. фон Делиус. «Ведущее духовное положение Германии в мире» (1915)².

Й.А. Лукс. «Германия как мировой учитель» (1914)³.

Под редакцией Карла Хённа. «Борьба немецкого духа в мировой войне. Документы немецкой духовной жизни военного времени»⁴.

Немецкую уверенность и самомнение поддерживали свидетельства многочисленных иностранных очевидцев. Свой вклад в эту копилку внес Бьёрн Бьёрнсон, скандинавский писатель, автор книги «О немецкой сущности. Впечатления соплеменника, 1914–1917» (1917)⁵. Хьюстон Стюарт Чемберлен, эмигрировавший англичанин, выступил в защиту «немецкой сущности»⁶. В ранних своих сочинениях он восклицал: «Если и есть на свете мирный, благонравный, набожный народ, то это немцы. За последние сорок три года ни один человек во всей стране не желал войны – да-да, ни один». Англия была втянута в Войну нечистоплотными махинациями Короля, оказавшегося орудием в руках одного ушлого дипломата. Англия перестала быть страной свободы, оказавшись в рабстве у порочной олигархии⁷. Фердинанд Тённис, знаменитый немецкий социолог, в своей книге об Англии собрал вместе все империалистические высказывания британских государственных деятелей⁸. Работа по изданию антологий с обвинительными высказываниями не затухала на протяжении всей Войны. Жан Руплингер опубликовал сборник немецких высказываний о Войне, названный «Так говорила Германия»; книга вышла в Париже

¹ Eucken R. Die weltgeschichtliche Bedeutung des deutschen Geistes. – Stuttgart : Deutsche Verlag-Anstalt, 1914.

² Von Delius R. Deutschlands geistige Weltmachtstellung. – Stuttgart : Lese Verlag, 1915.

³ Lux J.A. Deutschland als Welterzieher: Ein Buch über deutsche Charakterkultur. – Stuttgart : Union Deutsche Verlagsgesellschaft, 1914.

⁴ Der Kampf des deutschen Geistes im Weltkrieg. Dokumente des deutschen Geisteslebens aus der Kriegszeit / Hrsg. von. Karl Hönn. – Gotha : Perthes, 1915.

⁵ Björn Björnson. Vom deutschen Wesen. Impressionen eines Stammverwandten, 1914–1917. – Berlin : Oesterheld & Co. Verlag, 1917.

⁶ Chamberlain H.S. Deutsches Wesen. – München : F. Bruckmann, 1916.

⁷ Его ранние эссе были опубликованы в 1915 г. в Англии под названием «Бредни ренегата».

⁸ Англоязычное издание книги вышло в 1915 г. в Нью-Йорке под названием «Воинственная Англия глазами ее самой».

в 1918 г. с предисловием Эдуара Эррио¹. Уильям Арчер собрал «Жемчужины немецкой мысли», опубликованные в 1917 г.²

Во время войны приветствуется большая масса специализированных исследований, посвященных разным чертам жизни и характеру других стран. Почтенный философ и психолог Вильгельм Вундт сопоставил философские идеалы разных наций в брошюре «Нации и их философия»³; сравнения были по большей части в пользу Германии. С более частной стороны барон Кай фон Брокдорф попытался представить истину о Бергсоне, как он ее видел, в книге «Правда о Бергсоне»⁴. В Соединенных Штатах Джон Дьюи невольно оказал большую услугу тем, кто подогревал антигерманские чувства, огласив изменения в некоторых сторонах немецкой философии в книге «Немецкая философия и политика» (1915)⁵, вновь вошедшей в моду, когда Америка вступила в Войну. Если ученые союзных стран трактовали как летопись кровавых грабежей историю Пруссии, то для немцев пахлава чем-то нехорошим история британского империализма. Некоторые обвинительные фрагменты собраны в книгах о Персии и Индии, таких как «Английские документы об удушении Персии» (1917)⁶ и «Индия под британским кулаком» (1916)⁷. А.О. Мейер прояснил реальное значение политической свободы, открыв, что настоящая свобода существует в Германии, а не в Англии, и написав об этом целую книгу – «Немецкая свобода и английский парламентаризм» (1915)⁸. Бельгиец Фр. Де Ховре, намереваясь расхвалить британскую систему образования, сравнил ее в выгодном свете с немецкой и написал, что ее цель можно суммировать лозунгом:

¹ Ruplinger J. Also sprach Germania, paroles allemandes pendant la guerre, extraits d'auteurs allemands publiés depuis le mois d'aout 1914; recueillis et traduits sans commentaires. – Paris : Éditions de la Sirène, 1918.

² Archer W. Gems of German thoughts. – Garden City ; N.Y : Doubleday, Page & Company, 1917.

³ Wundt W. Die Nationen und ihre Philosophie. – Berlin : Alfred Kröner Verlag, 1917.

⁴ Von Brockdorff C. Die Wahrheit über Bergson. – Berlin : Curtius, 1917.

⁵ Dewey J. German philosophy and politics. – N.Y. : Columbia University Press, 1915.

⁶ Englische Dokumente zur Erdrosselung Persiens. – Berlin : Verlag «Der Neue Orient», 1917.

⁷ Indien unter der britischen Faust: Englische Kolonialwirtschaft im englischen Urteil. – Berlin : Karl Curtius Verlag, 1916.

⁸ Meyer A.O. Deutsche Freiheit und englischer Parlamentarismus. – München : F. Bruckmann, 1915.

«Будь доброй, милая девица, а умным пусть будет тот, кто захочет».

Его книга называлась «Немецкое и английское образование» (1917)¹. Хотя Германия оставалась еще в мире с Америкой, д-р Карл Хеннинг опубликовал непристойный памфлет о ней, озаглавленный «Правда об Америке» (1915)², оказавшийся полезным позже, когда грянула война. Больше всего внимания Хеннинг посвятил семье и воспитательной системе в Соединенных Штатах. Он просмотрел отчеты нескольких муниципальных комиссий по пороку в поисках пикантных историй о сексуальных преступлениях, совершенных детьми, и воспроизвел их как типичные примеры американских жизненных стандартов. Одним из выдающихся экспонатов было письмо, которое, по его словам, попало в его распоряжение и было написано восьмилетней девочкой мальчику-сверстнику. Вот оно:

«Дорогой Артурчик! Я приду к тебе сегодня вечером, ладно? Ты меня любишь? Я тебя очень люблю, а вечером мы ходим на шоу, и остаемся там до полуночи, и будем долго танцевать в театре, а потом пойдем домой, и ты можешь спать со мной до утра, а в следующее воскресенье мы пойдем кататься на лошадах. Твоя сладенькая, М.»³.

Но монографии любого вида доходят лишь до какой-то ограниченной аудитории, и если нужно затронуть более широкие круги общественности синтетическими репрезентациями жизни другой страны, то форма должна быть личной, драматичной и литературной. Образцом этого может служить одна книга, изданная во время Войны в Англии. Она была правдоподобна, хорошо написана и совершенно опустошительна. Не один член германской службы пропаганды говорил мне, что у них она считается лучшим образцом пропагандистской работы, предложенным в ходе Войны союзниками. Речь идет о «Кристине» Элис Чамли (1917)⁴. Эта книга выдавала себя за подборку подлинных писем, написанных матери в Англию студенткой, изучавшей в Германии музыку. Девушка была талантливой скрипачкой и в мае 1914 г. поехала

¹ De Hovre Fr. German and English education: A comparative study. – L. : Constable, 1917.

² Henning K. Die Wahrheit über Amerika. – Leipzig : J. Klinkhardt, 1915.

³ Ibid. – P. 54.

⁴ Cholmondeley A. Christine. – N.Y. : The Macmillan Company, 1917.

учиться к великому немецкому мастеру. Ее переполняли энтузиазм и восторженные предчувствия в отношении искусства и жизни в Германии. Свои берлинские письма она писала с адреса на Лютцовштрассе, где, как известно, находился пансион.

Всё наполнено жизнерадостностью и счастьем, пока ей не начинает постепенно открываться немецкая цивилизация. Полиция груба и надменна. Ее учитель музыки втайне презирает весь германский режим. Все разговоры в пансионе вертятся вокруг чистого Берлина и грязного Лондона. Ее считают более или менее лично ответственной за бурскую войну. Ей досаждают всевозможные назойливые правила и распорядки, ведь ей не позволяют репетировать в субботу. Для Германии правила типичны, и она узнает, что одна ее знакомая, презиравшая отца, отмечает день его рождения спустя пять лет после его смерти. В десять вечера у нее забирают лампу, и она остается с одной свечой. Всюду снобизм. Одна графиня покровительствует искусствам, но не позволяет соприкасаться с ними собственной дочери. Молодой немец высокого происхождения мечтает стать музыкантом, но кастовые условности делают из него офицера. Дети в Германии сводят счеты с жизнью из-за перегрузок в школах. К ней пристают мужчины и подростки, когда она одна выходит на улицу. Ее повсеместно преследуют споры о мировой политике. Все вокруг пропитано тревожным чувством надвигающейся войны. Низшие классы в раболепном почтении пресмыкаются перед высшими. Возможно, вследствие муштры и выучки. Предполагается, что незамужние девушки не задают вопросов в разговорах, а хранят благоразумное молчание и ведут себя скромно. Сельский пастор читает ей нотации о любви англичан к денежным мешкам. Она встречает штабного офицера, зловеще советующего ей подать в Совет ее деревни в Суссексе запрос о выпрямлении дороги для интенсивного движения. Женщина на сносях молит Бога послать ей мальчика, чтобы быть матерью солдата. Немецких аристократов Кристина находит средним, очень невзрачным классом. Она обручается с очаровательным молодым офицером, которому не довелось стать музыкантом. Когда все отчетливее приближается международный кризис, она видит разнузданные оргии радости по поводу неминуемой Войны. Ее учителю по скрипке заткнули рот, вручив имперскую награду. Ее замужество, запрещенное командиром ее жениха, отменяется. Она бежит из Германии, чтобы избежать интернирования, но на границе ее останавливают. Молодой солдат заставляет ее ждать два часа на солнце, она подхватывает двустороннюю пневмонию и

8 августа 1914 г. умирает в Штутгарте. Все факты, касающиеся германской жизни, всплывают в потоке излияний о музыке и матери. Сделано все изумительно, и книга достигла широкого читательского успеха среди женщин и школьников в союзных и нейтральных странах. Это типичный образец сентиментального материала, привязанного к обстоятельствам, которому самое место в художественных колонках женского журнала или на книжных прилавках. Благодаря такому материалу противостоящая нация становится Его Сатанинским Величеством, Врагом.

Таким образом возникает питаемый ненавистью культ дьявольщины. Я воздам, говорит Господь, и Он работает через нас, чтобы сокрушить Дьявола. Возбуждающие строфы знаменитого «Гимна Ненависти» Лиссауэра являют все это в наичистейшем виде:

«Ненависть на воде и на суше,
Ненависть головы и руки,
Ненависть корня и вершины.
Подавляющая ненависть 70 миллионов.
У нас общая любовь,
У нас общая ненависть,
У нас только один враг:
Англия¹».

Все средства, помогающие одолеть Лукавого, восславляются и должны быть восславлены. Культ войны требует, чтобы каждая форма общих усилий (запись добровольцами на войну, экономия продуктов, изготовление оружия, уничтожение врага) была благословлена всеми священными чувствами. В христианских странах нужно заранее позаботиться о том, чтобы рассеять сомнения тех, кто склонен давать неудобное толкование такой книге, как Библия. Всегда имеет смысл распространять аргументы проповедников и священников, готовых объяснить, как можно одновременно идти за Иисусом и убивать врагов. Среди теологов всегда достаточно

¹ Цитируется машинописный перевод стихотворения, оставленный немцами при отступлении из Восточной Пруссии зимой 1914–1915 гг. (РГВИА.Ф. 2000. Оп. 15. Л. 618. Л. 57–58 об.)

Источник: https://www.propagandahistory.ru/books/Aleksandr-Astashov_Propaganda-na-Russkom-fronte-v-gody-Pervoy-mirovoy-voyny/161 (дата обращения: 25.10.2019).

лидеров для выполнения этой задачи, ибо затруднительной она оказывается лишь для небольших сект, обычно считаемых фанатичными. В немецкой военной литературе мы видим много книг, написанных с целью избавить от сомнений колеблющиеся души, ненавидящие стрельбу больше, чем англичан. Теодор Бирт успокаивал тех христиан, которых сбивала с толку заповедь «Возлюбите врагов ваших», в книге «Что означают слова “Возлюбите врагов ваших”»? Слово в утешение» (1915)¹. В. Вальтер написал популярный трактат в помощь лютеранам. Он называется «Германский меч освящен Лютером» (1915)². Отто Альбрехт нашел у Лютера предсказания победы, выпустив книгу «Проповедь войны в писаниях Лютера» (1914)³.

Также полезно оправдывать саму войну на этических основаниях, а не на просто религиозных. Знаменитый Рудольф Ойкен превозносил моральную силу войны в «Нравственной силе войны» (1914)⁴, а Теодор Эльзенганс рукоплескал ей как великому учителю в книге «Война как воспитатель» (1914)⁵. Теодор Кипп не видел никакого противоречия между идеями силы и права, считая важным сделать право сильным, о чем и утверждал в книге «О силе права» (1914)⁶.

Оправдание войны будет проходить более гладко, если скрывать от глаз общественности неприглядные стороны военного дела. Людям можно позволить абстрактно порицать войну, но нельзя поощрять их слишком живо рисовать ее ужасы. На самом деле, уместны сообщения вроде следующего, появившегося в американской прессе в самом начале испано-американской войны:

«СМЕРТНОСТЬ СНИЗИЛАСЬ. Страшная хроника дней Трафальгарского сражения никогда больше не повторялась. Моральный эффект автоматического ружья. Современное оружие менее разрушительно, чем кремневые ружья, дротик и копье»⁷.

¹ Birt T. Was heißt «Liebet eure Feinde»? Ein Wort zur Beruhigung. – Marburg : Verlag der «Christlichen Welt», 1915.

² Walter W. Deutschlands Schwert durch Luther geweiht. – 2 Aufl. – Leipzig : Dörffling und Francke, 1915.

³ Albrecht O. Eine Kriegspredigt aus Luthers Schriften. – Berlin : Verlag des Evang. Bundes, 1914.

⁴ Eucken R. Die sittlichen Kräfte des Krieges. – Leipzig : Gräfe, 1914.

⁵ Elsenhans T. Der Krieg als Erzieher. – Dresden : Dressel, 1914.

⁶ Kipp T. Von der Macht des Rechts. – Berlin : Heymann, 1914.

⁷ Из лувисвиллской «The Courier-Journal» от 26 июня 1898 г.

Еще лучше, разумеется, интерпретация войны в категориях героизма, товарищества, удали и живописности. В последнюю войну на художников вроде Мьюрхеда Боуна можно было положить в том, что уж они изобразят «Западный фронт» в облегченных зарисовках. Юмористические журналы и книги помогают переводить реалии войны в шутку, пользуясь склонностью людей отворачиваться от зрелища, которое, будучи осознанным до конца, могло бы оказаться невыносимым. Какой-нибудь Брюс Барнсфатер стоит по меньшей мере целого армейского корпуса¹. Популярные отчеты о том, как работает военная машинерия, дают общественности ощущение того, что она знает, как обстоит дело; конечно, писатели должны внимательно следить за тем, чтобы в их рассказы не проникало слишком много крови. Такие авторы, как Бернард Шоу, Г. Дж. Уэллс и Артур Конан Дойл, ездили в командировки на фронт и по возвращении осторожно делились своими впечатлениями. Людвиг Гангхофер описал в серии книг все германские фронты.

Наибольшая значимость придается письмам и книгам, написанным теми, кто воевал. Американцам действительное ведение войны объясняли Гарольд Р. Пит (псевдоним – Частный Пит) и сержант Гай Эмпи. Дональд Хэнки (псевдоним – Студент под ружьем) был солдатом, видевшим войну глазами морального и религиозного идеалиста, и его книга затронула много чувствительных струн в Америке и в Англии. Такими же качествами пронизаны и труды некоторых других авторов, например «Так держать?» Кинингсби Доусона. Причудливая, решительная тональность военной книги «Первые сто тысяч» Йэна Хея обеспечила ей широкую популярность в англоязычном мире, едва она вышла в свет.

Старый дух романтики, окружавший войну, поддерживали рассказы о личных приключениях. Один солдат поведал о том, «что я пережил в более чем 80 боях и сражениях»². Пэт О'Брайен рассказал о том, как он убежал от немцев, в книге «Перехитрить гунна» (1916)³. Д-р Т. Прейер рассказывает, как ему удалось вернуться домой из Нью-Йорка, в книге «Из Нью-Йорка в Иерусалим

¹ См., например: Bairnsfather B. *Bullets and Billets*. – N.Y. : G.P. Putnam's Sons, 1917.

² Was ich in mehr als 80 Schlachten und Gefechten erlebte: Schilderungen von den Kriegsschauplätzen im Osten und Westen; von einem Mitkämpfer. – Berlin : Mittler, 1916.

³ O'Brien P., *Lieut. Outwitting the Hun: My escape from a German prison camp*. – N.Y. : Harper & Brothers Publishers, 1916.

и в пустыню» (1916)¹. Пауль Кёниг в «Плавании “Германии”» (1917)² поведал о героических приключениях субмарины, пересекшей Атлантику. Марсель Адо точно уловил атмосферу воздушных боев в книге «В воздухе» (1916)³. Книга «Цеппелины над Англией» («Zeppeline über England») встретила теплый прием в Германии. Так же тепло была встречена и книга «Капитан-лейтенант барон фон Фёрстнер как командир подводной лодки против Англии» («Kapitänleutnant Freiherr von Förstner als U-Bootes Kommandant gegen England»). История фон Мюке о крейсере «Эмден» была в годы Войны одной из самых популярных книг. Курт Аграм в книге «В Сибирь со 100 000 немцев» («Nach Sibirien mit 100 000 Deutschen») рассказал сенсационную историю о 100 тыс. немцев, сосланных в Сибирь русским правительством, и о том, как ему удалось бежать. Темой книги Эмиля Циммермана «Мой военный поход из Камеруна на Родину» («Meine Kriegsfahrt von Kamerun zur Heimat») стало то, как ему удалось добраться до Германии из осажденных колоний.

Специальные собрания писем с фронта готовились во всех странах. Собрания «Der deutsche Krieg in Feldpostbriefen» («Немецкая война в полевых почтовых письмах»), «Soldier's tales of the Great War» («Солдатские истории Великой Войны») и некоторые другие разрослись до нескольких томов. Все время появлялись специальные тома, такие как «Жизнь на войне» Шарля Фоля (1917)⁴, где под одной обложкой были собраны письма, впервые напечатанные в «L'Écho de Paris». Фронтовые очерки всегда принимались тепло, когда были написаны с хотя бы каким-то литературным мастерством, и такие книги, как «Ах, прекрасная Франция!» Анри де Форжа⁵, «Марш к победе» Мориса Грандольфа⁶ или

¹ Preyer Th. v. New York nach Jerusalem und in die Wüste. – Berlin : Ullstein Verlag, 1916.

² König P. Die Fahrt der Deutschland. – Berlin : Ullstein Verlag, 1917.

³ Hadaud M. En plein vol, souvenirs de guerre aérienne. – Paris : Hachette, 1916.

⁴ Foley C. La vie de guerre: contée par les soldats. – Paris : Berger-Levrault, 1917.

⁵ Forge H. de. Ah! la belle France! (Impressions du front). – Paris : E. Flammarion, 1916.

⁶ Grandolphe M. La marche à la victoire: Tableaux du front 1914–1915. – Paris : Librairie Académique Perrin et Cie, 1915.

«Держать. Рассказы о жизни в окопах» Макса Буто¹, издавались большими тиражами, дабы удовлетворить спрос².

Различные профессионалы способны добираться до слуха своих особых публик, и нужно поощрять их, чтобы они писали. Огюст Леметр, пастор из Льевена, швейцарец по происхождению, привел свою историю в книге «Год рядом с полями сражений в Артуа»³. «Записные книжки художника» Жана-Эмиля Бланша (1917)⁴ затронули художественную братию. Учителя, врачи и медсестры, не говоря уже об инженерах и химиках, принадлежат к числу тех людей, которые обычно описывают то, что видят своими глазами, сохраняя при этом некоторую сдержанность в отношении вещей неприятных.

В первые недели Войны те элементы делового сообщества, которым, прежде чем обратиться лицом к реальности, требуется некоторая подготовка, питались такими летучими фразами, как «бизнес как обычно». Эта фраза быстро вошла в оборот в Англии и ненадолго стала модной, пока не пала под давлением фактов и волной насмешек. М-р Том Брюс Джонс издал памфлет «Опасность вторжения в Британию, и как оно может быть встречено, если вести “бизнес как обычно”» (1914)⁵. 11 августа это выражение появилось в лондонской «Daily chronicle» в письме Генри Моргана из «W.H. Smith and Sons». Так рушатся все барьеры под натиском прославления всех средств, необходимых для преодоления зла силой.

¹ Buteau M. Tenir. Récits de la vie de Tranchées. – Paris : Pion-Nourrit, 1918.

² Бойд Кейбл выполнил трудную задачу по выжиманию историй из официальных коммюнике. В его книге «Между строк» и других его книгах скучные, сухие выжимки из официальных донесений отполировывались до полноценных историй.

³ Lemaître A. Un an près des champs de bataille de l'Artois / Edité par la société centrale évangélique. – Paris, 1916.

⁴ Blanche J.-E. Cahiers d'un artiste. – Paris : Émile-Paul Frères, 1917.

⁵ Jones T.B. The danger of Britain's invasion, and how it may be met whilst carrying on «business as usual». – Falkirk : Mackie, 1914.

Глава V

ИЛЛЮЗИЯ ПОБЕДЫ

Боевой дух нации питается убеждением, что если она будет бороться, то у нее есть шанс на победу. Враг может быть опасен, неконструктивен и даже демоничен, но если он уверенно побеждает, то моральная стойкость многих элементов нации начинает шататься и рушиться. Враждебность растерянной нации может быть отведена на новый объект, и нация может настолько увлечься ненавистью к правящему классу своей страны или к своим союзникам, что просто перестает ненавидеть технического врага, и отсюда следует военная катастрофа.

Поскольку сила и добро тесно связаны, то должна поддерживаться иллюзия победы. Примитивные привычки мышления упорно сохраняются в современной жизни, и битвы становятся испытанием, призванным утвердить правоту и добро. Если мы побеждаем, то Бог на нашей стороне. Если терпим поражение, то, возможно, Он на стороне противника. Склониться перед необходимостью – значит склониться перед правотой, если только сам мир не погряз во зле или если это нельзя истолковать как временное несчастье, смысл коего – наказать нас за прошлые грехи и очистить для будущей славы. Во всяком случае, поражение нуждается в серьезном объяснении, победа же говорит сама за себя.

Состояние общественных ожиданий по поводу исхода войны зависит от ответа на вопрос, в чем относительная сила нашей стороны и в чем сила врага. С пропагандистской точки зрения есть несколько ярких примеров того, как на этот вопрос отвечать не следует. Настаивать на слабости врага и пестовать общественное ожидание его близкого коллапса – значит питать надежды, исполнение которых может бесконечно затягиваться, результатом чего

могут стать разочарование, подавленность и поражение. В первый месяц последней войны Париж остался без точных известий о положении воюющих армий, и пустоту заполнили самые дикие слухи. Париж ждал скорой победы. Разве не признавал фон дер Гольц, что измощающая жизнь городов уже подготовила упадок Германии? Разве не заявлял генерал Кейм, что Германия никогда не смогла бы победить в 1870 г., если бы не то обстоятельство, что ее армия на треть численно превосходила французскую, – дисбаланс, на этот раз исправленный присутствием англичан и бельгийцев? Разве не находились Италия, Голландия и Португалия на пороге того, чтобы связать свою судьбу с Антантой? Разве пленные враги не выпрашивали хлеба для себя и овса для своих лошадей? Разве не начались в Берлине стачки и бунты? Разве прусские офицеры не гнали солдат в бой силком, грозя пистолетом? Разве немецкие солдаты не дезертировали толпами, и разве не хватило одного-единственного французского патрульного, чтобы напугать пять десятков немцев и заставить их сдаться? Разве не пили наши кони воду в ручьях Лотарингии?

После сообщения о том, что 9 августа был захвачен город Мюльхаузен (Мюлуз), никакой конкретной информации о положении на театре военных действий долгое время не поступало. О чем же тогда писали газеты? Д-р Гро, врач, вел дневник военных слухов, опубликованный позже в пяти томах. Он отвечает на наш вопрос так:

«О немецких зверствах? Ну да, было. Но также о солдатских письмах, религиозной церемонии в Кремле, итогах расследования военной комиссии в Бельфоре, о том, как мы обращаемся с пленными, о ранении кронпринца – недостоверное сообщение – от военных корреспондентов, запрете русского экспорта, швейцарском нейтралитете, патриотическом обращении мсье Клемантеля, о лазарете мадам Мессими, о швейцарских добровольцах, *o les promenades de Paris*, о захвате Того, снабжении Красного Креста, дурном обращении с американцами в Германии»¹.

Но где были немцы?

В «*Matin*» новости о них появились лишь 20 августа. Заголовок гласил:

«ОНИ В БРЮССЕЛЕ?»

¹ Летопись первых нескольких дней найдена в: Graux L. Op. cit. – Т. 1.

Когда начала частично просачиваться истина, поползли дикие слухи. Алармисты видели немцев уже в Булонском лесу. 27-го числа никакого официального коммюнике не появилось, а 28-го газеты попытались заткнуть брешь пророчествами:

«СКОРО ЦАРЬ ПРОДИКТУЕТ ГЕРМАНИИ СВОИ УСЛОВИЯ».

29-го числа фронт находился вроде бы на Сомме, а 30-го стали ясны факты. Надежды между тем продолжали подпитываться вестью о том, что новый смертоносный снаряд, «турпинит», уничтожит захватчиков.

В Берлине первые двадцать пять дней Войны проходили в радостном бреде. Газеты наполнились новостями о взятых в плен солдатах, захваченном оружии и отнятых знаменах. Военного имущества было захвачено больше, чем за всю кампанию 1870 г. Падение Парижа было вопросом дней.

Взвинченный оптимизм этих дней отзывался затем на протяжении всей войны обвинительным полутонем: не была ли общественность грубо введена в заблуждение своими вождями? Верный путь управлять общественностью – это, конечно, настаивать на *конечном* успехе нашего дела. И французское, и немецкое начальство от полной потери доверия спас тезис о «вероломном нападении» врага, и для пропагандиста это превосходная тема. Если вы побеждаете, то можете позволить себе забыть о «внезапном нападении», но если вы в неуверенном положении, то найдете в нем удобное подспорье в трудные времена. Гражданское население готово принять этот тезис, так как прекрасно знает, что не замышляло войны и что, следовательно, ее наверняка затеял враг.

Официальный тезис союзных держав гласил, что до зубов вооруженная и тщательно изготовившаяся Германия внезапно, к ужасу миролюбивого и не готового к этому мира, вторглась в Бельгию и прошла по северной Франции, прежде чем мирно настроенные и изумленные союзники смогли оправиться от шока и отразить нападение.

Что касается истины, то факты выглядят так, что толки о «внезапном нападении» и «неготовности» были сильно преувеличены с целью сокрытия провала французской стратегии и недопущения полного краха гражданского морального духа. По крайней мере, так утверждает Жан де Пьерфё, который во время Войны писал официальные коммюнике при Генеральном штабе и, следовательно, находился в предпочтительном положении для того,

чтобы удостоверять истину. После потакания обману в годы Войны он решился раскрыть истину, как он ее видел, в книге «Плутарх солгал» («Plutarche a-t-il menti?»)¹. По его словам, французский Генеральный штаб много лет знал, что германское нападение будет проходить через Бельгию, и планировал свою стратегию с учетом этого, но проиграл в открытом бою, так как его план не сработал. Верховное командование не отправляло на левый фланг, просевший под напором немцев, необходимые подкрепления, предполагая, что французское нападение через Эльзас позволит нарушить связь между германскими армиями на западе. Французы были отброшены в Эльзасе, сметены на западе, весь их план военной кампании пошел насмарку, и само их существование спасали только глупости со стороны немцев².

Тезис о внезапном нападении делается правдоподобным в глазах гражданского населения благодаря слухам о вражеских шпионах. Кампании охоты за шпионами обязаны своим существованием великому возбуждению в присутствии огромной новой опасности, а опасность эта усугубляется чувством личной фрустрации, происходящей от ощущения бессилия что-то сделать, чтобы отвести эту угрозу. Крестьяне Германии были взбудоражены дикими историями о желтых автомобилях, нагруженных золотом для России, которые, как предполагалось, мчались из Франции через Германию. Они протягивали поперек дорог железные цепи, мешая несчастным туристам. В Великобритании в лихорадочные дни войны часто останавливали и брали под арест военных курьеров. Шпиономания – большое неудобство для многих людей, но она помогает пробудить сообщество к более глубокому ощущению необходимости совместных действий в критической ситуации. Такие книги, как, например, «Смертельная угроза Британии» Уильяма Ле Кье (1915)³, еще дальше переводят страх перед шпионами в русло конфликта.

Чтобы развеять ненужный пессимизм, теорию внезапного нападения надо соединять с тезисом о нашем блестящем сопротивлении временно навалившимся невзгодам. Наш конечный

¹ Рус. пер.: Пьерфэ Ж. де. Плутарх солгал : Очерки из истории мировой войны. – М. : Военный вестник, 1926. – *Прим. пер.*

² Из довоенной литературы, в которой предсказывалась и анализировалась стратегия Войны, см.: Wakeless J. The origin of the next war. – L. : Jonathan Cape, 1926. – Ch. X. О другой стороне этого спорного вопроса см.: Neame P. German strategy in the great war. – L. : E. Arnold, 1923.

³ Le Queux W. Britain's deadly peril. – L. : S. Paul & Co., 1915.

успех несомненен. Наши запасы людей, материалов и зарубежных дружеских связей больше, чем вражеские. Особенно убедительны в этих вопросах зарубежные свидетельства. В 1916 г. французы подбадривали себя публикацией «Голоса итальянцев о войне 1914–15 гг.» («Voix italiennes sur la guerre de 1914–15») и «Голоса Латинской Америки» («Voix de l'Amérique latine»), с предисловием Гомеса Карильо). Англичане собрали «Шестьдесят американских мнений о войне» (1915) и радостно встретили публикацию текста Рузвельта «Почему Америка должна присоединиться к союзным державам» (1915). Рэмси Мюир написал предисловие к английскому изданию «Войны и урегулирования» известного итальянского философа Риньяно (1916). Немцы облюбовали иностранных военных корреспондентов раньше, чем союзники поняли важность этого дела, и обычно были уверены в богатом урожае вырезок для воспроизведения в отечественной прессе. Свен Хедин, швед, написал книгу «С германскими войсками на Западе», которая широко переводилась. Немцы были уверены в активной помощи и симпатии немцев, живущих в Соединенных Штатах, о чем можно судить по книге Карла Юнгера «Немецкая Америка в движении!» (1915)¹. Швейцарский нейтрал д-р Й. Штребель поведал немцам о некоторых воодушевляющих признаках будущего коллапса, замеченных им в странах союзников. Его «Путевые картины» были опубликованы в 1915 г. в Люцерне и Берлине². Швейцарский нейтрал Пауль Бальмер рассказал французам о некоторых воодушевляющих признаках будущего коллапса, которые он наблюдал в Германии. Его книга «Немцы у себя дома» вышла в 1915 г. в Париже³. Одна американская пацифистка воочию увидела страдания людей в Германии и написала книгу «Скудные пайки», опубликованную в 1917 г. в Нью-Йорке⁴.

Такие накопления фактов и мнений могут дополняться прочтениями. Знаменитый «Almanach de Madame de Thèbes» поддерживал моральный дух некоторых классов французской ответственности в критические дни 1914 г. Газета «Figaro» в номере от

¹ Jünger K., Knorr E. v. Deutsch-Amerika mobil... – Berlin ; Leipzig : Behr, 1915.

² Strebel J. Reisebilder vor und während der Kriegszeit aus Frankreich, England, Holland und Deutschland. – Luzern ; Berlin : Räder & Cie, 1915.

³ Balmer P. Les Allemands chez eux pendant la guerre (De Cologne à Vienne) : Impressions d'un neutre. – Paris : Perrin et Cie, 1915.

⁴ Doty M.Z. Short rations: An American woman in Germany. – N.Y. : Century, 1917.

19 августа 1914 г. опубликовала пророчество, датируемое предположительно 1600 г. Некий Брат Джон предвидел, что Антихрист под именем Вильгельма II падет на той же территории, где он ковал свое оружие. Имелись в виду, несомненно, Эссен и Вестфалия.

Иногда пророчество будет ненароком работать на обе стороны. Немцы запустили в оборот предсказание, что победу одержат три императора и три короля, явно имея в виду Германию, Австрию, Турцию, Баварию, Саксонию и Болгарию. Антанте же удалось связать это предсказание с Россией, Индией, Японией, Бельгией, Италией и Сербией¹.

Пророчества для более разборчивых членов сообщества принимают более тонкие формы. Так, проф. Ланессан приложил руку к объяснению того, «почему германцы будут побеждены»². Говорят, в 1916 г. Ллойд Джордж в разговоре с Эмилем Вандервельде из Бельгии заметил, что

«Англия объявила войну в 1914 г., начала в 1915, развернула в 1916 и закончит в 1917».

Однако в основном осторожный уэльсец, по-видимому, ограничивался превосходной формулой:

«Мы закончим войну, когда достигнем нашей цели».

Большое преимущество – располагать несколькими неофициальными интерпретаторами войны для публики, на которых можно рассчитывать в том, что они изложат дело в самом выгодном свете. Фрэнк Симондс в США, полковник Репингтон в Англии и капитан Руссе во Франции пользовались доверием общественности и оказывали колоссальную помощь властям, будучи шестеренками в огромной машине, через которую распространялись интерпретации, меньше всего вредившие общественному моральному духу. Они умели объяснить, почему отступления – это «стратегические отходы», а эвакуации – «очищение линии огня».

Один из вопросов, возникающих в ходе ведения Войны, – вопрос о том, как быть с новостями о потерях. Возможные линии

¹ Сведения приводятся в: Graux L. – Op. cit. – Т. 1. – Р. 244.

² Lanessan J.M.A. de. Pourquoi les Germains seront vaincus. – Paris : F. Alcan, 1915.

действий в этом вопросе варьируют в диапазоне от полного подавления до мгновенного оглашения. Когда Уинстон Черчилль был первым лордом Адмиралтейства, главный военно-морской цензор отзывался о нем как о человеке, в котором есть

«что-то от игрока: обычно он на время придерживал плохие новости, рассчитывая дожидаться хороших и опубликовать их вместе, и, должен сказать, нередко так и выходило! С другой стороны, бывали дни, когда это не срабатывало, и тогда возникала тягостная атмосфера “черного понедельника”: у всех на лицах висело угрюмое выражение, словно для нас настал “день расплаты”».

После его ухода я всегда выступал за немедленное обнародование катастроф или, во всяком случае, за то, чтобы они становились известны сразу, как только поступают сообщения о числе потерь и оповещаютя родственники; скоро это стало более или менее обычной практикой»¹.

Британцы последовали политике полного умалчивания, потеряв 27 октября 1914 г. вследствие подрыва на mine у берегов Ирландии линкор «Дерзкий» («Audacious»). Официально это так и не было признано, пока длилась война; сообщение о гибели линкора появилось только после заключения перемирия. В первые дни войны немцам удалось извлечь немало навару из скрытности британцев, и только после Ютландского сражения британцам удалось одним махом вернуть доверие к себе дома и за рубежом. 31 мая немцы объявили по радио, что выиграли большое морское сражение. Когда к восточным берегам Англии начали подтягиваться поврежденные корабли, а родственникам стали прибывать оповещения, умалчивать о происшедшем было уже нельзя. 2 июня в официальном коммюнике были откровенно озвучены британские потери, о которых докладывалось в донесениях. Шок был колоссальным. Когда позже в тот же день стали поступать сведения о потерях врага, общее оцепенение несколько улеглось. Немцы были тяжелее на подъем в признании истины².

В целом, вероятно, будет разумно раскрывать потери, когда они есть, и довериться тому, что изобретательное умножение благоприятных новостей нейтрализует их эффект. Особые проблемы

¹ Brownrigg D. *Indiscretions of the naval censor*. – L. : Cassell and Company, 1920. – P. 13.

² Браунригг рассказывает эту историю с британской точки зрения в главе 4 только что цитированной книги: Brownrigg D. *Op. cit.*

возникают в связи с потерями, которые известны врагу только в целом. Браунригг противился тому, чтобы обнародовались потери британских торговых судов от вражеских субмарин и мин, поскольку врагу давалась бы тем самым точная информация, которой тот бы иначе не получил. Требование общественности освещать ход войны с использованием подводных лодок было настолько настойчивым, что в итоге был найден компромисс. Вначале сообщалось число кораблей, потерянных за неделю, без уточнения подробностей; потом вместо числа кораблей стали называть потерянный за неделю тоннаж. Это подводит к здравому принципу обращения с такими вопросами. Когда потери по типу таковы, что враг не может точно о них знать, оглашение их должно принимать суммарную, а не детализированную форму. Точная общая сумма нужна для обуздания диких преувеличений, разносимых глухим ропотом алармистов.

Еще одна проблема, возникающая в ходе войны, – это проблема того, как оценивать новые виды оружия, которые предлагается пустить в дело. Каждое новое изобретение воюющей стороны будет, скорее всего, всячески приветствоваться дома как обещание победы и осуждаться за рубежом как преступление против человечности. Но есть исключения из этого правила, и для трепетных душ на родине, которые могут порицать введение особенно разрушительных средств, следует проводить осторожные подготовительные кампании. Если сообщить, что враг только что принял на вооружение новое оружие, то моментально поднимется гул голосов за его принятие в качестве справедливой ответной меры. Воздушные бомбардировки и применение газа воспринимались и союзниками, и немецкой общественностью как продукт нечестивого гения другой стороны. Субмарины в Германии оправдывались как ответ на жестокую британскую блокаду, которая настолько пренебрегла принципами международного права, что стала орудием нападения не на воюющих мужчин, а на старых и малых, на женщин и детей. Правительство отстаивало приказ топить без предупреждения, рассказывая, как союзники вероломно воспользовались добросердечием командира одной из подводных лодок. Когда субмарина остановила судно, на борт вышел английский моряк, переодетый в женское тряпье, со свертком в руках, похожим на маленького ребенка. Субмарина поднялась на поверхность, чтобы забрать несчастную женщину, прежде чем топить судно, а в это время переодетый матрос тут же швырнул в нее бомбу и мгновенно вывел из строя.

Для тех многочисленных членов нации, которые видят войну как битву голиафов, необходима пропаганда доверия к лидерам. На человека действует убеждающе, когда он читает хорошо написанную биографию публичного деятеля. Отто Крак написал популярную биографию «Жизнь Людендорфа»; Гарольд Бегби в книге «Китченер, организатор победы» прославил Китченера; Бернард фон Гинденбург написал книгу «Генерал Пауль фон Гинденбург».

Укрепляют уверенность в конечной победе и рассказы о героических достижениях в рутинной и чрезвычайной работе. К рассказам из окопов должно быть добавлено менее драматичное повествование о том, как страна сплотилась в тылу, экономя продукты, изготавливая оружие и ухаживая за ранеными. Рудольф Ганс Барч объездил всю Германию и описал «немецкий народ в тяжелые времена» («Das deutsche Volk in schwerer Zeit»); его книга укрепляла дух солдат на фронте и приободряла гражданское население.

Воля к победе теснейшим образом связана с шансом на победу. Тезис о конечной победе жизненно необходим для ведения войны, если есть желание, чтобы уныние не подточило решимость людей и не ввергло их во внутренние трения и распри.

Глава VI

СОХРАНЕНИЕ ДРУЖЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Одна из предпосылок монолитного фронта против врага – сердечные отношения между союзниками. Особенно важно, чтобы союзники прибодряли друг друга, подчеркивая напряжение всех своих сил в ведении войны. Во время последней войны действительное вступление в нее Америки произошло до того, как Италия оправилась от разгрома у Капоретто. Изнуренные и приунывшие, итальянцы цинично относились к искренней готовности Америки сражаться. Поговаривали, что американцы – люди трудолюбивые, но воевать разучились, что они не готовы променять свои благополучные рабочие места на полный опасностей боевой пост. У Америки не было армии, не было нужды в ней, и она не смогла бы ее собрать, даже если бы попыталась. А если бы армию и в самом деле собрали, то субмарины потопили бы все транспорты, способные доставить ее в Европу. Да и, в конце концов, американские офицеры и солдаты слишком неопытны, чтобы что-либо значить¹.

Поэтому повторяющимся рефреном американской пропаганды в Италии была непреклонная решимость Америки разгромить Центральные державы, явленная в ее военных приготовлениях. Нью-йоркское отделение Комитета общественной информации готовило новостные материалы, распространявшиеся затем через «Agenzi Stefani», крупнейшее в Италии объединение прессы. В этих новостях освещались военные приготовления, строительство судов, выпуск консервированных продуктов, займы Свободы, Красный Крест и другие гражданские службы. Влиятельным ита-

¹ Об итальянской ситуации см.: Merriam C.E. American publicity in Italy // American political science review. – 1919. – Vol. 13, N 4. – P. 541–555.

льянцам рассылались специальные информационные бюллетени, отпечатанные на мимеографе.

Была отобрана группа итальянских журналистов для поездки в Америку и рассказа о своих впечатлениях. Итальянцев, живших в Америке, побуждали писать письма на родину, в которых сообщалось бы о великих американских усилиях. Подключались к сотрудничеству газеты; печатались памфлеты и буклеты; американцев (особенно итальянского происхождения) отправляли в Италию для выступлений; в огромных количествах поставлялись кинохроники и диапозитивы. Всюду тиражировались американские фотографии и открытки, ленточки и пуговицы, плакаты, флажки, музыка и выставки. В Италию привезли отряд настоящих, живых американских солдат, не столько для участия в боевых действиях, сколько с целью показать их, и они были восприняты с огромным энтузиазмом как авангард американского контингента.

Доминирующей темой во всем этом были неустанные усилия Америки, нацеленные на победу в войне. Глава дипломатической миссии в Италии пишет:

«Единственная наша неточность состояла в умалении масштабов американских приготовлений. Мы полагали, что поскольку американцы имеют репутацию хвастунов, то лучше уж будет преуменьшить, чем преувеличить, и были весьма польщены, когда, пробыв в Италии несколько месяцев, получили дружескую критику от одного итальянца. Он заявил, что предоставляемая нами информация не раскрывает всей мощи американских усилий».

Самого по себе напряжения в ведении войны недостаточно для того, чтобы пробудить в союзнике энтузиазм, если есть основания подозревать, что военные цели одного из союзников расходятся с целями другого. Англичанам постоянно приходилось считаться с подспудными подозрениями Франции, что победа будет использована в ущерб ее интересам. Ходили упорные слухи, что англичане не только планируют остаться в Кале – судя по тому, что они строят казармы из прочных материалов, – но и намеренно способствуют затягиванию войны с единственной целью использовать французскую кровь для потопления опасного коммерческого соперника. В тяжелую зиму 1917 г. м-р Уикхем Стид из лондонской «The Times» с ужасом для себя открыл, какого большого прогресса достигла инсинуация, что выгодный мир можно было

бы заключить в любой момент, если бы Англия проявила готовность вернуть колонии, отобранные ею у Германии.

В одной из своих лекций Стид воспользовался случаем, чтобы объяснить, что бывшими колониями Германии невозможно распорядиться по прихоти Даунинг-стрит. Британская империя, строго говоря, уже не была империей; она стала Содружеством наций, участники которого пролили свою кровь на этих бывших германских территориях и никогда не согласились бы позволить Даунинг-стрит использовать их как предмет торга. Стид считал, что только объяснением конституционных фактов Британской империи можно раз и навсегда замять этот слух¹.

В какой-то мере прохладное отношение Италии к участию американцев в Войне было обусловлено широко тиражируемым утверждением, что Америка вступила в Войну с целью достичь коммерческого превосходства над миром. План Америки состоял в том, чтобы предоставить истощенным европейским правительствам огромные займы, а когда Война закончится, потребовать не оговоренных ранее пугающих компенсаций. Этой искусной кампании тонких инсинуаций и подозрений была противопоставлена решительная пропаганда Вильсона, сфокусированная на бескорыстности и гуманности военных целей Америки.

Французы были огорчены, когда выяснилось, что общественное мнение американцев далеко не едино в поддержке тезиса, что Эльзас и Лотарингию по окончании войны следует передать Франции. Французская военная миссия в Соединенных Штатах работала над склонением американцев на свою сторону, и французский верховный комиссар мсье Тардьё прилагал к этому все усилия. Он прибыл в Соединенные Штаты 12 мая 1917 г. и спустя несколько месяцев с удовлетворением пишет:

«...состояние мнений сильно изменилось. Смею думать, что к этому каким-то образом причастны деятельность моих сотрудников и моя собственная, 15000 лекций на английском языке, в которых молодые офицеры со всей авторитетностью их послужных списков и полученных ранений показали бедственное положение захваченных провинций. [Он организовал в Америке Ассоциацию эльзасцев и лотарингцев.] Тысячи огромных стендов, воспроизводящих “Эльзаску” Эннера с текстом бор-

¹ См.: Steed H.W. Through thirty years... – Vol. 2. – P. 135.

досского обращения... доносили смысл и масштаб наших требований до каждого штата в Союзе»¹.

Процесс «продажи» одной страны другой иллюстрируется кампанией за обеспечение американской поддержки, проведенной в 1919 г. друзьями Литвы. Литовский национальный комитет привлек консультанта по связям с общественностью для проведения кампании, практически равнозначной вынуждению союзника к принятию целей, желаемых его младшим партнером (полной независимости). Консультант предпринял следующие шаги:

«Он досконально изучил проблему Литвы во всех мыслимых ракурсах, от давней и недавней истории и этнических корней до нынешних свадебных обычаев и массовых видов досуга. Он разбил свой материал на разные категории, основываясь прежде всего на тех публиках, на которые они, вероятно, смогут повлиять. Для любителя-этнолога он заготовил интересные и точные данные о расовом происхождении Литвы. К исследователю языков он взывал аутентичными и хорошо написанными исследованиями развития литовского языка начиная с его истоков в санскрите. “Спортивному фанату” он рассказывал о литовском спорте, женщинам – о литовских костюмах. Ювелиру он рассказывал о янтаре, а любителей музыки снабжал концертами литовской музыки.

Сенаторам он приводил такие факты о Литве, которые давали бы им основания для нужных решений. Так же он работал и с членами Палаты представителей. Сообщества, чьи кристаллизованные мнения могли бы помочь в формировании мнений других, он снабжал фактами, дающими основу для умозаключений, благоприятных для Литвы.

Планировались и осуществлялись серии мероприятий, которые приносили бы желаемые выводы. В разных городах проводились массовые митинги; составлялись, подписывались и подавались петиции; ходяки обращались в Сенат и в комиссии Палаты представителей. Были использованы все пути доступа к общественности, позволяющие капитализировать общественный интерес и привести к общественным действиям. Почта доставляла сообщения о позиции Литвы индивидам, которым они могли бы быть интересны. На ораторских подмостках не утихали речи, в которых отражались эхом воззвания Литвы. Покупалась

¹Tardieu A. The truth about the treaty. – N.Y. : Bobbs-Merrill Co., 1921. – P. 240. (Рус. пер.: Тардьё А. Мир. – М. : Госполитиздат, 1943. – С. 204. Здесь приведен собственный перевод цитируемого отрывка. – *Прим. пер.*)

и оплачивалась газетная реклама. Радио разносило послания ораторов публике. До завсегда театры кино доходили кинофильмы.

Мало-помалу, шаг за шагом общественность, пресса и правительственные чиновники все больше узнавали об обычаях, характере и проблеме Литвы, о небольшой балтийской нации, борющейся за свою свободу.

Когда Литовское бюро информации обращалось к объединениям прессы с просьбой исправить неточные или вводящие в заблуждение польские новости о литовской ситуации, оно выступало как представитель группы, уже несколько недель всю фигурирующей, благодаря советам и деятельности ее консультанта по связям с общественностью, в американских новостях. Так же и делегации американцев, проявивших интерес к литовской проблеме, представая перед членами Конгресса или чиновниками Госдепартамента, выступали как адвокаты страны, которая больше не была игнорируемой»¹.

Этот вид пропаганды надо дополнять постоянными подтверждениями уважения и почтения. Союзники соблюдали главные праздники друг друга. Американский день 4 июля распространился по всей Европе. Американские пропагандисты организовали большую демонстрацию в честь вступления Италии в Мировую войну (24 мая). Общественные обращения и заявления, выпускаемые межсоюзническими военными миссиями, были полны льстивой фразеологии, которая верно звучала в моменты глубокого эмоционального накала².

Все союзники должны подкреплять в каждом пункте темы внутренней пропаганды. Они должны стимулировать друг друга к осознанию того, что враг и угрожает, и препятствует их интересам. Возможно, выпадение из рядов Антанты революционной России было отчасти результатом провала в этом отношении. Полковника Робинса направили в Россию в помощь полковнику Томпсону из

¹ Bernays E.L. Crystallizing public opinion. – N.Y. : Liveright Publishing Corporation, 1923. – P. 24–27.

² См.: Balfour, Viviani and Joffe: Their speeches and other public utterances in America, and those of Italian, Belgian and Russian commissioners during the Great War / Halsey F.W. (ed.). – N.Y. ; L. : Funk & Wagnalis Company, 1917; The Imperial Japanese Mission, 1917: A record of the reception throughout the United States of the special mission headed by Viscount Ishii. – Wash. : Press of B.S. Adams, 1918; America's message to the Russian people. Addresses by the members of the Special Diplomatic Mission of the United States to Russia in the year 1917. – Boston : Marshall Jones Company, 1918; Viviani R. La mission française en Amérique: 24 avril – 13 mai 1917. – Paris : Flammarion, 1917.

Красного Креста, и его версия того, что произошло в России, была озвучена на слушаниях в сенатской комиссии по расследованиям. Полковник Робинс отправился разузнать, о чем думают и чем живут солдаты, а когда вернулся, полковник Томпсон спросил его:

«Ну так как, глубоко это проникло – вот все это, что распространяется сейчас по всей России, – эта пораженческая культура?» Я ответил: «Да, полковник, и дело идет к тому, что это дезорганизует всю российскую социальную ткань». Он сказал: «Хорошо, но как же союзническая пропаганда?» Я ответил: «Полковник, она хуже, чем если бы ее вовсе не было». Пропаганда союзников в этот час, сенатор Оверман, была такая: картинки и слова о том, как велика Франция, как величественна Англия и как всеокрушающа Америка. «За считанные недели у нас будет на фронте 20 тысяч аэропланов. За считанные месяцы у нас будет 4 миллиона солдат. Мы выиграем войну, просто прогулявшись». Мужик-крестьянин в ответ говорил: «О как! Ну раз союзники собираются выиграть войну простой прогулкой, то, значит, мы, долго сражавшиеся и проливавшие пот, можем расхотеться по домам». Реальным эффектом союзнической пропаганды, насколько я могу судить по этим фактам, было ослабление морального духа, а не его укрепление.

Мы сошлись на том, что ответить на это есть чем и что ответ этот приземленный и подлинный – попытаться истолковать все это революционной России, над которой висели проклятьем сначала поддержка царем дела союзников, а затем все последовавшие за этим разлады, – и хотя было решительно невозможно, насколько я знал, добиться того, чтобы массовый революционный ум стал мыслить так же, как мыслим мы как союзники, все же можно было добиться, чтобы русские сражались с Германией ради спасения Революции, и если бы они встали на защиту этого дела, то нас уже несколько не заботило бы, что они думают, и мы решили: такова ситуация. Нам нужно истолковывать удержание фронта и поражение германской милитаристской автократии так, чтобы это виделось как спасение Революции; и вышло так, что это было верно. Нам нужно говорить, что если германская милитаристская автократия победит, то русская Революция обречена. Нам нужно рисовать эту картину до тех пор, пока средний солдат и крестьянин не начнут видеть за германскими штыками баронов и землевладельцев-феодалов, идущих с тем, чтобы отобрать у них землю, пока они не начнут видеть за германскими штыками феодальных хозяев промышленности, возвращающихся для того, чтобы отобрать революционные 8-часовой рабочий день и 15 рублей заработка и вернуть на заводы, фабрики и шахты те 2 рубля и 12-часовые дни полурабского труда, которые были до

Революции. Нам нужно заставить их увидеть, что за германскими штыками стоят великие князья, приходящие с тем, чтобы разрушить их местные советы самоуправления и революционные советы. И если мы сделаем это, то сможем спасти положение.

На втором или третьем совещании на эту тему возник вопрос о деньгах. Это было масштабное предприятие. “Как вы собираетесь это сделать?” Было совершенно очевидно, что дело тут невозможное. Не было механизма, чтобы все это сделать, ни американского, ни союзнического бюро, которое бы этим занялось. В сознании крестьянской России на союзниках лежало то же проклятье, что и на самодержавии. Взяться за это должен был кто-то русский, и это должен был быть революционер.

В Зимнем дворце в это время была мадам Брешковская, старая героическая фигура, возможно, величайшая революционная фигура этого времени. После сорока лет служения делу Революции в России мадам Брешковская находилась теперь в Петрограде в Зимнем дворце, триумфально вернувшись из Сибири с чествованиями по всему пути, встреченная в Петрограде одним из величайших скоплений людей в истории этого города. Этой старой крестьянке и революционерке устроили прием на большом железнодорожном вокзале в царских апартаментах, ее чествовали министры правительства, и все такое прочее. Теперь она жила в Зимнем дворце, в апартаментах великого князя, с видом через Неву на Петропавловскую крепость, где она три года провела в заточении. Выглядело все это драматично и впечатляюще. Я был знаком с ней, знал двенадцать лет, знал ее, когда она была в нашей стране, помогал ей немного в ее работе в это время. Я был знаком с Николаем Чайковским, глубоко искренним, подлинным революционером, бывшим в то время главой Крестьянского кооперативного общества в России.

Полковник Томпсон согласился, что нужно организовать комитет гражданского образования для свободной России. Председателем комитета должна была стать мадам Брешковская, а его членами – Николай Чайковский, русский революционер Лазарев, много лет управлявший молочной фермой в Швейцарии, служившей подпольной базой русской Революции, и хорошо известный своими заслугами перед страной, генерал Нейслаковский, наиболее надежный из членов генерального штаба Керенского, активно сотрудничавший с комитетом по военной части, и Давид Соскис, личный секретарь Керенского. Им предстояло создать комитет “гражданского образования в свободной России”. Программа была такая: “Начнем с покупки нескольких газет, а наряду с прочей публичной деятельностью подготовим простые утверждения, сделанные крестьянским разговорным языком и в выражениях, близких уму крестьянина и

рабочего, от лица самих крестьян и рабочих, а не от лица интеллигенции. Разошлем в войска и по деревням это новое евангелие борьбы с германским милитаристским самодержавием, не с тем чтобы услужить союзникам, а ради спасения Революции»¹.

Полковник Уильям Б. Томпсон потратил миллион долларов собственных денег на подобную пропаганду, пытаясь предотвратить отступление России².

В начале войны лейтмотивом союзнической пропаганды вполне уместно был тезис о конечной победе над агрессивной Германией. Понадобилась вся изобретательность представителей союзников в России, чтобы поддерживать моральный дух русских в те два месяца, август и сентябрь, когда французские и британские войска отступали под лавиной германского нашествия. Французский посол пишет об этих днях в своем дневнике:

«Я следил за тем, чтобы эти события преподносились русской прессой в наиболее подходящем (и, возможно, наиболее истинном) свете, т.е. как временный и методичный отход, как прелюдия к ожидаемому в ближайшем будущем решительному повороту к целям более грозного и энергичного наступления. Все газеты поддерживают эту теорию»³.

Ситуация, перед которой он стоял, была следующей:

«Финансовые круги Петрограда продолжают поддерживать, через посредство Швеции, постоянную связь с Германией, и все их воззрения о войне инспирируются Берлином.

Тезис, который активно муссируется последние несколько недель, несет на себе явно немецкую печать. Говорится, что мы должны принимать вещи таковыми, какие они есть. Обе воюющие стороны должны понять, что ни одна из них никогда не добьется решающего успеха и не сможет сокрушить другую. Война неизбежно завершится соглашениями и компромиссом. В этом случае – чем скорее, тем лучше. Если военные действия будут продолжаться, то австро-немцы создадут вокруг ныне завоеванных ими территорий и мощную непреодолимую оборонитель-

¹ 66th Congress, 1st sess., Sen. Doc. No. 62. 3. – P. 775 и дал.

² Одной из новинок пропаганды для удержания России в Войне была организация батальона русских женщины, призванная пристыдить мужчин и заставить их сражаться с Германией.

³ Paléologue M. An ambassador's memoirs. – L. : Hutchinson & Co., 1925. – Vol. 1. – P. 103. (Запись от 26 августа 1914 г. – *Прим. пер.*)

ную линию из фортификационных сооружений. Поэтому в будущем давайте откажемся от бесполезных наступлений, укроемся под защитой своих траншей, и австро-немцы будут терпеливо ждать, пока их обескураженные противники умирят свои требования. Таким образом, мирные переговоры будут, неизбежно, проводиться на основе территориальных обязательств.

Когда я слышу подобного рода аргументы, то сразу же отвечаю, что наши противники жизненно заинтересованы в скорейшем окончании войны, поскольку по всем подсчетам их материальные ресурсы лимитированы, в то время как наши ресурсы практически неисчислимы. Во всяком случае, немецкий генеральный штаб слепо следует своим принципам осуществлять с упорством, достойным лучшего применения, наступательную стратегию...»¹.

Бывают обстоятельства, при которых стимулирование самоуверенности союзника может всерьез повредить единству операций. Немцы боялись, как бы австрийские и венгерские власти не уверовали слишком сильно в блестящее будущее и не вознегодовали на свое подчиненное положение по отношению к северному союзнику².

Пропаганда, нацеленная на недовольные группы внутри нации, может быть существенно усилена сотрудничеством между союзниками. К католикам Италии обращались с воззваниями не только некоторые итальянские лидеры, дружественно настроенные по отношению к союзникам, но и такие деятели из американской церковной иерархии, как кардинал Гиббонс, кардинал Фарли и кардинал О'Коннелл. До слуха рабочих групп в Италии доходили не только воззвания просоюзнически настроенных отечественных лидеров, но и голоса заезжих радикалов из-за рубежа. Американцы привозили с собой Александра Хоуата («человека, не проигравшего ни одной забастовки») и Джона Спарго.

Межсоюзнические пропаганды дружественных связей требуют взаимного контроля установок. В основном дружеские чувства по отношению к союзнику создаются любой отдельно взятой страной в собственном населении. Просоюзнические эмоции важнее стимулировать дома, чем за рубежом. Темы, которые при этом используются, идентичны тем, что мы уже привели в связи с проблемой стимулирующего воздействия на союзника.

¹ Ibid. – Vol. 2. – P. 108. (Запись от 26 ноября 1915 г. Рус. перевод цит. по изданию: Палеолог М. Дневник посла. – М. : Захаров, 2018. – *Прим. пер.*)

² Nicolai W. Nachrichtendienst, Presse und Volksstimmung... – S. 59.

Иногда задача ретуширования образа союзника в общественном сознании оказывается деликатной и рискованной операцией. Артюр Мейер откровенно удивлялся степени сближения между Францией и Англией, ведь он помнил те времена, когда парижские детишки распевали куплет:

«Jamais, jamais en France
L'anglais ne règnera».
[«Никогда, никогда во Франции
Англичанин не будет владыкой»].¹

Иногда помогает открытая апология, как, например, когда знаменитый писатель Пьер Лоти, член Французской академии, опубликовал в «Figaro» свое обращение к Сербии:

«Pauvre, petite Serbie, devenue tout à coup martyre et sublime, je voudrais au moins lui ramener les quelques coeurs français que mon dernier livre a peut-être éloignés d'elle».

[«Бедная, маленькая Сербия, принявшая внезапно благородный мученический венец, я хотел бы вернуть ей хотя бы толику французских сердец, которые, может быть, отняла у нее моя последняя книга»].²

Наиболее деликатной проблемой было возбуждение пророссийской реакции в рядах британской общественности. Традиционной угрозой для Империи многие годы была Россия, а не Германия, а истории о российском абсолютизме леденили кровь нации, получившей прививку парламентаризма. Успех в перестройке общественной установки в этом случае был поистине примечательным, и Бэзил Томпсон, глава Скотленд-Ярда, оглядываясь на него с высоты последующих лет, с изрядной долей цинизма пишет:

«Странно теперь даже подумать, что в марте 1915 г. Россию в Англии воспринимали как глоток свежего воздуха для Запада. Говорили, что вновь ожил дух крестоносцев, что вся русская нация воодушевлена решимостью вернуть христианскому миру Константинополь и вновь овладеть Гробом Господним... при единодушном одобрении нации запретили водку... среди крестьян почти исчезла преступность... В случае военных успехов им говорили, что идет борьба между их религиозным

¹ Le Gaulois. – 1914. – 19 octobre.

² Le Figaro. – 1914. – 8 août.

идеализмом и высокими нравственными инстинктами и чудищем западного материализма, от которого они до сих пор уберегли свою чистоту. И во все это чистосердечно верили люди, считавшие, что они знают Россию; прошло всего шесть с небольшим лет, и голосов их теперь уже не слышно»¹.

Когда две страны связаны традиционными узами дружбы, взывать к ним в чрезвычайных обстоятельствах бывает легко. Именно в этом стиле приветствует американцев Гастон Риу в книге «Лафайет, вот и мы!» (1917)².

Как бы ни было важно поддерживать дружественные отношения между нациями, сражающимися на одной стороне, часто решающей проблемой для исхода войны оказывается установка нейтральных стран. Существенная задача в контроле над установками нейтральных стран состоит в том, чтобы заставить их идентифицировать вашего врага как своего врага, а ваши цели – как свои цели.

В военных новостях есть неощутимый перекося, исходящий от одной стороны, а не другой, и это ведет к распространению сильных пристрастий в пользу той или иной из воюющих сторон. Человек почти безотчетно начинает говорить о «нашей победе», «обращенном в бегство неприятеле», «удержании наших линий обороны». Тот факт, что Англия контролировала кабели, тянувшиеся в Соединенные Штаты, был драгоценным преимуществом в ее пользу. Немцам так и не удалось усовершенствовать свою службу беспроводной связи до такого состояния, в котором она могла бы на равных соперничать с кабельной связью. Не столько из-за исходных пристрастий, сколько в силу неуволимой втянутости в предвзятость новостей, в некоторых нью-йоркских газетах, даже когда немцы шли напролом через Бельгию и северную Францию, появлялись заголовки вот такого характера:

«БЕЛЬГИЯ БЬЕТ НЕМЦЕВ. АНГЛИЙСКИЕ ВОЙСКА ИДУТ ЕЙ НА ПОМОЩЬ».

«НЕМЦЫ ТЕРЯЮТ ТЫСЯЧИ СОЛДАТ В БЕЛЬГИИ».

«ПУТЬ НЕМЦЕВ В БЕЛЬГИЮ ОБЕРНУЛСЯ ПОБОИЩЕМ».

¹ Thompson B. Queer people. – L. : Hodder and Stoughton, Ltd., [1922]. – P. 63. Если того потребуют нужды международного положения, эту цитату можно будет использовать для того, чтобы отместить клевету о послевоенной реакции в Англии.

² Riou G. Lafayette, nous voilà! – Paris : Librairie Hachette, 1917.

Прямое изображение другой стороны как врага нейтральных государств может принимать множество форм. Уже в 1915 г. вышла книга о том, насколько ужасная участь ожидает Америку, если Германия выиграет Войну. В книге Дж. Бернарда Уолкера «Падение Америки: результат Европейской Войны» (1915)¹ немцы грабят Нью-Йорк. Это проверенное временем средство использовалось еще во времена Франко-прусской войны с целью натравить Англию на Германию: в 1871 г. в апрельском номере журнала «Blackwood's magazine» вышла статья «Падение Англии, или Битва при Доркинге», перепечатанная позже в виде брошюры и разошедшаяся большим тиражом.

Немцы сочли невозможным поднять шумиху, будто Великобритания жаждет напасть на Америку, ибо британцы явно были слишком сильно втянуты в дела Западной Европы. Вместо этого они запустили инсинуации, что атака на Америку произойдет, как всегда, по-английски, т.е. окольно. Волю Англии, дескать, исполнит Япония. И в самом деле, как еще можно было истолковать англо-японский альянс? Почему Япония

«судорожно занимается судостроением и уже имеет флот водоизмещением почти 168 тыс. т?

Мы, американцы, чувствуем себя неуязвимыми, миролюбивыми и самоуверенными, продавая Европе оружие, с помощью которого там убивают друг друга, и успокаивая себя: “Мы слишком велики, чтобы быть в опасности”.

Мы ощутили бы себя иначе, если бы узнали, что Япония, представляющая всю Азию, всю желтую расу, решила, что настало время напасть и сделать обе стороны Тихого океана японскими»².

Джефферсон Джонс с тревогой смотрел на «падение Циндао» (1915), и его книга на эту тему способствовала возбуждению подозрительности по отношению к японцам³.

Разнородный состав американского сообщества был уязвим для особых видов пропаганды. Можно было настроить евреев про-

¹ Walker J.B. America fallen! the sequel to the European War. – N.Y. : Dodd, Mead and Co., 1915.

² Stephen S.I. (Szinnyey). Neutrality? The crucifixion of public opinion. From an American point of view. – Chicago : The Neutrality Press, 1916. – P. 18. Это целая сокровищница немецких пропагандистских тем.

³ Jones J. The fall of Tsingtau, with a study of Japan's ambitions in China. – Boston ; N.Y. : Houghton Mifflin Company, 1915.

тив русских, ирландцев против британцев, западные национальности против японцев и (какое-то время) итальянцев против французов. Антанта могла обращаться со своими призывами к английским, французским, шотландским, уэльским, русским, сербским и румынским элементам, а после развития анти-австро-венгерских настроений – еще и к южным славянам, чехословакам и полякам.

Наследственным врагом Америки, ее *Erbfeind*, была Англия, и Германия не переставая играла на антианглийских струнах. Ведь именно Англия сожгла в 1814 г. Вашингтон и выбила у Джефферсона следующие горькие слова:

«На долю Англии выпало показать, что Наполеон в жестокости был сушим младенцем по сравнению с ее министрами и генералами».

Более того, именно подлые англичане подговаривали индейцев убивать живших на фронтире американцев во время революционной войны и войны 1812 г. Коварный Альбион до сих пор ищет, что бы такое повернуть, и м-р О'Рейли, пользуясь гостеприимными колонками в прессе Херста, спрашивал:

«Не подкупают ли нас, чтобы мы пожертвовали нашими лучшими интересами, равно как и моральной щепетильностью, отправляя Англии оружие, для того чтобы она смогла потом уничтожить немцев, стереть с лица земли Германию и завладеть германской торговлей и колониями?»¹.

Центральные державы выставлялись защитниками традиционного американского принципа свободы морей. Этот тезис отстаивался в памфлете Уильяма Бэйарда Хейла «Американские права и британские притязания на морях»². Британцы ниспровергали этот посыл, разоблачая германские планы расширяться после Войны в Южную Америку вопреки доктрине Монро и завоевать мир для германской торговли путем сколачивания европейского блока³.

¹ Цит. по: Stephen S.I. Op. cit. – P. 171.

² Hale W.B. American rights and British pretensions on the seas; the facts and the documents, official and others, bearing upon the present attitude of Great Britain toward the commerce of the United States. – N.Y. : R.M. McBride & Company, 1915. См. также: Gordon H.L. The peril of the United States [данные об этом издании не найдены. – *Прим. пер.*]; Cronau R. Do we need a third war for independence? – N.Y. : German American Literary Defense Committee, 1914.

³ См.: Chéradame A. The pan-German plot unmasked; Berlin's formidable peace-trap of «the drawn war». – L. : John Murray, 1916. Милдред С. Вертгеймер

Также британцы выступали с утверждениями, что они ведут войну демократии против милитаризма и автократии, и, дабы убедить в этом всю нацию, опубликовали «Германию и грядущую войну» Бернгарди¹. Широкое читательское признание в Америке снискала блестящая рационализация этого вопроса, предложенная Г. Дж. Уэллсом в книге «Мистер Бритлинг пьет чашу до дна»².

Рука об руку с другими планами должно идти систематическое очернение врага. Во время Франко-прусской войны французы подняли в Англии большой шум в связи с предполагаемой бомбардировкой Парижа, сурово обвинив немцев в варварском безразличии к бесценным сокровищам цивилизации. Бисмарк в полной мере сознавал важность этого взывания к чувствам нейтральных стран и велел одному из своих секретарей по вопросам пропаганды набросать статью для прессы на эту тему:

«Если бы французы хотели уберечь от опасностей войны свои памятники и собрания книг и картин, то они не стали бы окружать их укреплениями. Кроме того, сами французы, не колеблясь ни минуты, подвергли бомбардировке Рим, где располагаются куда более ценные памятники, разрушение которых было бы невозможной потерей»³.

Когда лондонская «Standard», враждебно относившаяся к немцам во время войны 1870 г., напечатала рассказ герцога Фитцджереймса, в котором расписывались всевозможные мерзости пруссов в Базеле, Бисмарк продиктовал ответ, который надлежало передать в английскую прессу. Он утверждал, что ужасы войны исходят не от германцев, а от дурацких историй о прусской жесто-

кропотливо восстановила историю Пангерманского союза: Wertheimer M.S. The Pan-German League, 1890–1914. – N.Y. : Columbia University Press, 1924. Роланд Г. Эшер написал книгу о пангерманизме (Usher R.G. Pan-Germanism. – Boston ; N.Y. : Houghton Mifflin Co., 1913; рус. пер.: Эшер Р.Г. Пангерманизм / Сокр. пер. Ф.Я. Фан дер-Флита. – Петроград : Огни, 1916); она была опубликована в 1913 г., а после 1914 г. поклонники Антанты вдохнули в нее новую жизнь. См. также его книгу: Usher R.G. The winning of the war; a sequel to «Pan-Germanism». – N.Y. ; L. : Harper and Brothers, 1918.

¹ Von Bernhardt F. Germany and the next war. – L. : Edward Arnold, 1912. (Рус. пер.: Бернгарди Ф. фон. Современная война. – СПб. : В. Березовский, 1912. – Т. 1–2).

² Wells H.G. Mr. Britling sees it through. – N.Y. : Macmillan, 1916. (Рус. пер.: Уэллс Г. Дж. Мистер Бритлинг и война : Романъ /. Авториз. пер. с англ. М. Ликиардопуло. – Пг. : Парусь, 1918.)

³ Busch M. Bismarck... – Vol. 1. – P. 158 (26 сентября 1870 г.).

кости, напугавших крестьян и заставивших их покинуть свои дома, где они были бы в безопасности. Надежность герцога как свидетеля он поставил под сомнение¹.

В ту же войну французы подготовили памфлет для распространения на родине и за рубежом, озаглавленный «Война, как ее ведут пруссаки» («La guerre comme la font les Prussiens»). Бисмарк проинструктировал Буша:

«Пожалуйста, напишите в Берлин, чтобы они собрали кое-что из этого описания, руководствуясь нашей точкой зрения, и присовокупили к этому все жестокости, варварства и нарушения Женевской конвенции, совершенные французами. Но только не слишком длинно, иначе никто не будет это читать, и сделать это нужно быстро»².

Во время Мировой войны в нейтральные страны хлынул целый поток пропагандистских материалов, в которых выставлялись на всеобщее обозрение грехи врага. Помимо призывов к общим чувствам нейтральной нации, было еще огромное множество специальных воззваний. Немцы тиражировали воззвания к протестантам нейтральных стран с призывом поднять голоса протеста против дурного обращения англичан с миссионерами. Преподобный В. Штарк написал брошюру «Мученичество евангелических миссионеров в Камеруне» (1914)³. Ущерб, причиняемый церквям на оккупированных территориях, приписывался немцам. Католики как главные страдалцы организовали для работы с мнением зарубежных католиков специальный пропагандистский комитет. Характер его деятельности виден из следующего списка.

Рене ле Шолльо. «Нотр-Дам-де-Бребьер: Германия и ее союзники перед судом христианской совести» («Notre Dame de Brebières; l'Allemagne et les allies devant la conscience chrétienne»), с предисловием монсеньора Альфреда Бодрийяра.

«Немецкая война и католичество» («La guerre allemande et le Catholicisme»).

Рауль Нарси. «Муки Лувена» («Le supplice de Louvain»).

¹ Busch M. Bismarck... – Vol. 1. – P. 148 (22 сентября 1871 г.).

² Ibid. – Vol. 1. – P. 406 (4 февраля 1871 г.).

³ The martyrdom of the Evangelical missionaries in Cameroon: Reports of eyewitnesses / Stark W. (ed.). – Berlin : Steglitz, 1914.

«Пробуждение французской души перед лицом призыва к оружию» («L'Éveil de l'Âme française devant l'appel aux armes»).

Аббат Паскье. «Немецкий протестантизм» («Le Protestantisme allemand»).

Аббат Э. Фулон. «Артас под артиллерийским огнем» («Artas sous les obus»).

Для просвещения гражданских лиц монсеньор Пьер Батифоль в 1915 г. опубликовал письмо «Нейтральному католику» («A un neuter catholique»). Французские протестанты, последовав примеру своих католических братьев, создали комитет для пропаганды за рубежом и рекламировали книгу «Наши разоренные святыни» («Nos sanctuaires dévastés»). Это же оружие использовали итальянцы в памфлете «Австрийские варварства в отношении итальянских церквей» (1917)¹.

Подобная пропаганда жестокости с большим талантом велась в Америке, особенно союзниками. 18 декабря 1916 г. массовый митинг в Карнеги-холле в Нью-Йорке выразил протест против варварского обращения с бельгийцами. На митинге председательствовал ректор Мэннинг, выступили с речами distinguished Джеймс М. Бек, Олтон Б. Паркер, Элиу Рут, были зачитаны телеграммы от Теодора Рузвельта, Джозефа Х. Чоута и архиепископа Ирландии. Также было зачитано воззвание кардинала Мерсье, и все это дело получило широчайшее освещение в прессе.

Русское правительство дошло до того, что направило нейтральным державам специальный меморандум, в котором выразило возмущение той, как предполагалось, клеветой, которую неутомимо тиражировали касательно поведения его войск Центральные державы. Россия негодовала также по поводу «нарушений законов и обычаев ведения войны, совершенных германскими и австро-венгерскими войсками в России» (1915)². Британцы переиграли немцев, заручившись услугами бывшего посла Брайса, который состоял в комиссии по жестокостям. Протест, с которым кайзер обратился к президенту Соединенных Штатов по поводу эксцессов применения партизанских методов войны бель-

¹ Austrian barbarity against Italian churches. – Florence : Istituto micrografico italiano, 1917.

² Violations of laws and rules of warfare, committed by German and Austro-Hungarian troops in Russia. Memorandum addressed by the imperial Russian government to neutral powers (1914). – [St. Petersburg], 1915.

гийцами, оказался неэффективным. Немцы собрали массу материалов для обвинения бельгийцев в преступлениях, например в докладе «Международно-противоправное ведение бельгийцами народной войны» (издан 10 мая 1915 г. министерством иностранных дел)¹. Они расписывали злодеяния вторгшихся русских в Восточной Пруссии и остро критиковали обращение с немецкими пленными – гражданскими и военными – за границей². Бельгийцы официально ответили на выдвинутые против них обвинения, но одним из лучших не прямых ответов было исследование Фернанда ван Лангенхова, ученого секретаря Сольвеевского института социологии в Брюсселе, опубликованное в книге «Рождение легенды: исследование, основанное на немецких описаниях вольных стрелков и “зверств”». Предисловие к английской версии этого труда написал выдающийся американский социальный психолог Дж. Марк Болдуин, бывший на протяжении всей войны завзятым франкофилом³. Пропитанная духом и методом серьезного исследования в области коллективной психологии, эта книга истолковывала истории о вольных стрелках как легенды.

Для тиражирования в Америке немцы подготовили воззвание к расовым предрассудкам – книгу «Противоречащее международному праву применение цветных войск на европейском театре военных действий Англией и Францией» (1915)⁴.

Фактически каждый оказался втянут в круговорот очернения своих врагов и обеления себя. У всех меньшинств в Америке была своя особая пропаганда, из недр которой выходили такие вещи, как, например, книга «Австро-венгерские преступления против закона»⁵, подготовленная югославским комитетом в Северной

¹ [Germany], Auswärtiges Amt. Völkerrechtswidrige Führung des belgischen Volkskrieges. – [Berlin], 1915.

² См., например: [Germany], Auswärtiges Amt. Gräueltaten russischer Truppen gegen deutsche Zivilpersonen und deutsche Kriegsgefangene. – Berlin, 1915; Jünger K., Vaërting H. Die Behandlung der Deutschen in England, Frankreich und Russland. – Berlin : Puttkammer & Mühlbrecht, 1915.

³ Van Langenhove F. The growth of a legend. A study based upon the German accounts of francs-tireurs and «atrocities» / Trans. by E.B. Sherlock. – N.Y. ; L. : G.P. Putnam's Sons, 1916.

⁴ [Germany], Auswärtiges Amt. Employment contrary to international law of coloured troops upon the European arena of war by England and France. – Berlin, 1915.

⁵ Austro-Magyar judicial crimes: persecution of the Jugoslavs; political trials, 1908–1916. – Chicago : Jugoslav Committee in North America, [1916].

Америке. Уже в 1918 г. болгары попытались достучаться до слуха нейтрального мира защитой и контрнападением, опубликовав книгу «Зверства сербов»¹. Самой важной особенностью этой пропаганды было, конечно, то, что к делу привлекали какого-нибудь видного нейтрала, который мог доносить свидетельства до своих соотечественников. Мэри Робертс Райнхарт («Короли, королевы и пешки»)² и целые сонмы публицистов отдали свои перья на службу союзникам; меньшее их число помогало разъяснять германскую точку зрения.

Противная сторона – это гнусный интриган и не достойный доверия лжец. Фредерик Уильям Уайл взялся за раскрытие «германо-американского заговора, летописи великой неудачи» (1915)³, и каждая идея, удобно укладывающаяся в этот заговор, сопровождалась убийственным эпитетом «прогерманская». Немцы вываливали целые ушаты таких же темных намеков и инсинуаций на тех членов американской прессы и общественности, которые смели с ними не соглашаться. Американское общество доверия писало о «предательской прессе» и в этом своем обвинении имело в виду едва ли не всю столичную американскую прессу, за исключением газет Херста и чикагской «Tribune». Нечего и говорить, что и бывший президент Рузвельт стал объектом подлых оскорблений со стороны тех, кто сочувствовал Германии. Каждый старался вымарать другого в грязь. Всюду носились густые облака слухов о пропаганде и подкупе.

Прямые воззвания к мнениям нейтралов продолжались на протяжении всего конфликта. В 1914 г. Джеймс Брайс обсудил тему «нейтральные нации и война»⁴. Немцы воспользовались швейцарскими связями, для того чтобы опубликовать разоблачение «Как Англия борется с теми, кто соблюдает нейтралитет» (1917)⁵; британским ответом на него стала книга Уильяма

¹ Sopiensky M.D. Les atrocités serbes d'après les témoignages américains, anglais, français, italiens, russes, serbes, suisses, etc., etc. – Lausanne : Librairie centrale des nationalités, 1918.

² Rinehart M.R. Kings, queens and pawns: An American woman at the front. – N.Y. : George H. Doran Company, 1915.

³ Wile F.W. The German-American plot; the record of a great failure, the campaign to capture the sympathy and support of the United States. – L. : C. Arthur Pearson Ltd., 1915.

⁴ Bryce J., Viscount. Neutral nations and the war. – L. : Macmillan, 1914.

⁵ Comment l'Angleterre combat les neutres. – Zürich : Orell Füssli, 1917.

Арчера «К нейтральным! Призыв к терпению» (1917)¹. Макс Гетке обсудил «большую захватническую войну и интересы нейтральных держав» (1916)², а в числе французских вкладов в эту литературу можно назвать книгу Анри Озе «Война и нейтралы. Исследование демократического чувства по докладам о европейской войне» (1917)³ и книгу Эрнеста Лемона «Союзники и нейтралы» (1917)⁴.

К общим воззваниям добавлялись специальные. Французская федерация школьных учителей подготовила обращение «К школьным наставникам и наставникам всех стран». Знаменитое «Воззвание ученых Германии» («Aufruf gelehrter Deutschen»), появившееся в начале Войны, пробудило лихорадочную гиперактивность зарубежных профессоров. Один из многочисленных ответов был предназначен для потребления в Южной Европе и Южной Америке. 12 февраля 1915 г. в Сорбонне была проведена манифестация, и произнесенные в ходе нее обращения были напечатаны под заголовком, приятным сердцу француза: «Латинская цивилизация против немецкого варварства» («La civilisation latine contre le barbarie allemande»). С целью заинтересовать рабочий люд в 1916 г. в Лондоне появилось «Воззвание бельгийских рабочих к рабочим всех наций», а спустя год – «Условия жизни бельгийских рабочих, ныне беженцев в Англии».

Помимо непосредственных тем вроде тех, что были перечислены выше, повлиять на мнение нейтралов могут и косвенные. Нейтрал должен быть уверен в конечном успехе вашей стороны. Жорж Хоог опубликовал свои «Письма нейтралам о священном союзе» («Lettres aux neutres sur l'union sacrée»), чтобы впечатлить нейтралов солидарностью своей страны. Такие книги, как «Их дух. Некоторые впечатления англичан и французов лета 1916 года» Роберта Гранта, с одной стороны, внушают уверенность друзьям, с другой – воздействуют на индифферентных. Героизм и решимость воюющих могут иллюстрироваться военными письмами – как с фронта, так и гражданскими. Пример – сборник «Военные письма

¹ Archer W. [To neutral peacelovers.] An die Neutralen! Aufruf zur Geduld. – Zürich : Orell Füssli, 1917.

² Gaetcke M. Der grosse Raubkrieg und die Interessen der Neutralen Mächte: ein Rückblick auf Entstehung und Verlauf des Weltkrieges; ein Hinweis auf die Pflichten der Neutralen. – Karlsruhe : Braun, 1916.

³ Hauser H. La Guerre et les neutres. Étude sur le sentiment démocratique dans ses rapports avec la guerre européenne. – Paris : M. Giard et E. Brière, 1917.

⁴ Lémonon E. Les alliés et les neutres (août 1914 – décembre 1916). – Paris : Delagrave, 1917.

из Франции» под редакцией А. де Лапраделя и Фредерика Кудера (1916)¹. Информационный департамент британского министерства иностранных дел, чтобы впечатлить нейтралов силой Британии, выбрал кинематографические средства; так, широкое распространение получил фильм «Британия наготове»².

На ключевое значение иностранного корреспондента указывает Теодор Рузвельт в письме сэру Эдварду Грейу, датированном 22 января 1915 г.:

«В американском мнении были колебания по поводу войны. Действия германских цеппелинов оживили чувства в пользу союзников. Но, как мне видится, в те два месяца, что предшествовали этой акции, наблюдалось отчетливое ослабление чувств в пользу союзников и росли прогерманские настроения. Не думаю, что это происходило среди людей, которые были лучше всего информированы, скорее это происходило в массе людей, не очень хорошо информированных, которым почти не на что было опереться кроме того, что они читали в газетах или видели на кинематографических просмотрах. Для этой перемены было несколько причин. Существовал разительный контраст между тем, как щедро привечали американских военных корреспондентов германские военные власти, и полным отказом иметь с ними дело со стороны британского и французского правительств. Наш лучший военный корреспондент в целом – это, вероятно, Фредерик Палмер. Он симпатизирует союзникам. Но именно немцы, а не союзники, делали для него все. Они не изменили его отношения, но, несомненно, они изменили отношение многих других хороших людей. Единственные настоящие военные новости, написанные американцами, которых знает и которым доверяет американская обще-

¹ War letters from France / Lapradelle A. de, Coudert F. (eds.). – N.Y. ; L. : D. Appleton and Company, 1916.

² Контр-адмирал Браунригг рассказывает, что в силу какого-то влияния, недружественного по отношению к Великобритании, в Соединенных Штатах этот фильм пришлось запустить в прокат под названием «КАК готовилась Британия». Brownrigg D. Indiscretions... – P. 37. Известный кинорежиссер Д.У. Гриффит вспомнил недавно, что Бернард Шоу в 1917 г. обращался к нему с предложением написать для него сценарий. Это произошло «в 1917 г., сразу после того, как я окончательно договорился с британским правительством сделать несколько пропагандистских картин» (New York Times. – October 11, 1926). Неудачей завершилась и другая попытка м-ра Шоу заняться пропагандой, когда газета «The New York Times» обрезала одно из его сообщений, невольно оставив впечатление, что он развенчивает союзников. О последнем случае рассказал сам м-р Шоу; что касается отказа Гриффита, то он уверяет, что ничего об этом не помнит.

ственность, приходят с германской стороны; в итоге те люди, чьи симпатии находятся на стороне союзников, вообще ничего не слышат об усилиях и достижениях британской и французской армий. Эти корреспонденты сообщают мне, что препятствия им чинят вовсе не фронтовые генералы, а правительственные чиновники в тылу, и вследствие этого они могут написать для своих соотечественников о том, что происходит с германской стороны, тогда как со стороны союзников им не дается таких шансов. Я не думаю, что разрешения, даваемые им немцами, сколь-нибудь помешали эффективности германских военных операций, и они определенно помогли немцам в американском общественном мнении. Может статься, ваш народ не считает, что американское общественное мнение обладает достаточной ценностью, чтобы принимать его в расчет, но если вы полагаете, что оно должно быть принято в расчет, то вам стоило бы задуматься о том, не были ли во многом работа вашей цензуры и ваш отказ допустить корреспондентов на фронт опасностью для вашего дела с точки зрения влияния на общественное мнение без каких-либо соответствующих военных выгод. Я хорошо понимаю, что было бы преступно позволить корреспондентам действовать так, как они это делали во время нашей последней испанской войны, но как простой обыватель я совершенно уверен, что значительная доля той работы, о которой я говорил, т.е. связанной с цензурой и отказом в допуске корреспондентов на фронт, не принесла вам ни малейшей военной выгоды, но в то же время имела вполне реальные последствия в виде недопущения склонения общественного мнения в вашу пользу»¹.

Одной из наиболее тонких и действенных форм косвенной пропаганды является поощрение всего, что вовлекает нейтрала в ту или иную форму фактического сотрудничества с воюющей стороной. Отчасти это можно делать путем раскручивания случаев, в которых гражданин нейтрального государства берется за оружие и встает на ту или иную из воюющих сторон. Эта грань пропаганды обсуждалась в письме, датированном 26 декабря 1916 г., которое прислал в лондонскую «The Times» один американец, стоящий на стороне Антанты. Письмо называлось «Британская публичность в Соединенных Штатах». В нем говорилось:

«Франция знала, как завоевать симпатии американцев, и ее публичное воздействие оказалось необычайно эффективным. Оно была интимно личным и возбуждало энтузиазм. Материалы писались в значи-

¹ Grey, Viscount of Fallodon. Twenty-five years 1892–1916. – N.Y. : Frederick A. Stokes Company, 1925. – Vol. 2. – P. 150.

тельной мере американскими солдатами, сражающимися в рядах французской армии, и каждый добавлял поддержки Франции. Французы широко освещают присутствие каждого американского участника. Его украшают знаками отличия всякий раз, как только к этому представляется малейший повод. Его поощряют писать о своем опыте. Статьи и книги американских солдат во Франции публиковались десятками. “Поэзия иностранного легиона” Алана Сигара широко известна в Америке, а о его смерти в Америке горевали так же, как и о смерти Руперта Брука в Англии. Роберт Херрик, один из лучших наших романистов, специально пошел на службу в американский госпиталь, чтобы написать серию книг с точки зрения участника. Мне позволили написать и опубликовать “Дневник атташе” без прохождения через французского цензора. Во французской армии американских солдат всего около 500. И тем не менее мы слышим что-то о них каждый день. Газеты полны сообщений об их подвигах; каждая весточка от них справедливо рассматривается как монета в копилку Франции. В результате умелого управления публичной представленностью Франции Америка является всем сердцем про-французской.

Поскольку Йэн Хей был участником Войны, пусть и не американцем, публикация его книги в Соединенных Штатах и его поездка с выступлениями по городам и весям стали, наряду с книгами и выступлениями Фредерика Палмера, единственными обнадеживающими образцами британской пропаганды... Рисунки Брюса Барнсфатера и карикатуры Ремакерса, все еще слишком мало известные в Соединенных Штатах, оказали бы неоценимое влияние на формирование общественного мнения»¹.

Если нейтральную державу удастся вдобавок вовлечь в какую-нибудь форму невоенного сотрудничества с воюющей стороной, то ее симпатии скорее всего кристаллизуются вокруг объекта оказываемой ею помощи. Таков скрытый смысл развернутой в Америке грандиозной кампании по обеспечению помощи бельгийским вдовам и сиротам; одним из напоминаний о ней является памфлет, известный под названием «Что нужно бельгийцам» («The need of the Belgians»). В его подготовке приняла участие целая плеяда литературных звезд, в том числе Томас Гарди, Мэй Синклер, Арнольд Беннетт, Уилл Ирвин, Джон Голсуорси, Энтони Хоуп,

¹ Письмо воспроизведено в книге: Wood E.F. The note-book of an intelligence officer. – N.Y. : The Century Co., 1917. – P. 15. См. также: Baldwin J.M. Between two wars, 1861–1921: Memories, opinions and letter received : 2 vols. – Boston : The Stratford Company, 1926.

А.В. Мейсон и Джордж Бернард Шоу. Спонсором этой книги и других элементов кампании был Комитет помощи Бельгии.

Союзникам удалось выковать узы экономического интереса, связавшие их с Америкой, и немцы с самого начала развернули пропагандистское наступление против них, понимая, какие последствия это будет иметь для американских установок. В 1915 г. Уильям Бэйард Хейл написал брошюру «Экспорт оружия и военного снаряжения», в которой доказывал, что наибольшую выгоду от этого, в силу британского контроля над морем, получают союзники и что для Америки экспорт оружия и амуниции означает превращение в негласного союзника Антанты. Эта брошюра была издана под эгидой Организации американских женщин за строгий нейтралитет, созданной для пропагандистских целей.

В этом конкретном пункте немецкие пропагандисты особенно следили за тем, чтобы их слышали женщины. Меморандум одного из заседаний Нью-Йоркского бюро содержит все это:

«24 мая 1915 г.

Делаются все приготовления к осуществлению проекта плакатной рекламы. Напечатан и будет разослан памфлет под названием “Не убий”, написанный м-ром Хейлом. Женщинами уже собрано 200 тыс. подписей под петицией в Конгресс, и, вероятно, в скором времени их число увеличится до 600 тыс. В своей кампании эти женщины обратились за помощью к некоторому множеству лиц, названных м-ром Хейлом. Предполагается, что женщины смогут подать петицию Президенту и Конгрессу, не дожидаясь завершения сбора подписей для отправки ее в Вашингтон, а досылая подписи пачками примерно по 10 тыс.

М-р Хейл сообщает, что миссис Хейл занята пропагандой против вывоза лошадей. М-р Клауссен работает над тем, чтобы ему написали подходящий трогательный сценарий (рассказ о бывшей пожарной кобыле, убитой во Фландрии)»¹.

Несколько передовиц Уильяма Рэндольфа Херста были собраны под одной обложкой и изданы в 1915 г. под названием «Поможем же миру во всем мире, а не войне во всем мире». Мартин Илсен в 1915 г. отстаивал незаконность торговли боеприпасами, а Американская лига независимости распространила доклад Чарльза Нэйджела «Торговля оружием и боеприпасами». Национальный германо-американский альянс опубликовал открытое письмо д-ра

¹ Sen. Doc. 62, 1395 (Brewing and liquor interests, etc.).

Чарльза Дж. Хексамера в комитет по иностранным делам; в нем еще раз повторялись все эти моменты. Американское общество правды (занимавшееся обработкой ирландцев) попыталось наглядно показать «Опасность для наших финансов» (1915). Подзаголовок гласил: «Британский рейд на наши ресурсы».

Как отмечал посол Бернсторф, центром тяжести в активной пропаганде в Америке с необходимостью был экономический вопрос. Он пронизательно говорит о мастерстве англичан в применении к Америке торговых ограничений. Они дюйм за дюймом посягали на свободу торговли и приостанавливались лишь тогда, когда нужно было насытить потребности урезанного ими рынка. Бернсторф замечает:

«Характерно, что объявление хлопка безусловной контрабандой произошло в тот самый день, когда американская пресса находилась в состоянии великого возбуждения по поводу *арабского* дела, и в итоге этот сравнительно незначительный инцидент наполнил в газетах первые полосы и ведущие статьи, тогда как крайне важная экономическая мера была обнародована там, где ее трудно было заметить»¹.

Немцы сформировали объединение американцев для выражения протеста против признания хлопка контрабандой, но это мало им помогло. Умнейшим ходом в экономической пропаганде немцев было провоцирование «проблем», которое Бернсторф определил как

«попытку посредством тщательного растолкования отдельных инцидентов прояснить для общественного мнения фундаментальную несправедливость английских поповзновений и их далеко идущие практические последствия. Самый важный случай в этом отношении – это случай “Вильгельмины”. Согласно существующим принципам международного права, продовольствие было единственным предметом условной контрабанды. Его можно было импортировать в Германию, если оно предназначалось сугубо для потребления гражданским населением. Но так как Англии удавалось удержать экспортеров от всяких попыток поставить продовольствие в Германию, и особенно поскольку они, ввиду уже запланированных чрезвычайных поставок нашим врагам, были мало заинтересованы в таких перевозках, то вопрос об этом никогда не вставал со всей ясностью. Поэтому герр Альберт уговорил одну американскую

¹ Bernstorff Count. My three years in America. – P. 89.

фирму доставить в Гамбург продовольствие для гражданского населения Германии на американском пароходе “Вильгельмина”, взяв на себя все сопутствующие неявные риски [Альберт был германским торговым агентом в Америке]».

Эта схема потерпела крах; англичане, захватив корабль, объявили блокаду, и найденное решение перестало иметь значение. Это было одно из судов, создавших британцам проблему, и послу Уолтеру Хайнсу Пейджу удалось ее решить. Итак, судно «Дакия», принадлежавшее ранее Германии, но в начале войны переданное в американский реестр, было оснащено командой и флагом, нагружено хлопком (все это сделал м-р Э.Н. Брейтунг из Маркетты, шт. Мичиган) и после широчайшего рекламного оповещения отплыло в Германию. Если бы британцы его захватили, был бы страшный скандал, и Пейджу пришлось на ум блестящее решение – позволить захватить его французскому военному кораблю. Все прошло как по маслу, и никто в Америке даже не писнул¹.

Нейтралов можно постепенно втянуть в войну прямым подстреканием. Сторонний пропагандист может тиражировать такие заявления, как, скажем, заявления Рузвельта в поддержку союзников, и это может поднять активность военной партии. В Италии просоюзнические чувства доводил до наивысшего накала Д'Аннунцио. Вот как рассказывает об этом Томас Нельсон Пейдж, американский посол в Италии с 1913 по 1919 г.:

«Какое-то время подумывали открыть памятник Гарибальди и его “Тысяче” в Кварто, небольшом порту около Генуи, откуда 5 мая, пятьдесят лет тому назад, они вышли морем для освобождения сицилийцев от иноземного ига и объединения их с Королевством Италией. Шли масштабные приготовления к годовщине события, ставшего одним из самых вдохновляющих в итальянской истории.

Церемонию собирався посетить кабинет министров, и только что стало известно, что на нее придут и король с королевой. По всей Италии распространилось убеждение, что это событие будет использовано как повод, чтобы заявить о решении Италии занять место в рядах Сил Свободы, сражающихся во Франции, и объявить войну. Вся Италия напряженно ждала. И вдруг за два дня до того, как должны были состо-

¹ Эта история рассказывается в: Page W.H. Life and letters. – Garden City ; N.Y. : Doubleday, Page & Co., 1914. – Vol. 1. – P. 394.

яться мероприятия, сообщили, что в силу серьезности момента ни король с королевой, ни министры на открытие памятника все же не приедут...

Отсутствие короля и министров на торжествах в Кварто могло придать им несколько иную направленность, но явно не менее решительную. Выступивший на торжествах Габриэле Д'Аннунцио, поэт и романист, специально для этого приехавший из Франции, с большим эффектом произнес речь, явившуюся скорее лирической рапсодией на тему итальянской свободы и целеустремленности, чем историческим обращением. Она достигла ушей, готовых ее услышать, и, по сути, была головней, брошенной в бочку, битком набитую порохом и готовую взорваться. В этот вечер улицы Генуи наводнили толпы, превозносившие Гарibaldi и оратора, Д'Аннунцио, и требовавшие войны. После этого напор только усиливался; ничто уже не могло его остановить...

Оратор из Кварто своего рода триумфальным шествием добрался до Рима и дни напролет выступал там в каком-то лирическом безумии с балконов гостиниц или в театрах перед возбужденными толпами, следовавшими за ним по пятам в состоянии экзальтации. 14-го числа он выступил в оперном театре Констанци, взятом под усиленную охрану; все подходы к театру были перекрыты полицией и солдатами, в том числе преданными силами кавалерии, для сохранения порядка и недопущения демонстраций перед правительственными учреждениями и посольствами центральных империй. Толпы демонстрантов, оставшиеся за стенами театра, сопротивлялись всяким попыткам их рассеять, возвели баррикады и разобрали стену вокруг примыкавшей к оперному театру территории, дабы использовать камни как снаряды против солдат на случай, если они будут слишком упорно пытаться расчистить улицы»¹.

Когда настрой нейтралов становится, похоже, все менее воинственным по отношению к тем, против кого хотелось бы их настроить, пропагандист может отойти на последние линии обороны. Немцы в Соединенных Штатах делали все возможное для поощрения пацифистских настроений. В 1914 г. была учреждена Американская лига за ограничение вооружений; создали ее честные пацифисты, надеявшиеся удержать Америку от втягивания в европейский водоворот. Позже из нее возник Американский союз против милитаризма, одна из ветвей которого стала впоследствии Национальным бюро гражданских свобод. Американский союз против милитаризма организовал Коллегиальную лигу антимили-

¹ Page T.N. Italy and the World War. – N.Y. : Charles Scribner's Sons, 1920. – P. 209 и дал.

таризма и сотрудничал с многочисленными союзами миролюбия и организациями Христианского социалистического братства. С особой целью был создан Американский комитет нейтральных конференций; о его цели говорит само его название. Чрезвычайная мирная федерация скоростно скончалась, как и Комитет конференций. Немцы, конечно, получали от существования таких федераций столько помощи и спокойствия, сколько только могли, и с приближением 1917 г. энергично разыгрывали тему мира.

Опасной с точки зрения союзников идеей, которую немцы продвигали в Америке, была мысль о том, что союзники являются препятствием на пути к миру. Для британцев прогресс мирного порыва со стороны немцев стал настоящим испытанием, и сэр Эдвард Грей признается, что попытка немцев возложить ответственность за продолжение войны на Антанту была одним из самых действенных их ходов¹.

Иногда можно возбуждать ссоры между двумя нейтральными странами и тем самым связывать им руки. Такая цель видна в довольно забавной истории, которая произошла с немецким фильмом «Патрия». Это был фильм-спектакль, выходящий в течение десяти недель в виде сериала, по два эпизода в неделю. Он был снят режиссерами Уортонами в верхнем Нью-Йорке для «International Film Service Corporation», кинопрокатной компании, принадлежавшей Херсту, позднее преобразованной в «International Film Service Company (Incorporated)». Фильм был сделан в 1916 г. и стоил около 90 тыс. долларов. Звездой сериала была Вернон Кастрл. Когда приступали к съемкам, он был призван подчеркнуть необходимость готовности. К тому времени, как были готовы первые эпизоды, страна уже развернула программу подготовки к войне, оставив злободневными только его антияпонские и антимексиканские мотивы. Картина рисует дерзкую попытку Японии захватить Америку с помощью мексиканцев. Главным злодеем был японский дворянин, глава секретной службы императора Японии. Японские войска вторглись в Калифорнию, совершая немыслимые жестокости. Впервые картину показали в Нью-Йорке 9 января 1917 г. «New York American» и другие газеты Херста транслировали историю по сериям из недели в неделю. Когда потребовалось изъять антияпонский мотив, японские имена и надписи заменили мексиканскими. Однако герои фильма так и остались в японской уни-

¹ Grey, Viscount of Fallodon. Op. cit. – Vol. 2. – P. 118.

форме¹. В последний момент вышло так, что фильм превратился в попытку воспламенить две нейтральные страны.

Однажды «Chicago Tribune» процитировала признание лейпцигской газеты «Neueste Nachrichten», что Германия может с удовольствием смотреть на напряженные отношения между Соединенными Штатами и Мексикой, потому что, пытаясь переварить этот твердый орешек, Джонатан может перестать быть покладистым слугой Джона Буля.

В «Tribune» справедливо отмечалось:

«Если бы Соединенным Штатам пришлось бросить все свои силы, скажем, на подчинение Мексики, то за рубеж уходило бы меньше американских снарядов»².

Знаменитые памфлеты Генри Форда о «Военной хронике *Chicago Tribune*» воспроизводят эту передовицу рядом с другой, из номера от 21-го числа того же месяца, в которой газета сообщила, что предпочла бы кампанию в Мексике кампании в Европе.

«Если мы выиграем в войне с Мексикой, то нам известно, что мы от этого получим: надежный континент. А нам практически невозможно ее проиграть.

Если мы в конце концов выиграем войну с Германией, то что это нам даст? Бог знает. “Ниспровержение германского милитаризма” будет правдоподобным ответом. Да, но еще и замену его каким-то другим – русским, например, или японским.

Между тем, хотя Судьба предлагает нам в Мексике золотое яблоко, а во Фландрии горький плод, м-р Вильсон, выступая за “Человечество”, а не за Америку, желает, чтобы мы попробовали горький. Вероятно, он получит то, чего хочет».

Итоги политики, которую предлагала «Tribune», были бы настолько благоприятными для Центральных держав, что утверждения вроде тех, что мы только что привели, совершенно естественно тиражировались агентами и друзьями Германии в Америке. Это, конечно, не значит, что те, кто выступал с подобными утверждениями, сами были за Германию.

¹ См.: Sen. Doc. 62 (Brewing and liquor interests, etc.), 1675.

² Chicago tribune. – April 4, 1918.

Когда воюющая страна располагает в нейтральной стране сравнительно большим числом граждан своей национальности, она может в чрезвычайных обстоятельствах попытаться вовлечь эти элементы в активную работу на нее. Фон дер Гольц, схваченный немецкий агент, написал книгу «Мои приключения в качестве германского тайного агента в 1917 году», в которой приписывает германским пропагандистам невероятную изобретательность.

«Планировалось так дискредитировать американских немцев, чтобы враждебные чувства их сограждан заставили их вернуться в руки германского правительства.

Мне довелось узнать, что в первые два года войны многие из историй о германских попытках влияния на Канаду и о замешанности американских немцев в различных заговорах *исходили* из кабинетов капитана фон Папена и его сослуживцев... Германия хотела дать миру убедительное доказательство того, что все народы германского происхождения твердо ее поддерживают. Именно поэтому запускались слухи о невозможной германской деятельности: о немцах, скопившихся в лесах штата Мэн, о полетах аэропланов над Канадой. А так как многие антигермански настроенные газеты были довольно неразборчивы в нападках на американских немцев как на нелояльных граждан, то германские агенты использовали и даже подогревали эти нападки в собственных целях.

Но Германия перехитрила саму себя. Опыренные кажущейся успешностью собственных схем, ее основные агенты – фон Папен, Бой-Эд и фон Ринтелен (приступивший к работе в январе 1915 г.) – стали беспечными в вопросах секретности и настолько безрассудными в своих планах, что сами себя выдали, возможно ненамеренно, в финальной демонстрации собственного могущества. Результаты вы знаете. Поскольку разоблачение их деятельности еще больше бросило тень на американских немцев, они причинили вред. Но одновременно сами эти разоблачения раскрыли многим американским немцам глаза на истинную природу влияний, которым они подвергались; тем самым худшему элементу германской пропаганды в Америке был нанесен смертельный удар¹.

Рассказ фон дер Гольца не подкреплён никакими другими сведениями, и к свидетельству профессионального шпиона всегда можно совершенно законно отнестись с подозрением. Есть основания считать, что его могли сфабриковать с целью настроить

¹Выжимка из: Von der Goltz H. My adventures as a German secret agent in 1917. – N.Y. : Robert M. McBride & Co., 1917. – P. 223–233.

американских немцев против германского правительства, столь цинично пытавшегося их предать (на эту цель и ориентирован, похоже, последний абзац). Но нельзя отрицать и того, что бывают обстоятельства, когда именно такая стратегия, которую фон дер Гольц приписывает своему начальству, может принести успех.

Контроль межсоюзнических чувств – это отчасти вопрос поддержания взаимной сердечности, и в проблеме стимулирования дружественных связей между воюющей и нейтральной странами есть своя двойственность. То, что говорят о нейтралах и о войне в воюющей стране, обычно передается или читается в нейтральной стране. Так, в критические дни 1915 г. итальянские чувства были уязвлены заявлением одного французского общественного деятеля, будто Италия только и ждет, чтобы «прилететь на помощь победителю». Мнения воюющих надо отслеживать и направлять в интересах дружбы с нейтралами.

Посол У.Х. Пейдж замечает:

«Кабинет велел цензору убрать, соблюдая все возможное благоразумие, комментарий, неблагоприятный для Соединенных Штатов. Он принял эти меры, так как в общественности устойчиво растут настроения против администрации»¹.

Бисмарк пришел в ярость, когда германские военные власти в 1871 г. выпустили коммюнике, в котором сообщалось, что несколько снарядов ударили по знаменитым Люксембургским садам в Париже. Он потребовал приносить все последующие коммюнике ему на утверждение, чтобы можно было удалять материал, который за рубежом могли повернуть против Германии². Бисмарк не дал германским газетам выступить с критикой поставок британцами угля для французского флота, исходя из теории, что подобная ругань лишь повредит международным договоренностям³. Его государь был уравновешенным старым джентльменом, понимавшим всю важность мнения нейтральных сторон, и Бисмарк часто настаивал на своем, даже вопреки мнению военных⁴.

¹ Page W.H. Life and letters. – Vol. 2. – P. 51 (запись от 15 февраля 1915 г.).

² Bush M. Bismarck. – Vol. 1. – P. 341.

³ Ibid. – Vol. 1. – P. 42.

⁴ На полях одного документа, датированного 16 мая 1875 г., кайзер Вильгельм I сделал интересное примечание: «Um glückliche Kriege zu führen, muss dem Angreifenden die Sympathie aller edelgesinnten Menschen u. Länder zur Seite stehen, und dem, der ungerecht den Krieg zuträgt, die öffentliche Stimme den Stein werfen.

До сих пор мы обсуждали в основном темы, относящиеся к сохранению дружбы. Рассмотрим теперь в общих чертах некоторые из методов, которые применялись главными конкурентами в борьбе за благосклонность Америки. Методы немцев стали общеизвестны благодаря проведенному в 1918–1919 гг. сенатскому расследованию, а также благодаря публикациям Бернсторфа и др. Название этих слушаний – само по себе триумф инсинуации: «Интересы пивоварения и виноделия и германская и большевистская пропаганда». Отчет о них составляет три увесистых тома. Они начались только 27 сентября 1918 г. и почти совсем не фигурировали в военной пропаганде. Слушания февраля и апреля 1918 г. были посвящены Национальному германо-американскому альянсу¹. Этими слушаниями подбили, так сказать, одним камнем сразу трех зайцев: пивоваров, немцев и большевиков. Продавливанию этих расследований способствовали Антисалунная лига, департамент юстиции, военная разведка и военно-морская разведка.

В начале войны д-ра Дернабурга, бывшего государственного секретаря по делам колоний, направили к нам в страну для размещения германского займа. Американское правительство предостерегало против предоставления денег той или другой стороне, и добиться удовлетворительных результатов в этой затее было невозможно. Кроме того, Дернабург был агентом германского Красного Креста и начал собирать средства для финансирования его деятельности. Также он пытался донести до американской общественности германскую версию истолкования Войны и с этой целью создал пресс-бюро в Нью-Йорке. По поводу того, прибыл ли он сюда именно для этого или ему затруднительно было вернуться

Dies war das Geheimnis des Enthusiasmus in Deutschland 1870! Wer ungerechtfertigt zu den Waffen greift, wird die öffentliche Stimme gegen sich haben, er wird keinen Alliierten finden, keine *neutres bienveillants*, ja überhaupt wohl keine Neutralen, wohl aber Gegner finden» («Чтобы вести удачную войну, нужно, чтобы на стороне наступающего была симпатия всех благородных людей и стран, а тех, кто несправедливо ее освещает, прилюдно забрасывали камнями. В этом и крылся секрет энтузиазма 1870 года в Германии! Против того, кто неоправданно прибегает к оружию, открыто возвышается голос, и он никогда не найдет себе никаких союзников, никогда не найдет *neutres bienveillants* [*фр.* благожелательных нейтралов], да и, может быть, вообще нейтральных по отношению к нему, а только одних противников»).

¹ Слушания проводились в подкомиссии Комитета по судебной системе. Наиболее важным отчетом стал трехтомный труд, известный как Документ 62: Senate document 62, 65th Congress, 2nd Session, 1919. На титульном листе первого тома дополнение «и большевистская пропаганда» еще отсутствует.

в Германию и он развернул эту деятельность лишь для того, чтобы чем-то себя занять, были разные мнения. Ему помогало нью-йоркское бюро М.Б. Клауссена из «Hamburg-American line», а после вступления в войну Японии к его штату присоединился переводчик генерального консульства в Иокогаме. Сначала был налажен выпуск ежедневных бюллетеней Германской службы информации, потом деятельность бюро расширилась за счет подготовки памфлетов. К этому привлекли Уильяма Бэйарда Хейла. Позже добавились военные карикатуры и пропагандистские фильмы. В Америке перехватили возвращавшихся из Японии д-ра Мехленбурга и герра Плаге, и их услуги тоже оказались в распоряжении д-ра Дернбурга. В помощь себе последний создал комиссию, отобрав в нее Альберта, Герхардта, Фюра и нескольких американских журналистов и бизнесменов. Они собирались один-два раза в месяц для обсуждения деталей пропагандистской политики. Д-р Дернбург оставался у нас в стране до инцидента с «Лузитанией». Когда это произошло, он произнес публичную речь в Кливленде, оправдывая потопление судна тем, что оно перевозило оружие. Общественное негодование было так велико, что потребовалась жертва, и жертвенным агнцем стал Дернбург. Он отбыл на родину. С тех пор посол Бернсторф пытался удерживать немцев от слишком открытой агитации в нашей стране, отдавая предпочтение работе через американских граждан.

Немцы энергично сотрудничали с Германо-американским альянсом, слаженным и хорошо закрепившимся в немецких твердых по всей стране: в Сент-Луисе, Чикаго, Цинциннати, Милуоки, где было несметное число немецких клубов и обществ. «Kriegsbund» («Военный союз») состоял из тех, кто в прошлом служил в германской армии. Было несколько ячеек ветеранов войны 1870 г. «Женевское общество» было организацией немецких официантов. В каждом немецком районе процветали тернеровские общества и всевозможные благотворительные организации.

Сильным активом немцев была лютеранская церковь: в Соединенных Штатах было 6 тыс. ее конгрегаций, а прихожан – около 3 млн человек. Службы часто велись на немецком; многие проповедники получили образование в Германии.

Немцы обращались с жалобами на союзников ко всем национальностям. Американское общество правды было средством для воздействия на ирландцев. У евреев была неискоренимая антипатия к царистской системе, и многие из них вставали на сторону немцев. В их прессе часто появлялись такие материалы:

«Невозможно быть товарищем Николая и не быть хулиганом. Во времена графа Биконсфильда, когда Англия была далека от России, не было массовых убийств евреев – ни бедных, ни богатых. Сегодня, когда Англия стала союзником Николая, она должна делать то же самое, что и Николай, должна устраивать избиения, проповедовать против евреев».

«Когда грянула война, я сразу записался добровольцем [во французскую армию], но по прибытии в лагерь в Лионе был поражен тем, что меня вместе со многими другими евреями зачислили в легион, состоявший из одних преступников. Нас везде оскорбляли. Нам давали холодный кофе и черствый хлеб, а когда мы возмутились, нам сказали, что мы грязные евреи и пришли сюда просто для того, чтобы есть, и ни для чего другого. Я отказался такое есть и заболел. Когда я обратился к сержанту с просьбой отправить меня в госпиталь, он принял меня бить, и т.д.»¹.

По поводу попыток немцев привлечь на свою сторону негров и разжечь раздоры внутри страны вокруг расового вопроса капитан Лестер, выступая перед комитетом, представил следующее свидетельство:

«Для работы с американскими расовыми проблемами в бюро Альберта был создан особый отдел, и главным среди этих вопросов был вопрос негритянский.

Через газетные агентства, центры обмена новостями и так называемые “бюро вырезок” бюро собирало сведения о каждом случае линчевания в Соединенных Штатах, о каждом случае нападения цветных на белых и каждую новость, указывающую на предположительное угнетение цветной расы.

Их переделывали в пропагандистские статьи и отправляли редакторам солидных, т.е. белых, газет, а также редакторам цветных газет.

Полевая работа проводилась человеком по имени Фон Рейшвиц, в прошлом, насколько я понимаю, служившим какое-то время консулом в Чикаго.

Его штаб-квартиры, если можно сказать, что у него были штаб-квартиры, находились в Новом Орлеане и возле него, а вся работа по негритянской пропаганде велась из Мексики Фон Экхардтом. Я говорю все это в том смысле, что руководящий центр был в Мексике. Людьями, используемыми для негритянской пропагандистской работы, были мексиканцы и полукровки, а также люди, которых привезли в Мехико, проинструктировали и отправили через границу; волна негритянской пропаган-

¹ Выдержки из газеты «Wahrheit» (Нью-Йорк). Sen. Doc. 62, P. 1825 и дал.

дистской работы шла от мексиканской границы на восток и накрывала, прежде всего, штаты Техас, Луизиана, Арканзас, Миссисипи, Алабама и Джорджия; а такие штаты, как Северная и Южная Каролина и Теннесси, оставались, по сути, на окраине этого движения.

Пропаганда была направлена на то, чтобы постоянно сеять раздоры между белыми и черными, неважно какие. Это была главная задача.

Также делались попытки склонить цветную расу бесчисленными доводами на сторону Германии. У нас есть сведения о том, что пропаганда принимала следующую форму. Негритянские лидеры, которых субсидировали или пытались субсидировать в разных местных сообществах или через переписку, – я имею в виду не крупных лидеров негритянской расы, а мелких, рассеянных там и тут, – рассказывали неграм, что в Германии черные пользуются равенством с белыми, что в Европе нет раскола по цвету кожи. В подтверждение этого приводились свидетельства, якобы аутентичные, и с их помощью доказывалось, что если войну выиграет Германия, то права цветного населения на Юге будут уравнены с правами белых. Это был основной аргумент. Они постоянно играли на теме линчеваний»¹.

Немцы пытались затронуть каждую иноязычную группу, которую можно было подкупить, пользуясь контролем над Американской ассоциацией газет на иностранных языках.

В 1915 г. начала действовать Немецкая университетская лига, призванная объединить всех, кто учился в германских университетах. Перед ней ставилась задача «сотрудничать с каждой попыткой укрепить уважение к немцам и к их целям и идеалам и обеспечить честное отношение к ним и должную их оценку». Среди тех, кто состоял на службе в лиге или входил в число ее попечителей, мы находим такие имена, как фон Кленце, Уильям Р. Шеперд (Колумбия), Карл Л. Шурц, фон Мах, а также многих других выдающихся ученых и общественных деятелей. Проводились собрания, читались и распространялись газеты. Удалось заручиться сотрудничеством приглашенных профессоров, таких, например, как Мориц Ю. Бонн. Это был прямой канал коммуникации между интеллектуалами Германии и Америки².

Немцы активно пытались добраться до профессионально подготовленных людей нашей страны. Через Американское обще-

¹ Sen. Doc. 62 (Brewing and liquor interests, etc.), 1785.

² См. соответствующие документы: Sen. Doc. 62, 1372 и дал.

ство правды памфлет Нэйджела об американском нейтралитете был разослан 50 тыс. юристов¹.

К женщинам обращались через Лигу американских женщин за строгой нейтралитет, основанную в Балтиморе. Рабочим уделяли специальное внимание через Национальный совет рабочих за мир (1915). Эти организации часто были очень близки к интересам пивоваренных компаний; последние были обеспокоены растущей угрозой введения сухого закона, и агенты германской пропаганды иногда пользовались готовностью пивоваров прибегнуть к пропаганде, помогая организовать движение и превращая его в прогерманское.

Использовались все виды обращений к общественности в целом по всем доступным каналам. Под эгидой бюро Дернбурга – Альберта выходили книги обо всех сторонах войны и оказывалось содействие распространению каждой книги, выгодной для германского дела. Вот небольшая выборка этих книг.

«Англия или Германия» Фрэнка Харриса.

«Поход Гинденбурга в Лондон» Л. Дж. Редмонд-Говарда (автора «Жизни Джона Редмонда»).

«Мир и Америка» Гуго Мюнстерберга (Гарвардский ун-т).

«Связи Америки с Великой войной» Джона У. Берджесса (Колумбийский ун-т).

«Сотворение современной Германии» Фердинанда Шевилла (Чикагский ун-т).

«Англия» Эдуарда Мейера (Берлинский ун-т).

«Бельгия и Германия: голландский взгляд» д-ра Й.Х. Лаббертона.

«Справедливость в военное время» Бертрана Рассела.

«За кулисами воюющей Германии» Эдварда Лайелла Фокса².

Была куплена газета «New York Mail» для влияния на столичную аудиторию и снабжения ее газетой, которую можно было цитировать. Без числа использовались карикатуры, памфлеты и фотографии, распространяемые через конторы паровой компании³.

¹ Sen. Doc. 62, 1424.

² Более полный список приводится в: Sen. Doc. 62, 1410 и дал.

³ Дополнительная информация о германской системе содержится в статье: Melville L. German propagandist society // Quarterly review. – 1918. – July, Vol. 230. – P. 70–88.

В Америку отправлялись кинофильмы, в которых германские солдаты кормили бельгийских и французских детей. Титры были такие: «Варвары кормят голодных», «Варвары и в самом деле так выглядят?».

Руководитель британской пропаганды в Америке удобно суммировал свои методы:

«Практически с того самого дня, когда разразилась война между Англией и Центральными державами, меня назначили ответственным за пропаганду в Америке. Вряд ли стоит и говорить, что масштаб деятельности моего отдела был очень широк, а его работа – чрезвычайно разнообразна. В наши обязанности входили еженедельные отчеты британскому кабинету о состоянии американского общественного мнения и непрерывный контакт с постоянными корреспондентами американских газет в Англии. Также я часто договаривался с важными общественными фигурами Англии, чтобы они поработали для нас, дав интервью американским газетам; а среди этих выдающихся людей были м-р Ллойд Джордж (ныне премьер-министр), виконт Грей, м-р Бальфур, м-р Бонар Лоу, архиепископ Кентерберийский, сэр Эдвард Карсон, лорд Роберт Сесил, м-р Уолтер Рансиман (лорд-канцлер), м-р Остин Чемберлен, лорд Кромер, Уилл Крукс, лорд Керзон, лорд Гладстон, лорд Холдейн, м-р Генри Джеймс, м-р Джон Редмонд, м-р Селфридж, м-р Зангвилл, миссис Хамфри Уорд и добрая сотня других.

В числе прочего мы снабжали 360 газет в меньших по размеру штатах Соединенных Штатов английской газетой, дающей еженедельные обзоры и комментарии о ходе войны. Мы установили связь с человеком с улицы при помощи кинофильмов об армии и флоте, посредством интервью, статей, памфлетов и т.д., а также с помощью писем, в которых давался ответ отдельным американским критикам; эти письма печатались в главных газетах штата, в котором жил критик, и перепечатывались в газетах соседних и других штатов. Мы печатали рекламные объявления и побуждали многих людей писать статьи. Мы пользовались любезными услугами и помощью доверенных друзей; мы постоянно получали сообщения от важных американцев и установили посредством личной переписки связь с влиятельными и известными в Соединенных Штатах людьми всех профессий, начиная с президентов университетов и колледжей, профессоров и ученых и заканчивая всеми слоями населения. Мы просили наших друзей и корреспондентов организовывать выступления, дебаты и лекции американских граждан, но не поощряли британцев ездить в Америку и проповедовать там доктрину вступления в войну. Помимо поддержания обширнейшей частной переписки с отдельными людьми, мы рассылали

наши документы и литературу в огромное множество публичных библиотек, в отделения YMCA, университеты, колледжи, исторические общества, клубы и газеты.

Вряд ли нужно и говорить, что работа эта была трудной и деликатной, но, к счастью, в Соединенных Штатах у меня было много знакомых, и я знал, что огромное множество людей читали мои книги и не были преубеждены против меня...

...следует помнить, что и Общество пилигримов, чью работу в деле международного единения невозможно переоценить, сыграло важную роль в углублении понимания между двумя народами, и учреждение Клуба американских офицеров в доме лорда Леконфилда в Лондоне, с Его Королевским Высочеством герцогом Коннаутским в качестве президента, принесло и продолжает приносить много пользы. Кроме того, следует помнить, что именно Общество пилигримов под блестящим председательством м-ра Гарри Бриттена взяло на себя заботы о приеме distinguished Джеймса М. Бека, когда он в 1916 г. посетил Англию с визитом, дав ему тем самым прекрасный шанс сделать большую работу для дела единения двух наций. Я счастлив и горд от мысли, что кое-что сделал для того, чтобы это состоялось и чтобы Пилигримы взяли м-ра Бека на свое попечение»¹.

Основной упор в емком отчете сэра Гилберта Паркера о применявшихся им методах делается на использование конкретных людей как каналов влияния. Влияние распространяется от бизнесмена к бизнесмену, от журналиста к журналисту, от профессора к профессору, от рабочего к рабочему. За кулисами, по ту сторону новостей, картин и речей, течет могучий поток личного влияния. Война обсуждалась больше в частном порядке, чем публично. Колеблющихся покоряли дружелюбием или лестью, логикой или пристыжением, разжигая в них энтузиазм по поводу растущей волны союзнических чувств. Взгляд на этот метод со стороны содержится в письме сэра Эдварда Грея Теодору Рузвельту, датированном 10 сентября 1914 г.:

¹ Parker G. The United States and the war // Harper's monthly magazine. – 1918. – Vol. 136, March. – P. 521–531 (выжимка).

Британцы не предоставляли публичных оценок денежных сумм, которые они тратили на американцев, в отличие от других типов пропаганды. В последние четыре месяца Войны они потратили 150 тыс. долларов (£31.360 4 s.) на то, чтобы сломить моральный дух немцев, и на достижение других пропагандистских целей.

«Дорогой мой Рузвельт! Дж.М. Барри и А.Э.В. Мейсон, какие-то из книг которых Вы наверняка читали, собираются в С.Ш. Насколько я понимаю, их цель – не выступить с речами или лекциями, а встретиться с людьми, особенно связанными с университетами, и объяснить им британскую позицию в отношении войны и наш взгляд на соответствующие проблемы»¹.

Когда за дело Британии публично ломали копыя, это делали американцы, а не иностранцы. Таких вызывающе очевидных британцев, какими у немцев были всякие Дернбургги, в Америке не было. Крепчайшую цепь, сковавшую Америку с Британией, выковали социальное лоббирование, личный диалог и бросаемые по случаю упреки. Все страны обнаруживали, что эффективным переносчиком пропаганды их дела в Америке был титулованный иностранец, который ничего не произносил для публичной печати, но приватно от случая к случаю говорил о Войне. Простого излучения аристократического обаяния было достаточно, чтобы растопить многие стойкие республиканские сердца и вызвать энтузиазм в отношении страны, которая смогла произвести такие достоинство, элегантность и учтивость. Жена солидного владельца газеты принимала у себя в доме графа; жена сенатора препиралась на равных с герцогом. В этой увлекательной игре то тут то там фигурировали маркизы, графы или бароны. Все это неизменно вызывало усмешку у утонченных европейцев, мягко подыгрывавших амбициям многочисленных домохозяек в Нью-Йорке, Филадельфии, Бостоне, Вашингтоне и Чикаго.

Наиболее важной личностью в области пропаганды среди нейтралов и союзников обычно оказывается официальный представитель в столице. Какой это должен быть человек, и какие техники он должен использовать? Еще ни один успех не мог сравниться с блистательным успехом, которого достиг в Париже во время войны за независимость Бенджамин Франклин. Один француз, мсье Франсис П. Рено, описывает его такими словами:

«Раньше [Франклина] прибыла его репутация; он был способен не только оберегать своих почитателей от разочарований, но и воспламенять в них энтузиазм. Для одних он был ученым, поймавшим в плен молнию, для других – гениальным философом, для третьих – врагом тирании и пламенным защитником общественной свободы; для всех он был про-

¹ Grey, Viscount of Fallodon. Op. cit. – Vol. 2. – P. 143.

стым и естественным человеком, патриархом, отцом семейства, ненавязчиво воплощавшим в себе общие добродетели. Во времена, когда в уме каждого просвещенного человека запечатлелись слова Руссо, разве могло кого-нибудь не тронуть зрелище почтенного старого джентльмена, который прибыл защищать свою страну, поддерживаемый под руку одним из своих внуков [Уильямом Темплом Франклином]? Вряд ли в нашей жизни появлялся политик, малейшие черты которого так пленяли парижан: резиденция в Пасси, в которую было легко попасть, визиты ко Двору, не отягощенные лишними церемониями, философические беседы, связи с Вольтером и физиократами»¹.

Ключ к Франклину выражен намеком в последнем предложении: он был неполитической личностью, и сияние его индивидуальности распространялось на все стороны его жизни.

Примером сомнительного выбора служит выбор достопочтенного Элиу Рута главой американской миссии в России. В технической компетентности его как исследователя и администратора в области международных отношений не было никаких сомнений, но ситуация была такова, что в революционной России он был очень уязвим для нападков. Как свидетельствовал полковник Робинс:

«Возможно, вы знаете, что одно время в нашей стране он обрушивался с нападками на одно очень важное общественное лицо, и, возможно, вы знаете, что в результате этих нападков несколько недель кряду в газетах публиковались редакционные передовицы, блистательные в своем роде, вместе с карикатурами, в которых м-ра Рута называли шакалом привилегий, сторожевым псом Уолл-стрит и т.д. и т.п. Такие материалы пронесли по всей общественной прессе. Вероятно, немецкие агенты в Америке сразу после его назначения собрали и повсюду разослали их; в итоге они появились в памфлетах в России, переведенные на русский язык, с карикатурами и словами, замененными русскими синонимами, и даже дружественные газеты писали: “Как возможно, что великий демократический президент посылает в Россию с целью помочь сделать мир безопасным для демократии – да-да, в революционную Россию! – человека, который, согласно тому, что мы слышим, тратил почти все свое время на то, чтобы сделать Америку безопасной для плутократии?”»².

¹Renaut F.P. La Politique de propaganda des Américains durant la Guerre d'indépendance, 1776–1783. – Paris : Editions du Graouli, 1922. – Т. 1. – Р. 52.

²Sen. Doc. 62 (Brewing and liquor interests, etc.). 3. – Р. 819.

Если этот общий анализ техники сохранения дружбы верен, то он показывает, что главная тема межсоюзнической пропаганды – напряжение сил ради общего дела и что каждый тезис пропаганды, поддерживающий ее, должен быть последователен и чем-то подкреплен. Работа с нейтралами сводится к задаче подвести нейтрала к отождествлению своих интересов с вашими в деле поражения врага. Помимо общих репрезентаций врага как угрожающего, неконструктивного и отвратительного, а собственной нации – как защищающей, помогающей и справедливой, должна поддерживаться некоторая уверенность в конечном успехе. Наиболее дальновидное средство склонения симпатий нейтрала на свою сторону – это вовлечение нейтрала в ту или иную форму открытого сотрудничества. Когда все это терпит провал, в избегании активной враждебности могут помочь призывы к пацифизму и попытки разжечь раздоры с другими нейтралами. Среди всех используемых средств особенно важны применение личного влияния, а также практика обычного привлечения для обращений к нейтралам других нейтралов.

Глава VII

ДЕМОРАЛИЗАЦИЯ ВРАГА

Пропаганду можно использовать как оружие для прямого удара по моральной стойкости врага, пытаясь рассеять его ненависть или отвлечь ее от тех, кто с ним воюет.

В какой-то мере этого можно достичь с помощью кампании простого расхолаживания. Специально для французов, живших на оккупированной территории, немцы издавали «Gazette des Ardennes»; в ее колонках тут и там затрагивались разные темы, которые можно использовать для деморализации врага. Во время Войны «Gazette» детально проанализировал профессор Маршан с целью установить, насколько возможно, прямую параллель между ее установками и установками парижской газеты «Bonnet rouge». Его отчет, ставший частью свидетельских показаний против последней на знаменитом суде 1917 г., был издан позже отдельной книгой – «Наступление немцев во Франции во время войны»¹. Он состоит из разнообразных выдержек из двух названных газет, и это до сих пор лучшее систематическое исследование одной из сторон военной пропаганды среди всех имеющихся. В этом разделе мы будем ссылаться на эту компиляцию, дополняя ее другими материалами. В большинстве случаев цитаты сверены с оригиналами.

«Gazette» открыто отрицала, что Германия когда-либо планировала напасть на Францию, и сетовала на то, что пропаганда изображает Германию превратно. Мсье Леон Доде и мсье Клемансо «помешаны на шпионах» и только в силу этого воображают,

¹ Marchand L. L'offensive morale des Allemands, en France, pendant la Guerre: l'Assault de l'Âme Française. – Paris : Le Renaissance du Livre, 1920.

что в канун Войны или после ее начала Германия наводнила Францию обширной армией тайных агентов¹.

«Gazette» защищала своего кайзера и военных от предполагаемой клеветы союзников. Вильгельма II всегда знали как могучего и влиятельного борца за мир. Именно он спас Европу от войны за Марокко. Его миролюбие неизменно отмечали такие люди, как Дж. Холланд Роуз, выдающийся английский историк, Марсель Самба, французский литератор и социалист-патриот, да и вообще все здравомыслящие люди повсюду. Он советлив, миролюбив, приветлив, ласков и нежен в кругу семьи, талантлив в лидерстве и вообще великодушен во всех своих порывах².

Все рассказы о германских варварствах – ядовитая ложь. Немецкие солдаты в оккупационной армии на севере Франции добры к детям. Фотография в «Gazette» от 1 декабря 1915 г. показывает, как немецкий солдат кормит маленького французского ребенка, заботливо усадив его к себе на колени³. Дети хранят нежные воспоминания о «дядюшке Фрице»⁴. В доказательство доброты и чуткости германских оккупационных сил к французам публиковались письма французов с оккупированных территорий и французских солдат, оказавшихся в немецком плену⁵. Где бы ни обнаруживали немецких солдат, всюду являла себя неискоренимая немецкая любовь к музыке, религии и нравственности.

Рассказы о массовых зверствах и целенаправленном разрушении – все это злонамеренные обобщения отдельных прискорбных случаев, которых немного и которые бывают в каждой армии, причем в дисциплинированной германской армии реже, чем во всех прочих. Как всем известно, военная необходимость может требовать действий, не свойственных спокойному мирному времени, и было бы нелепо искажать факты и доводить дело до огульного обвинения всей нации⁶. Многие из церквей, которые немцы, как предполагается, разрушили, вовсе не были разрушены, а многие из них незаконно использовались их противником.

¹ Gazette. – 2 juillet, 1917. Цитируется материал из «Frankfurter Zeitung». Marchand L. Op. cit. – P. 97.

² Gazette. – 17 novembre, 1917. Marchand L. Op. cit. – P. 143.

³ Фотография воспроизведена напротив с. 145 в книге: Hansi, Tonnelat E. A travers les lignes ennemies. – Paris : Payot, 1922.

⁴ Gazette. – 13 août, 1916. Marchand L. Op. cit. – P. 25.

⁵ Там же.

⁶ Gazette. – 7 juin, 1916. Marchand L. Op. cit. – P. 190.

Только что приведенные примеры иллюстрируют защиту с помощью отрицания. Еще одна форма защиты – допущение, сопровождающееся оправданием, – иллюстрируется тем, как обращались с темой подводных лодок. «Gazette» раз за разом объясняла, что субмарина – всего лишь ответ на печально известную и незаконную британскую блокаду.

Хотя никакой формой воздействия пренебрегать не следует, а применение контрвнушения дает определенные результаты, эффективность его все же несопоставима с влиянием искусной отвлекающей пропаганды. Для подрыва активной ненависти врага к его нынешнему противнику его гнев нужно отвлечь на новый, независимый объект, рядом с которым нынешний противник утратит свое значение. Это очень трудная операция, и тут всегда желательно провести подготовительную работу с целью подорвать некоторые из сопротивлений, мешающих успеху такого маневра.

Патриотизм – могущественная опора воинственного энтузиазма, и у антипатриотической пропаганды есть шанс на успех среди тех элементов нации, которые, когда война порядком надоест, начинают возвращаться к своей идеологии мирного времени. «Gazette» публиковала кое-какие материалы, порицавшие склонность патриотизма ввергать страну в ненужное массовое кровопролитие¹. Патриотизм, проповедующий ненависть, безнравствен, а отравление людских умов – не иначе как преступление². Духа войны нужно избегать, ибо не подлежит сомнению, что он противен религии и нравственности³.

Еще одна опорная сила, против которой следует направить подрывные операции, – это уверенность народа в честности своего правительства. Если удастся заронить сомнение в пропаганде правительства и военной партии, то этим создается мощное оружие разложения. Немцы жаловались, что стали жертвой систематического очернения со стороны невежественных педагогов, безответственных политиков и лживых разносчиков газетных сплетен.

Лейтмотивом в предварительной подготовительной работе должен быть повторяющийся рефрен: ваше дело безнадежно, вы проливаете свою кровь зря. Главы французских пропагандистских служб совершенно уместно критиковали раннюю английскую пропаганду за хвастовство размерами союзнических армий на ран-

¹ Gazette. – 23 septembre, 1916. Marchand L. Op. cit. – P. 85.

² Gazette. – 9 janvier, 1916. Marchand L. Op. cit. – P. 15.

³ Gazette. – 3 juillet, 1917. Marchand L. Op. cit. – P. 27.

них этапах Войны, когда немцы захватывали Бельгию и север Франции. Только когда дела у немцев зашли в тупик, если не хуже, и их охватило общее разочарование, такая пропаганда стала действенной. Когда в 1918 г. британцы перешли в наступление, в военном смысле, они немедленно засыпали немецкие траншеи картами, на которых были ясно нанесены их продвижения. Они напоминали о ложных надеждах, которые внушали народу и армии германские лидеры. Они тиражировали сообщение, появившееся якобы в немецкой газете, с сетованиями на то, что

«еще несколько недель назад казалось, что наши войска очень близки к своей цели – сокрушению вражеских сил и заключению мира. Как же все изменилось!»

Разносились дурные предчувствия. Над немецкими окопами разбрасывали открытки, в которых было написано:

«Сегодня мы отступаем. В следующем году мы будем разбиты».

Когда в 1918 г. немецкие генералы стали публично проявлять признаки обеспокоенности вторжениями союзнической пропаганды, союзнические памфлетисты истолковали это немцам как знак того, что их лидеры хотят утаить от них правду. Слух о том, что немецкое правительство склонилось наконец к заключению мира, циркулировал как еще одно свидетельство слабости.

Американцы, вступившие в поле прямой пропаганды против Германии и особенно германской армии, тратили силы в основном на рекламу новостей о мощи Америки. По линии германских войск сбрасывались маленькие листовки с расставленными в ряд американскими солдатами, размер которых рос с месячным ростом численности американских войск. Во Франции уже 1 900 000 американцев, гласила карточка, и еще в десять раз больше пребывают в боевой готовности в Америке. Подчеркивались масштабы германских людских потерь и потерь на флоте. На дефицит продуктов и сырья намекали такими средствами, как распространение сообщения о том, что в некоем немецком городе арестовали еще одного контрабандиста.

Тут и там распространялись брошюры с такими вопросами:

«Будете ли вы когда-нибудь снова так же сильны, как в июле 1918 г.?»

Будут ли ваши противники с каждым днем все сильнее или слабее? Принесли ли вам тяжелые потери, понесенные в 1918 г., тот победоносный мир, который обещали вам ваши лидеры? Сохраняется ли у вас до сих пор надежда на конечную победу? Хотите ли вы сложить свою жизнь за безнадежное дело?»¹.

Еще одна тема первостепенной важности (в сопоставлении с ранее названными) – это лишения, которые переносят солдат на фронте и его семья дома. Рассказы о нужде и нищете в тылу использовались в специальном французском пропагандистском листке, готовившемся для распространения среди немецких солдат, «Brieftaus Deutschland» («Письма из Германии»). В ходе блистательной атаки на итальянский моральный дух, предшествовавшей разгрому у Капоретто в 1917 г., итальянским солдатам рассылались призывы, якобы из дома, сложить оружие и возвращаться к своим семьям.

Французские издатели «Die Feldpost» (еще одного листка для немецких войск) исподволь намекали на радости домашней жизни. Рождественский сезон 1915 г. они отметили напоминанием обо всех простых удовольствиях Рождества дома, в кругу семьи, в мирное время². Прелести гражданской жизни изображались в пропагандистской литературе для усиления усталости от войны.

Еще одно средство, позволяющее подчеркнуть нужду и лишения, состоит в распространении, как это делали американцы, чего-то такого, что наводит на мысль о сравнительном процветании и богатстве врага. Так, например, в почтовую карточку, точно воссоздававшую официальную германскую полевую открытку, вносился следующий текст:

«Напишите на этой карточке адрес вашей семьи, и если американцы возьмут вас в плен, отдайте ее первому же офицеру, который станет вас допрашивать. Он почтет за долг отправить ее, дабы ваши домашние были за вас спокойны».

(И на обороте):

«Не волнуйтесь за меня. Война для меня закончилась. Кормят меня хорошо. В американской армии пленным выдается такое же довольствие,

¹ Гебер Бланкенхорн описывает американскую кампанию в книге: Blankenhorn H. Adventures in propaganda. – Boston : Houghton Mifflin, 1919.

² См. рис. 4 напротив с. 24 в книге: Hansi, Tonnelat E. Op. cit.

как и солдатам: мясо, белый хлеб, картофель, бобы, чернослив, кофе, масло, табак и т.д.»¹.

Ничего нового в технике пропаганды здесь не было; отмечается, что уже в британских войсках, стоявших на Банкер-Хилле, среди солдат распространяли вручную сделанные листовки, предлагавшие семь долларов в месяц, обилие свежей провизии, здоровье, свободу, удобства, достаток и хорошую ферму, если они дезертируют и присоединятся к американской армии².

Все подготовительные и вспомогательные темы, которые нами до сих пор рассматривались, предположительно помогают решить задачу замены старых ненавистей новыми. Следующим шагом будет сосредоточение на конкретном объекте враждебных чувств, в случае которого есть надежда поляризовать умонастроения врага. Одной из возможных альтернатив здесь является перенос подозрительности и ненависти на союзника.

Германская пропаганда делала все, что могла, для эксгумации застарелой враждебности французов к англичанам. Франция, вещала она, только и делает, что таскает каштаны из огня для англичан. Последние, как только что признал Уинстон Черчилль, далеко отстали в своих военных приготовлениях³. Их игра была в том, чтобы дать Франции пролить за них кровь. Более того, они старательно закрепляются в постоянных зданиях в Кале, а всякий, кто изучал историю, знает, как много времени ушло на то, чтобы выгнать Англию из Кале в последний раз, когда та сомкнула на нем свои цепкие лапы.

Правда, заявляли немцы, в том, что мы вам ничуть не угрожаем, а лишь хотим соединить с вами силы в крестовом походе против Англии, вошедшей в сговор с вашими ничтожнейшими политиками с целью воспользоваться вашей кровью для разгрома нашей торговой конкуренции. Мы будем рады избавить вас от махинаций со стороны Англии и помочь вам расширить ваши колониальные владения за счет британских. Между нами говоря, мы можем господствовать в Европе, а господство в Европе – господство над миром.

¹ Воспроизводится в книге: Blankenhorn H. Op. cit. – P. 78.

² Bolton C.K. The private soldier under Washington. – N.Y. : Charles Scribner's Sons, 1902. – P. 90. Цит. по: Salmon L.M. The newspaper and the historian. – N.Y. : Oxford University Press, 1923. – P. 340.

³ Gazette. – 7 septembre, 1916. Marchand L. Op. cit. – P. 49.

При этом мы можем освободить вас от и России, чей царь использует Францию как подспорье для захвата Константинополя¹.

Союзники в свою очередь не жалели усилий, чтобы вбить клин между Австро-Венгрией и Германией. Среди немецких солдат на западном фронте разносились слухи о том, что Двойственная монархия ведет переговоры о сепаратном мире, дабы разжечь ненависть к Австрии и продемонстрировать безнадежность дела, ради которого они так много страдали. Значительную враждебность в Германии, где были введены жесткие ограничения на потребление продуктов, вызывали и сообщения о том, что у австрийцев и венгров полно продовольствия. Австрийцев при этом осыпали насмешками как прислужников Пруссии и соблазняли возможностью территориальных компенсаций за счет Германии в случае, если они перейдут на другую сторону.

Союзник – не единственный возможный объект для переключения ненависти. Такими объектами могут быть также правительство или правящая каста. Если сделать правящую персону, клику или класс достаточно отвратительными, то приходит Революция, а Революция оставляет мало возможностей для активной ненависти к внешнему врагу.

В последнюю войну каждая из воюющих сторон вязывалась в рискованное дело провоцирования раскола и разжигания революции за границей, не считаясь с возможными отзвуками успешного бунта у себя дома. Есть основания считать, что уже в 1915 г. немцы пытались стимулировать коллапс в России, снабжая революционной литературой русских пленных, которые могли со временем через обмен пленными или освобождение вернуться на родину². В 1917 г. случился знаменитый эпизод с plombированным вагоном, внутри которого в Россию въехали Ленин и еще сорок человек.

Союзники совершенно осознанно взялись за искоренение в Германии кайзера и имперской системы. В одной из листовок, которые разбрасывали французы над Германией, содержалось изображение кайзера и его сыновей-бугаев, никак не затронутых войной; на обратной стороне листовки стояли плотными рядами деревянные кресты, обозначающие места окончательного упокоения его германских подданных³. Еще одна листовка показывала

¹ Gazette. – 26 avril, 1917. Marchand L. Op. cit. – P. 47.

² На это жаловался один русский, которому было позволено посетить некоторые из лагерей для военнопленных по линии Красного Креста.

³ Листовка воспроизведена в книге: Hansi, Tonnelat E. Op. cit. – P. 136.

кайзера и членов его генерального штаба сидящими за столом, добродушно беседующими и попивающими пиво, а на обороте был изображен взрыв в окопе на передовой со множеством тел, разорванных на кусочки¹.

Немецкие республиканцы, жившие за границей, привлекались либо сами присоединялись к обсуждению ответственности кайзера за Войну. После краха великого наступления весной 1918 г. пропаганда Вильсона в Германии достигла своего пика. Его речи широко распространялись повсюду и успешно создавали впечатление, что республиканская Германия получит от западных демократий мир на терпимых условиях. Старательно печатались все места из вильсоновских речей, вычеркиваемые в Германии красными цензорскими чернилами².

Британцы пытались внушить мысль о неминуемости революционных потрясений в Германии с помощью новостных материалов, рассказывающих о тайных предосторожностях, принятых недавно в Берлине, где верховное командование только что распорядилось принять ряд мер для подавления забастовок. Каждый подавленный социалистический митинг получал на западном фронте широкое освещение. Следующий материал – особенно тонкая попытка протащить идею революции. Он сделан в форме депеши из Стокгольма:

«Германский министр в Стокгольме обратился в шведское министерство иностранных дел с требованием наложить арест на тираж “New York Herald Magazine of the War” от 14 июля, так как это издание публикует на первой полосе фотографию императора Германии со следующей подписью: “Что нам делать с кайзером после Войны?” Говорят, министр юстиции распорядился арестовать указанный тираж»³.

Хотя немцы в конечном счете были превзойдены в этой игре, они упорно пытались деморализовать союзников с помощью революции. Через «Gazette» и любые другие доступные им каналы они старались повесить ответственность за войну на Пуанкаре и его клику. По их утверждениям, это была группа, которую безумная страсть к мести побудила к незаконным переговорам с воен-

¹ Воспроизводится в: Hansi, Tonnelat E. Op. cit. – P. 160.

² См.: Hansi, Tonnelat E. Op. cit. – P. 152.

³ Этот и схожие примеры приводятся в книге: Stuart C. Secrets of Crewe house. The story of a famous campaign. – L. : Odder and Stoughton, 1920.

ными и дипломатическими кругами Бельгии, вложению денег в стратегические железные дороги в России, тогда как ее долгом было обеспечить общественное благополучие дома, к отказу пресечь пропаганду панславизма и к поспранию бельгийского нейтралитета, пока Германия не вступила наконец в войну.

Немцы нашли сокрушительный ответ на признания в международном идеализме, которыми наполняли атмосферу союзники. Насколько позволяли их ресурсы, они придавали максимум публичности тайным договорам, которые заключали союзные державы. Идеалистичные союзники кроили и делили между собой мир. России был обещан Константинополь. Великобритании доставалась нейтральная зона к северу от сферы ее влияния в Персии. Итальянцы получали Трентино и Триест, а также славянские территории Горицы, Градиски, Истрии, Далмации и Валоны. Им были обещаны 200 тыс. немцев, живших на перевале Бреннер и бывших с XIV в. австрийскими подданными. Важные порты Адриатики (за исключением Фиуме) либо сразу доставались им в руки, либо становились нейтральными. Они выторговали греческие острова Додеканес, ряд областей Малой Азии и обещания колоний в Африке. Румынии отдавались территории, населенные сербами, венграми, русинами и другими славянскими народами. Франция предоставляла России свободу рук в Польше в обмен на свободу рук на западном фронте в отношении Эльзас-Лотарингии, Саара и левого берега Рейна. Кроме всего этого, были нарезаны и поделены Османская империя и германские колонии.

Раскрытие этих договоров не только создало трения между союзниками (поскольку тайные договоры показывали, что союзники давали некоторым более слабым державам противоречащие друг другу обещания), но и оказали прямое влияние на моральное состояние рабочих. Разоблачение двуличия союзников вызвало последствия, о которых мы выше уже говорили.

В атаках на национальное единство немцы заходили очень далеко. Они пытались встревожить оставшихся дома жен, привлекая внимание к тому, в сколь огромной степени на фронте развита проституция. Д-р Гро отмечает, что уже в июле 1915 г. во Франции получили хождение анонимные памфлеты, развивавшие эту тему¹.

Не жалелось никаких усилий для настраивания солдат на фронте против того, что политики, спекулянты и тыловые офице-

¹ Graux L. Les fausses nouvelles de la grande guerre. – Paris : L'Édition française illustrée, 1919. – Т. 2. – P. 151.

ры якобы предаются излишествам. «Gazette» в номере от 5 ноября 1916 г. намекала на то, что солдатским женам дома слишком накладно хранить супружескую верность. Было известно, что французское правительство ответственно за ввоз чернокожих из Марокко в военных целях, и «Gazette» использовала этот повод для публикации письма, содержащего такую ремарку:

«Эти грязные марокканцы тут и там оставляли за собой потомство, как и аннамиты»¹.

Французы воспроизвели и растиражировали карикатуру из еженедельника «Simplicissimus». На ней немецкий наставник спрашивает исхудавшего ученика, почему того, кто осужден на суровое наказание, называют бедным грешником, а тот отвечает:

«Потому что богатого грешника никогда сурово не наказывают»².

Перед сражением у Капоретто власти поощряли братание австрийских и итальянских солдат, аккуратно используя для этой цели австрийских коммунистов, заразившихся коммунизмом или социализмом на русском фронте. Иногда немецким пацифистам разрешали выезжать за границу, хотя на родине на их агитацию накладывались строжайшие ограничения.

Немцы обращались к каждому возможному расколу внутри французской нации, пытаясь восстановить друг против друга различные партии, крестьян и горожан, провинциалов и парижан, рабочих и работодателей, армию и народ, армию и правительство, законодательную и исполнительную власть³.

Мы говорили об антисоюзнической и антиправительственной пропаганде, но некоторое внимание нужно уделить и третьей важной возможности – антигосударственной пропаганде. Последняя война показала, насколько действенным может быть подстегивание сецессии, когда воюющее государство является гетерогенным. Уже в самом начале Войны союзники стали говорить о самоопределении. 16 августа 1914 г. царь объявил о своем намерении даровать автономию объединенной Польше. К весне 1916 г. астроном-авиатор Сте-

¹ Gazette. – 29 avril, 1917.

² См.: Hansi, Tonnelat E. Op. cit. – P. 28.

³ Marchand L. Op. cit. – Section II.

фаник предложил разбросать по линии австрийских войск, выстроившихся против итальянцев, чешские прокламации Масарика¹.

Русские разбросали за линией фронта с аэроплана золотые монеты, на одной из сторон которых был отчеканен чешский национальный замок, однако наибольший ущерб пропагандистское наступление на Двойственную монархию стало приносить после Корфской декларации июля 1917 г. Согласно этой декларации, Пашич и Трумбич, «полномочные представители сербов, хорватов и словенцев», признали «желание нашего народа учредить в виде независимого национального государства», приняли в качестве его названия «Королевство сербов, хорватов и словенцев», договорились о введении для него единого флага и короны, а также о свободном использовании особых сербских, хорватских и словенских флагов и гербов, объявили свободу православного, римско-католического и мусульманского вероисповеданий и провозгласили, что Адриатика должна быть «свободным и открытым морем» и что «Королевство включит всю территорию, компактно населенную нашим народом, и не может быть изменено в своих очертаниях без ущерба для жизненных интересов всего сообщества».

Политике разделения Австро-Венгрии даже в этот сравнительно поздний период противостояли многочисленные элементы среди союзников. Проект «Новая Европа», запущенный 19 октября 1916 г. Сетон-Уотсоном, Масариком, Стидом и др., был попыткой преодолеть нежелание британского правительства решительно выступить за политику разделения. Правительства союзников были в растерянности от обязательств, взятых ими в 1915 г. с целью вовлечь в войну Италию, когда устремления южных славян еще не были сформулированы со всей определенностью. Итальянцам были даны гарантии, абсолютно несовместимые с объединением южных славян, и итальянцы были склонны цепко держаться за выгоды, полученные по этим договорам. Они предпочитали территориальные захваты сомнительной дружбе с возвеличенной Сербией и опасались, что, лишившись части земель, Австрия присоединится к Германии. Уикхем Сид из лондонской «The Times», активный участник просербской пропагандистской группы, приписывает еврейским финансовым домам стремление сохранить германо-еврейскую финансовую систему, составлявшую экономическую основу пангерманизма, и укреплять любой элемент, проти-

¹ Steed H.W. Through thirty years... – Vol. 2. – P. 102.

встоящий развалу Австро-Венгрии. Римско-католические иерархи тоже были против полного разрушения крупнейшего остатка римского влияния в Европе. Британское общество любовно берегло в сердце уголок для австрийцев, искренне восхищаясь ухоженностью их домов, меткостью их стрельбы и их невозмутимой любовью¹.

Действительно, только после катастрофы у Капоретто в октябре 1917 г. славянам и итальянцам удалось достичь согласия, и это позволило пропаганде союзников обрести ее окончательные соотношения. Но даже и тогда лишь с заключением в марте 1918 г. «Римского пакта» расчистился, наконец, путь для осуществления одного из величайших пропагандистских деяний времен Войны – созыва Конгресса угнетенных габсбургских национальностей в апреле в Риме. 26 октября 1918 г. в Филадельфии состоялся съезд двенадцати национальностей, преисполненных решимости добиться свободы от своих прежних правителей. Председательствовал на съезде Масарик, в то время президент Чехословацкого национального совета, признанного правительствами союзников. Большинство газет говорили о собрании в Зале независимости как о чехословацком съезде, ввиду особой заметности Масарика и того колоссального впечатления, которое произвели на общественное сознание чехословацкий корпус в России и военные части чехословаков во Франции. Все делегаты съезда торжественно подписали Декларацию независимости, и это событие широко освещалось в Америке и в Европе².

Еще одним блистательным ударом со стороны союзнической пропаганды было поощрение сионизма. В ноябре 1917 г. м-р Бальфур, тогдашний министр иностранных дел Великобритании, обещал участие британского правительства в создании Еврейского национального дома в Палестине. Это дало материал для умелых воззваний к евреям Германии и, кроме того, повысило интерес к войне у американского еврейства. Генерал Людендорф считал декларацию Бальфура умнейшим поступком союзников в сфере военной пропаганды и сетовал на то, что Германия не додумалась до этого первой.

Попытки спровоцировать сецессии в стане противников, предпринятые Центральными державами, были неудачными. Уже

¹ Steed H.W. Op. cit. – Vol. 2. – P. 129.

² Отчет о выступлениях на съезде см. в агитационных изданиях. Краткое резюме можно найти в: Czecho-Slovak review. – November, 1918.

весной 1915 г. австрийцы пытались вызвать распад России. 10 апреля 1915 г. Горемыкин, председатель Совета министров, сказал французскому послу:

«...Австрия прилагает немалые усилия для того, чтобы создать национальное движение среди украинцев. Конечно, вам известно, что существует общество “Освобождения Украины” в самой Вене? Оно издает в Швейцарии брошюры и карты. Я получаю их, и они бесспорно свидетельствуют об очень интенсивной пропагандистской деятельности»¹.

Германия пыталась поднять ирландцев против англичан и подстегнуть беспорядки в Северной Африке, Египте и Индии. Она пыталась также расколоть Бельгию, поддерживая «валлонское движение», но мало в этом преуспела.

Во время Войны началось несколько движений, представлявших собой, по сути, *reduction ad absurdum* принципа самоопределения. Одно из них выросло в богатом воображении одного из членов австрийской службы печати. Однажды, попав по воле случая на оккупированную итальянскую территорию, он услышал разговор, который не мог до конца понять. Выяснилось, что это был местный речевой диалект, известный как фриульский, на котором говорили в нескольких деревнях в провинции Удине. Тогда он написал статью, в которой потребовал самоопределения для тех, кто говорит по-фриульски, спровоцировав тем самым гневную кампанию в итальянской печати.

Существенным элементом пропаганды против врага является изобретение способов и средств передачи врагу внушений. Предлагаю разобрать некоторые специализированные средства, применявшиеся для этой цели в ходе последней Войны, чтобы уже не возвращаться к ним в разделе, посвященном общему обсуждению тактических вопросов.

Сначала воюющие предпринимали попытки проникновения за линии фронта своих противников с помощью материалов в нейтральной прессе. С этой целью покупались газеты в Швейцарии и в других нейтральных странах. Почти одновременно с этим воюющие начали изобретать способы и средства прямой передачи.

¹ Palaeologue M. An ambassador's memoirs. – Vol. 1. – P. 327. (Рус. перевод цит. по изданию: Палеолог М. Дневник посла. – М. : Захаров, 2018. Запись от 10 апреля 1915 г. – *Прим. пер.*)

В октябре 1915 г. французы начали выпуск регулярного периодического издания для распространения среди солдат своих противников. Это издание известно под разными названиями: «Die Feldpost», «Kriegsblätter für das deutsche Volk» и «Das freie deutsche Wort». Обильно использовались книги и от случая к случаю – брошюры. Для проповеди ответственности Германии за войну всюду рассылалась тоненькая книжица «J'accuse» («Я обвиняю»). В рамках этого же метода издавались книги, выходявшие из-под пера д-ра Германа Фернау, д-ра Мюлена, князя Лихновски и др. Распространялось несколько страстных брошюр, подготовленных д-ром Германом Роземайером, который до бегства из Германии в сентябре 1914 г. был редактором берлинской газеты «Morgenpost»¹.

Время от времени выпускалось издание «Die Kriegsfackel» с единственной целью обсуждения вопроса о виновности в войне². Нерегулярно публиковались также «Briefe aus Deutschland» («Письма из Германии») и «Grüße an die Heimat» («Привет Родине»). Первое из названных изданий было посвящено письмам и новостям о жизненных условиях в Германии; второе включало письма пленных немцев с рассказами о том, как превосходно с ними обращаются во Франции. 29 августа 1916 г. и 16 октября 1917 г. французы подделали номера «Strassburger Post», известного органа германизации. В основном это было сделано для того, чтобы приободрить профранцузские элементы в Эльзасе и Лотарингии, и в этих номерах было много искрометной сатиры на германскую администрацию. Со знаменитой небылицей о планах британцев занять Кале обошлись следующим образом:

«Мы можем подтвердить эту почти невероятную новость [что французы отдали Кале в аренду англичанам на 99 лет]. Наш корреспондент поговорил с одним высокопоставленным французским офицером (адъютантом) в Швейцарии, родом из-под Бокера, и он, со слезами на глазах и всем видом выражая уныние, признался, что сам *видел*, как город Кале и английское правительство заключают об этом договор. Аренда была установлена в размере 255 тыс. ф. ст. в месяц, с выплатой суммы заранее первого числа каждого месяца. По получении этой суммы мэр Кале распределяет ее между жителями города. Все расходы на освеще-

¹ «Die Vorgeschichte des Krieges»; «Deutsches Volk, wach auf». См.: Hansi, Tonnelat E. Op. cit. – P. 28 (иллюстрации напротив страницы).

² См.: Hansi, Tonnelat E. Op. cit. – P. 38.

шение и уборку улиц, а также обязанность посыпать песком тротуары в случае морозов и образования льда берет на себя арендатор; ремонтные работы оплачиваются собственником. Каждая сторона может по собственной воле разорвать договор, уведомив об этом за девять месяцев другую сторону. – Насколько же низко пала Франция, унижаясь перед коварным Альбионом! Если граждане Кале воображают, что бесстрашный немец Михель намеревается вызволить их из когтей англичан, этой нации торгашей, то они обманывают себя... Однажды мы уже пытались это сделать и пытаться еще раз точно не будем»¹.

В июле 1917 г. французы подделали еще и номер «Frankfurter Zeitung». Они копировали и пародировали листовки, использовавшиеся для пропаганды военных займов в Германии. За линию фронта переправлялась республиканская пропаганда, которую сочиняли Зигфрид Бальдер и команда других авторов. Специальные памфлеты посвящались обоснованию французских притязаний на Эльзас и Лотарингию.

Вдобавок к этим усилиям французы издавали «La voix du pays» («Голос страны») для распространения среди оккупантов на захваченных территориях и в Эльзасе и Лотарингии. Особые воззвания адресовались баварцам в надежде настроить юг против севера. Французы старались переслать в Германию как можно больше своей пропаганды через швейцарскую почтовую службу. Они привлекли одно из швейцарских издательств к подготовке материала, далее контрабандой переправляемого за границу. Один хитроумный агент продавал в Германию консервы, набивая ящики пропагандистским материалом союзников.

В 1916 г. британское военное ведомство² создало в управлении военной разведки отдел, известный как «M.I. 7. b», и его сотрудники начали издавать «Le courrier de l'air» с целью восстановления у жителей захваченных территорий уверенности в том, что их дело не потеряно. Экземпляры газеты попадали даже вглубь Германии, что вызывало ярость немецких властей. Эта газета издавалась непрерывно с 6 апреля 1917 г. до 25 января 1918 г. Издание ее было временно приостановлено из-за приказа германского военного командования предавать экипажи аэропланов, перевозящих «крамольную литературу», военно-полевому суду и

¹ Hansi, Tonnelat E. Op. cit. – P. 60.

² Street Major C.J.C. Propaganda behind the lines // Cornhill magazine. – 3rd series. – 1919. – November., vol. 47. – P. 488–499.

назначать суровые наказания. За угрозой последовал случай приведения ее в исполнение, и издание «Courrier» было приостановлено до тех пор, пока не появится какой-нибудь новый, усовершенствованный способ распространения. 7 марта 1918 г. его публикация возобновилась.

Развитие лучших методов распространения прослеживает майор Стрит:

«Принципиальных трудностей в разбрасывании листочков бумаги не больше, чем в разбрасывании кусочков стали, но желаемое назначение у этих двух форм посланий разное, как и тот эффект, который они призваны произвести. Снаряд для достижения максимальной его эффективности должен взорваться в центре группы людей; пропагандистские листовки, напротив, нужно разбросать как можно шире, только тогда они смогут избежать попадания в высокодисциплинированную группу и упадут в руки того одиночного часового, который свободен от влияния своих соотечественников и которого ничто при этом не будет отвлекать. Группа, вероятно, истолкует листовку как шутку, но отдельный человек хотя бы от скуки прочтет ее и, возможно, придет к мысли, что в приведенных в ней доводах что-то есть. А как только пропаганда обеспечит хотя бы малейшее недоверие к доктринам, с которыми она сражается, ее задача оказывается выполненной больше чем наполовину.

И Союзные державы, и Центральные империи экспериментировали со снарядами для доставки пропаганды, используя как средство их разбрасывания траншейный миномет. Идея в большинстве случаев заключалась в том, чтобы сконструировать бомбу с небольшим взрывным зарядом, которая, перелетая по ту сторону фронтовой линии, разбрасывала бы на головы изумленного врага фонтаны листовок. Но были у этой системы и свои очевидные недостатки. Траншейный миномет всегда был непопулярным орудием, имевшим дурную славу из-за того, что эффект навлеченного возмездия намного перекрывал ущерб, который он мог причинить врагу. Кроме того, вполне можно было ожидать, что наиболее восприимчивые люди будут обижены фонтаном слов, обрушивающимся на них столь прямым способом, а если даже не обидятся, то во всяком случае посмеются над ним как над слишком очевидной *ruse de guerre* [фр. “военной хитростью”]. Есть нечто непоследовательное в армии, которая в один момент делает жизнь невыносимой с помощью “летающих свиней” [жарг. “мин”], а в следующий момент, пользуясь теми же орудиями, посылает потоки литературы, вещающей, что все люди братья, или проповедующей какую-то иную миролюбивую доктрину. Прошло совсем

немного времени, и траншейный миномет как средство разбрасывания пропаганды уступил место аэроплану.

Последнее орудие казалось поначалу идеально подходящим для этой цели. Аэроплан мог разбрасывать несметные количества листовок с любой удобной высоты, а благодаря тому, что их падение занимало продолжительное время, их попадание к адресатам не имело видимой связи с его пролетом. Листовкой, залетевшей в окоп неведомо откуда, естественно, можно было достичь куда большего эффекта, чем листовкой, явно заброшенной с помощью смертоносной машины. Вдобавок к тому, аэроплан обладал гораздо большей дальностью проникновения и мог сбрасывать пропаганду не только собственно на окопы, но и на места квартирования войск и на железнодорожные станции. Преимущества этого были двоякими: листовки можно было найти и подобрать на гораздо более обширной территории, а у людей, находящихся вдали от передовой, было больше свободного времени и больше склонности к обдумыванию их содержания. Но, с другой стороны, на имеющиеся аэропланы было много иного спроса. Приводились по видимости убедительные доводы, что если аэроплан можно отправить в полет над вражеской территорией, то лучше использовать его для сброса бомб, а не пропаганды. Некоторые даже говорили, что лучшая пропаганда, которую можно сбросить на врага, – это бомбы, много бомб, но это утверждение было правильным для рейнских городов и не годилось для Лондона. Во всяком случае, было понимание того, что аэроплан – слишком ценная боевая машина, чтобы пользоваться ей для разбрасывания листовок.

Следующей идеей было использовать наблюдательные воздушные шары, на которых можно было бы перевозить запас памфлетов и сбрасывать их за борт, когда ветер будет дуть в сторону вражеских укреплений. Помимо того факта, что люди, находящиеся на воздушном шаре, обычно слишком заняты своими прямыми функциями наблюдения, чтобы заботиться еще и о сбрасывании в воздух кип листовок, использование аэростата наблюдения имеет также множество других недостатков. Более хитроумным и продуманным развитием схемы использования воздушных шаров было возрождение воздушного змея для подъема наблюдателя. При подходящем ветре с какого-нибудь удобного места запускался змей, а вверх по натянутому тросу поднимался контейнер с кипой листовок. Контейнер был оснащен спусковым механизмом, который автоматически срабатывал на установленной высоте, вследствие чего листовки разлетались, а контейнер падал на землю, готовый к перезагрузке. Когда приспособление не заклинивало, это было очень забавной игрой.

Только к концу 1916 г. в качестве разносчика пропаганды стали всерьез рассматривать неуправляемый аэростат. Идея всегда была на виду: загрузить шар листовками, которые надо распространить, запустить его при подходящем ветре, и дело сделано. Трудно было лишь предсказать, где именно в радиусе тысячи миль или около того шар опустится. И только после того как метеорологическая наука, внезапно подстегнутая нуждами артиллерии, достигла в годы войны замечательного прогресса, стало возможно использовать эти шары на научной основе. Служба “Метеор” в лице прикомандированных к войскам экспертов-метеорологов в конце концов научилась измерять скорость и направление ветра практически на любой высоте и в любой данной местности. Остальное было просто, особенно когда был изобретен простой и надежный механизм сброса. Вы доставляли свой шар к нужному месту, скажем, в десяти милях от линии фронта, и знали, что ваш шар поднимется на высоту, скажем, шесть тысяч футов и будет идти на этой высоте, пока не будет сброшен груз. Для этой высоты и этого места “Метеор” давал скорость ветра 20 миль в час, направление – юго-западный. В сорока милях от места расположения шара к северо-востоку от него находился вражеский концентрационный лагерь. Вы загружаете ваш шар необходимыми пропагандистскими листовками, так устанавливаете спусковой механизм, чтобы он сработал чуть меньше чем через два часа, с учетом дрейфа листовок при падении, и все... Шары делались из бумаги, пропитанной специальным составом, чтобы через нее не уходил водород.

Секция пропаганды с помощью воздушных шаров, экипированная для службы во Франции, состояла из пары трехтонных грузовиков для перевозки баллонов с водородом, воздушных шаров и листовок, а также необходимого персонала – офицера и еще нескольких людей. Было отобрано несколько станций базирования, чтобы той или иной желаемой цели можно было достичь при любом направлении ветра – с севера, с запада и с юга...

Всю проблему применения воздушных шаров полностью решали средства крепления груза, и они были так же просты, как и изобретательны. Брался длинный отрез оранжевого плетеного трута, какой продается в любой табачной лавке и используется для изготовления фитилей для трубки, и один его конец крепился к воздушному шару. Затем связки листовок нанизывались на петли из хлопковой нити, которые используются для шивания документов в правительственных канцеляриях. Кончики петель пропускались через трут на отмеренных расстояниях от свободно висящего конца. Скорость горения трута рассчитывалась опытным путем; устанавливалось, например, что он горит со скоростью один дюйм в пять минут. Если цель находилась в двадцати милях, то шар должен был ока-

заться над ней через сорок минут. В этом случаи петли нужно было пропустить через трут с небольшими промежутками на расстоянии от шести до десяти дюймов от свободно висящего конца.

Перед тем как запустить шар, конец трута поджигали зажженной сигаретой».

Почти все лето и осень 1918 г. ветер дул союзникам в спину; в это время их пропаганда достигла наибольших масштабов, и их материал распространялся в пределах зоны, уходящей на 150 миль в глубину от линии германских войск. К августу они достигли темпа распространения на уровне 100 тыс. листовок в день; это означает, что в месяц разбрасывалось от 4 до 5 млн листовок.

Союзники решили проблему распространения значительно лучше, чем это удалось сделать немцам. Одним из изящнейших ударов германской пропаганды стала публикация одной перехваченной листовки в «*Gazette des Ardennes*». Это дало людям на оккупированной территории возможность получить надежное оправдание для чтения явно прогерманской газеты.

Для снабжения бельгийцев новостями об Антанте была создана тайная пресс-служба, и ее влияние много значило как для подъема их морального духа, так и для воздействия на ближайшее германское население¹.

Обзор проблемы деморализации врага, судя по всему, показывает, что главной темой здесь является невозможность победы и что лишенная воли нация может повернуться против союзника или своего правящего класса или потерпеть поражение вследствие сессии национальных меньшинств.

¹ См. историю о «*La libre Belgique*» в: Massart J. *The secret press in Belgium* / Trans. by B. Miall. – N.Y. : E.P. Dutton and Company, 1918.

Глава VIII

УСЛОВИЯ И МЕТОДЫ ПРОПАГАНДЫ: ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Успех пропаганды зависит от умелого пользования средствами при подходящих условиях. Под средствами здесь понимается все, чем пропагандист может манипулировать; под условиями – все, к чему он должен приспособиться. Пропагандист может менять организацию своей работы, модифицировать выдаваемые потоки внушения, заменять одно средство коммуникации другим, но должен соизмерять все это с традиционными предрассудками, с рядом объективных фактов международной жизни и с общим уровнем напряженности в сообществе. В ходе настоящего исследования явно или неявно упоминались как условия пропаганды, так и ее методы, и теперь самое время привести их в более систематический вид.

На достижения пропаганды влияют традиционные предрассудки нации и каждой входящей в ее состав группы. Французы располагали преимуществом великой исторической дружбы с Америкой, наследием благодарности, которую сражавшиеся колонисты испытывали к французам за помощь во времена Революции. Немцы рассчитывали на симпатии бывших соотечественников и ирландско-еврейских объединений. Британцы могли опереться на глубочайшую и всепроникающую общность чувств, настолько обычную, что в присутствии более броских и поверхностных установок ее зачастую даже не замечали.

У пропагандистов всегда есть шанс столкнуться с каким-нибудь глубоко укорененным предубеждением. Так, для оправдания собственных действий перед лицом всего мира и германской общественности немцы ухватились за предполагаемые эксцессы

партизанской борьбы бельгийцев. Но когда пруссы начали распространять рассказы о католических священниках, которые якобы призывали своих прихожан всеми доступными средствами убивать захватчиков, на родине поднялось движение против них. Католики возмутились и принялись опровергать эти слухи. В 1900 г. они организовали «Zentralauskunftstelle der katholischen Presse» («Центральное бюро католической прессы»). В 1913 г. оно было преобразовано в «Rechtsschutzstelle für die katholische Geistlichkeit» («Бюро правовой защиты католического духовенства»), базирующееся во Франкфурте. В 1906 г. в Кёльне учредили еще одну службу, которая называлась «Priesterverein Pax für das katholische Deutschland» («Союз священников католической Германии»). Обе службы с возмущением выступили против прусских сообщений о зверствах католиков в Бельгии и распространили опровержения, которые проникли за границу и были использованы союзниками для дискредитации германских рассказов о Бельгии¹.

Такие предубеждения всегда ограничивали пропагандистскую свободу действий. Кроме того, его свободу ограничивала сеть связей между нациями. Британцы полностью контролировали кабельное сообщение Америки с Европой, и это имело далеко идущие последствия. Немцы тщетно пытались компенсировать это невыгодное положение использованием беспроводной связи, но успех был скромным. Каждый, кто знал историю американского отношения к иностранцам, уже в 1914 г. мог предсказать, что у британской точки зрения будут все шансы заразить Америку, так как американское общественное мнение часто было утлым суденышком, плывшим беспомощно и безотчетно в фарватере британского военного корабля. После Гражданской войны американская нация была теплым другом России и даже в знак благодарности за моральную поддержку, оказанную царем во время конфликта, приобрела у нее «холодильник Сьюарда». Хотя в дальнейшем у Америки было мало прямых контактов с Россией, американское дружелюбие переросло в активную вражду. Объясняется это предельно просто: Америка кормилась британской прессой, а Британия конфликтовала с Россией.

Между любыми двумя нациями есть объективные сходства и различия в социальных обычаях и институтах, и с этим нельзя не считаться. В конце концов, Британия, Франция и Бельгия были

¹ См.: Hellwig A., Dr. Zur Psychologie des belgischen Franktireurkrieges // Preußische Jahrbücher. – 1918. – Bd. 174, Heft 3, Dezember. – S. 361–388.

в своих основополагающих политических институтах демократичнее Германии, а американцы говорили и читали по-английски, а не по-немецки. Американцы знали Шекспира, а не Гёте, и считали, что в битве при Ватерлоо победил герцог Веллингтон, а не Блюхер. Основополагающие паттерны американской жизни были больше английскими, чем немецкими¹.

Существуют популяционные взаимопроникновения, которые часто затрудняют целенаправленный контроль над чувствами. Обычаи, привычки и конкурентная сила иммигрантских групп в Америке влияли на американские установки и на установки стран их происхождения. Многие русские, возвращаясь на родину после революции, привозили с собой рассказы о зловонных многоквартирных домах и 12-часовых сменах на сталелитейных заводах. Когда американские пропагандисты пытались превозносить достоинства американской демократии, из аудитории всегда раздавались какие-нибудь каверзные вопросы.

Одна из форм популяционного взаимопроникновения, особенно важная во время войны, – квартирование захватчиков в домах на завоеванной территории. Чужеземный военный постой порождает все виды трений между властями и жителями, и именно в этих условиях становятся обычным делом те тягостные происшествия, которыми изобилует война. Захватив Бельгию, немцы были поражены тем, как приходится улаживать столкновения с гражданскими. Союзникам удавалось поднимать большой шум вокруг всего, что происходило, и особенно того, чего не происходило; немцы могли ответить лишь повторением рассказов об ужасах, творимых русскими во время оккупации Восточной Пруссии, но это было слишком далеко, чтобы вызвать сочувствие и жалость у американцев.

Между двумя странами могут иметься важные узы экономического характера. Обычно в качестве принципа международной политики признают, что если одна страна предоставила другой денежный заем, то она, скорее всего, придет на помощь своей должнице, если третья сторона поставит под угрозу ее способность выплатить долг. Раздавая займы союзникам в период собственного нейтралитета, американцы, возможно, и руководствовались сентиментальными предпочтениями в пользу союзнического дела (Дом Моргана имел английское происхождение и аффилиацию),

¹ Очень толково эти моменты изложены в брошюре проф. Морица Бонна: Bonn M. Amerika als Feind. – München : G. Müller, 1917.

но, оказавшись привязанными к союзникам, нити сердечной симпатии были скреплены прочными узами золота. Следствие подтверждает аксиому, что кредитор привязан к своему должнику.

Решающее значение во время войны имеет сравнительная военная мощь противостоящих сторон. Крупные отступления невозможно долго скрывать, а затянувшееся унижение сеет семена раздора и пораженчества. Германские пропагандисты так и не смогли изобрести новую надежду, которая вытеснила бы разочарование середины лета 1918 г.; призыв к оружию исчерпал доверие к ним и разрушил простую веру масс. Лорд Грей написал несколько мудрых слов о том, как легко в военное время преувеличить роль дипломатии; сказанное им применимо и к пропаганде, служащей одним из орудий дипломатии. Решающий фронт – это военный фронт.

«Даже битва на Марне была, на сторонний взгляд, скорее спасением Парижа, чем великой победой, скорее остановкой немецкого наступления, чем поворотом волны в сторону противника. Затем последовала первая битва при Ипре, в которой франко-британские силы оказались на грани еще одной катастрофы. В 1915 г. у союзников не было ни одного успеха, достаточно внушительного, чтобы сгладить гнетущее впечатление, вызванное военными катастрофами русских. В 1916 г. немцы потерпели поражение под Верденом, но французы понесли огромные потери, и этот год был скорее годом поражения немцев, а не успеха союзников, если не брать Брусиловский прорыв. Это втянуло в войну Румынию. Даже бреши в линии австрийских войск, пробитые Брусиловым, были в короткий срок полностью восстановлены. Задачи, решаемые союзнической дипломатией в Европе во время войны, были поистине тяжелым и неблагоприятным делом»¹.

В предыдущих абзацах мы перечислили некоторые из уз, связывающих нации и обуславливающих успех пропаганды. Это по большей части вполне осязаемые вещи, и каждый, присмотревшись, сможет легко их увидеть: сеть коммуникации, сходства и различия в обычаях и институтах, популяционное взаимопроникновение, экономические связи, сравнительная военная мощь. Далее мы подходим к ограничивающему фактору, который всегда есть, но который нелегко описать и объяснить. Это уровень напряженности.

¹ Lord Grey, Viscount of Faldoon. Twenty-five years, 1892–1916. – N.Y. : Frederick A. Stokes Company, 1925. – Vol. 2. – P. 165.

Под уровнем напряженности понимается состояние адаптированности или неадаптированности, которое по-разному описывается как общественная тревожность, нервозность, раздражительность, беспокойство, недовольство или напряжение. Пропагандист, работающий с сообществом, в котором высок уровень напряженности, обнаруживает, что маленькая спичка, которая при нормальных условиях разожгла бы костер, может выпустить наружу целый резервуар взрывной энергии.

Когда-нибудь, несомненно, станет возможно связать с этим феноменом фундаментальные биологические и психологические процессы, но сегодня эта область – поле битвы конкурирующих догадок. Тем не менее, наверное, каждая школа психологической мысли согласится с тем, что война – это тип влияния, обладающий колоссальной способностью высвобождать подавленные порывы и давать им внешнее выражение в прямой форме. Отсюда общее согласие в том, что пропагандист в военное время может рассчитывать на очень примитивное и могущественное подспорье в мобилизации затронутых субъектов на ненависть к врагу. Возможно, есть также физиологические или психологические типы, с большей готовностью, чем другие, откликающиеся на воинственные стимулы, распространяемые пропагандистом¹.

Возможно, будущие исследования подтвердят гипотезу Кларка Уисслера, что в культурной жизни группы есть особые ситуации, в которых определенные психологические диспозиции приводят к экспансии. Этот антрополог пишет:

«...когда группа входит в новое решение одной из своих важных культурных проблем, она начинает усердно распространять эту идею за рубежом и доходит до того, что вступает в эру завоевания, чтобы силой навязать признание ее достоинств»².

¹ О понятии уровня напряжения в индивидуальной психологии см. виртуозный очерк Пьера Жане: Janet P. La tension psychologique et ses oscillations // *Traité de psychologie* / Dumas G. (ed.). – Paris : F. Alcan, 1923. – Т. 1. – Р. 919–952. Применение представлений о высвобожденных вытеснениях к войне можно найти в книгах столь разных психологов, как Эрнест Джонс и Джордж Патрик: Jones E. *Essays in applied psycho-analysis*. – L. ; Vienna : The International Psycho-analytical Press, 1923; Patrick G.T.W. *The psychology of relaxation*. – Boston ; N.Y. : Houghton Mifflin Company, 1916.

² Wissler C. *Man and culture*. – N.Y. : Thomas Y. Crowell Company, 1923. – Р. 339.

Кроме того, он говорит, что расширение зоны материальной культуры за пределы зоны политического контроля обычно создает раздражение, влекущее за собой попытку расширить политическую зону до совпадения с первой¹.

Определенно есть основания считать, что пропагандист, работающий с индустриализированным народом, имеет дело с более возбужденной и мобильной популяцией, чем в случае аграрного государства. Индустриализм явно повысил опасность, идущую от тайных мин, заложенных подавлением, ибо принес с собой монотонность механического напряжения в сочетании с возбуждением от вторичной стимуляции. Ритм и лязг требовательной машинерии не менее характерен для индустриального образа жизни, чем бляющие ряды билбордов, светящихся витрин, кинофильмов, видеовилей и газет, оповещающих о вездесущих таинственных возможностях личностной реализации. Сцена установлена, и

«вульгарный патриотизм, питаемый дичайшими слухами и яростными призывами к ненависти и животной жажде крови, проносится быстрой заразой сквозь скученную жизнь городов и всюду рекомендует себя тем удовлетворением, которое он дает чувственным страстям. Это не столько дикарское стремление к личному участию в драке, сколько переживание того невротического воображения, коим отмечен джингоизм»².

Грамотность и пресса – дети машинной эпохи. Пресса живет рекламой, реклама требует тиража, а тираж держится на возбуждении. «Что продает газету?» Бывший сотрудник лорда Нортклиффа отвечает на этот вопрос:

«Первый ответ – “война”. Война создает не только поставки новостей, но и спрос на них. В войне и во всем, что к ней относится, заключено столько глубокого обаяния, что... газете остается лишь суметь вывести на свой щит “Великую Битву”, и ее продажи взлетят до небес»³.

Это ключ к склонности прессы обострять общественную тревожность во времена кризисов.

¹ Wissler C. Man and culture. – N.Y. : Thomas Y. Crowell Company, 1923. – P. 174.

² Hobson J.A. The psychology of jingoism. – L. : Grant Richards, 1900. – Chap. 1.

³ Kennedy J. Fleet street and Downing street. – L. : Hutchinson and Co., 1920. – P. 108.

Об общих факторах, обуславливающих успех пропаганды, сказано теперь достаточно. Ее успех зависит от традиционных предубеждений, объективных связей между нациями и изменчивого уровня общественной возбудимости. Как бы ни был искусен пропагандист в организации своего штата, отборе внушений и использовании инструментов их передачи, его манипулятивное мастерство сведется к нулю, если на помощь ему не придет благоприятное стечение социальных сил.

Степень, в которой пропагандист является хозяином своей судьбы, зависит отчасти от метода организации, который он принимает. В большей или меньшей степени в военно-пропагандистскую работу всегда оказывается вовлечено множество ведомств и служб: министерство иностранных дел, дипломатические и консульские службы, военный департамент, генеральный штаб и полевые штабы, основные обслуживающие департаменты внутренней администрации. Поскольку пропаганда по самой своей сути не может быть полностью сосредоточена в руках одной-единственной службы, единство должно достигаться окольным путем координации, а не простым актом эксклюзивного делегирования. Во время последней войны нации стремились уменьшить опасности разногласий, дисбалансов и дублирования, прибегая к одному из трех основных типов координации: проведению пресс-конференций (Германия), созданию исполнительных комитетов, каждый из которых отвечал за какое-то важное направление пропагандистской работы (Великобритания), и учреждению одного исполнительного пропагандистского органа, выступающего от имени основных департаментов (Соединенные Штаты). Немцы не шли дальше обычных пресс-конференций и спорадических попыток координации из-за избыточных трений между их гражданскими и военными властями. Французы, если не брать специальных комиссаров, отправляемых в некоторые из наиболее важных иностранных государств, опирались в пропагандистской работе на уже существующие правительственные ведомства. Британцы в конце концов были вынуждены создать комитет из администраторов приблизительно министерского уровня, каждый из которых отвечал за какое-то важное направление пропаганды: против врага, внутреннюю, среди союзников, в нейтральных странах. За счет того, что во главе каждой из важных служб ставили человека, наделенного престижем, их политика менялась иногда к лучшему. Нортклифф заставил кабинет скорректировать политику в отношении итальянцев и югославов, и результат подтвердил ту

максиму, что политика и пропаганда должны идти рука об руку. Соединенные Штаты решили свою проблему, создав *ex officio* комитет из глав основных ведомств (Госдепартамента, военного и морского ведомств) и одного эффективно работающего серьезного и напористого человека. Сосредоточение этой работы в руках Крила было оправданным, учитывая относительную простоту американской пропаганды на родине и за рубежом. Британцам же приходилось работать с таким клубком зарубежных проблем, что излишняя интеграция могла повредить слаженности в работе.

Военный опыт, похоже, говорит в пользу того, что во главе важных пропагандистских служб должны стоять люди, престиж которых равен престижу чиновников, определяющих политику, и что персонал для этих служб следует отбирать из числа газетчиков (но только не владельцев газет), популярных писателей и членов новой пропагандистской профессии.

Война много раз показала, что отношения между пропагандистскими службами и законодательным органом весьма непросты. Исполнительная ветвь демократической власти может переключать бюро пропаганды на продвижение партийных, личных или классовых целей, а оно, воздействуя на общественное мнение, может заранее принуждать законодательный орган к потворству своей политике. Исполнительная власть может использовать бюро для популяризации ошибочной картины фактов, а законодательный орган, сознавая все это, может клеймить на чем свет стоит исполнительную власть и подрывать общественное доверие к ее руководителям. Наилучшее их взаимоотношение опирается не на указы и постановления, а на выработку неформальных каналов знакомства и общения, через которые законодателей можно вводить в более тесный контакт с фактами работы службы. Если дела идут плохо, то они могут и должны будут протестовать. Но их замечания должны держаться на чем-то более осязаемом, чем просто недоверие. Именно неудача в преодолении пропасти между законодателем и администратором привела к недостойной и несправедливой критике Комитета общественной информации в американском Конгрессе. Разумеется, не подлежит сомнению, что демократические правительства во время войны должны, невзирая на все сопутствующие трудности, брать на себя задачу мобилизации умов, наряду с мобилизацией людей и денег.

Общая форма организации пропаганды изменчива; пропагандист может адаптировать ее к своим целям. В основном, однако, его задача состоит в отборе социальных внушений, наилучшим

образом рассчитанных на то, чтобы вызвать желаемые реакции. В этом он руководствуется в первую очередь широкими стратегическими целями пропаганды. Таких основных целей четыре:

- (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.

Общая теория призывов, используемых для достижения каждой из этих целей, была разработана в предыдущих главах этого исследования, и теперь ее можно коротко суммировать.

Чтобы мобилизовать ненависть народа по отношению к врагу, выставьте противостоящую нацию опасным, кровавым агрессором. Изображайте врага препятствием на пути к воплощению идеалов и осуществлению сокровенных мечтаний всей нации и каждой составной ее единицы. Именно при проработке военных целей становится особенно очевидной обструкционистская роль врага. Рисуите противостоящую нацию в дьявольском обличье: она попирает все нравственные стандарты (*mores*) группы и оскорбляет ее самооценку. Поддержание ненависти зависит от дополнения представлений об опасном, злокозненном, демоническом враге уверениями в конечной победе над ним.

В целях сохранения дружественных отношений с союзником главными темами должны быть наши напряженные усилия в ведении войны и наше искреннее согласие с военными целями, которыми дорожит союзник. Это может быть подкреплено демонстрациями уважения к нему и высокой его оценки, а также всеми темами домашней пропаганды.

Для завоевания дружбы нейтрала заставьте его отождествить собственные интересы с поражением вашего врага. В добавление к использованию обычных средств, попытайтесь вовлечь его в активное сотрудничество в какой-нибудь невоенной области. А если ничего иного не получится, то укрепляйте пацифизм, рисуя ужасы войны и неготовность врага к заключению мира, и разжигайте ссоры между двумя нейтралами.

Для деморализации врага заменяйте старые ненависти новыми. Острота враждебности может быть отчасти приглушена прямой контрстимуляцией, но отвлечение ее на другой объект зависит главным образом от распространения пессимизма и под-

стрекания пораженческих настроений. Тогда будет проложен путь к яростным кампаниям против союзников, против правящего класса и – среди национальных меньшинств – против единства государства.

Во время последней войны эти темы присутствовали в каждой военной пропаганде, но некоторые из них использовались одними из воюющих сторон эффективнее, чем другими. Британцы были поразительно успешны в развитии гуманитарных военных целей. Немцы же вызвали много обиды и подозрений за рубежом своими разговорами о войне германской *Kultur* и своей недооценкой гуманитарного идеала. Британцы говорили о войне в защиту международного права, призванной гарантировать священность договоров; они вели борьбу с чудовищем, известным как авторитарический милитаризм, во имя демократии. Британские общественные деятели заговорили о войне ради прекращения войны задолго до того, как германские государственные мужи освоили этот лексикон. Бесцветные и сбивчивые заявления Бетман-Гольвега казались, по сути, больше похожими на уступки, вырванные под пыткой из лишенной воображения души, чем на программы, выдвигаемые решительным лидером. Вильсоновская же фразеология отзывалась в умах могущественных элементов по всему миру. В словесной дуэли немцы сражались картонными мечами против стальных.

Немцам так и не удалось стереть первоначальное впечатление, что они были агрессорами. Отчасти это было обусловлено глупостью их воззваний. Они продолжали твердить об «Einkreisung» («окружении») в Америке, где подобная опасность – теоретический вымысел, которому не было аналогов в новейшей американской традиции. Они никогда не драматизировали агрессивность своих врагов, в отличие от союзников, изобретших миф о «Потсдамском совете». Им так и не удалось двинуться дальше идеи войны, развязанной тщеславным и распутным дядей (Эдуардом VII) в пику успехам своего племянника (Вильгельма II); они не смогли гуманизировать и драматизировать дипломатическую игру и быстро перешли к дипломатическому жаргону и расхожим немецким лозунгам, которые в Америке не хватало огонька и неистовства.

Немалая часть немецкой пропаганды вернулась бумерангом. Поражает, что руководители, отвечавшие за пропаганду, делали все, что в их силах, для распространения обвинений бельгийцев в ведении снайперской войны. Кайзер дошел до того, что выразил публичный протест президенту Вильсону. Истина такова, что

весть о ведении бельгийцами снайперской войны вызвала в Америке восхищение. Она, похоже, показала, насколько отважны на самом деле эти маленькие бельгийцы, ведь американская общественность была гражданской общественностью: ей было известно, что Бельгия маленькая, а Германия большая, и ей нравилось, что проигравший кусается.

Неуклюжесть германской пропаганды объясняется отчасти тем влиянием, которое оказал на нее военный ум. Для солдата совершенно непростительно, когда гражданский человек стреляет в человека в униформе. У него есть строгий этический кодекс, продиктованный заботой о собственной шкуре, и он проводит ясное различие между тем, что позволено человеку в униформе, и тем, что позволено человеку без униформы. Эти элементарные различия смутны и почти бессмысленны для общественного сознания в такой стране, как Соединенные Штаты, где военная выучка – исключение, а не правило. Американские карикатуристы отражали состояние гражданского сознания, высмеивая большого грубого немца, поднявшего вой до небес из-за того, что маленький человек, которого он бил, попал в него камушком из рогатки. О неспособности немцев нейтрализовать инцидент с Кэвелл уже говорилось, и это типичное проявление военного ума, непроницаемого для гражданской точки зрения.

Вместо того чтобы жаловаться на бельгийских снайперов, немцам лучше было бы назначить авторитетное жюри из нейтралов для прояснения положения дел в благосостоянии бельгийцев и распространить его отчет по всему миру. Во всяком случае, нейтрализовать эффект, вызванный отчетом Брайса, они так и не смогли.

В первые недели войны немцы пренебрегли всякой осторожностью. Они говорили о непобедимой германской армии и предсказывали победу к определенной дате¹. Они не трезвонили на весь мир о вторжениях в Восточной Пруссии, а их военный поход в Бельгию и северную Францию явно опровергал всякую теорию об их неготовности.

Французская пропаганда была ясной и простой. Отступление французских войск само *prima facie* говорило о том, кто был подготовлен к войне (после того, как рассеялась первая завеса фальшивых новостей), и в основном пропаганда Франции сводилась

¹ Причиной того, что их пропаганда началась довольно поздно и потеряла много начальных элементов, было их ожидание быстрой военной победы.

к простой демонизации. Немцам не удалось популяризовать эпитет, сравнимый по звучности и прилипчивости с такими, как «гунн» или «бош». Их топорные призывы к ненависти и презрительные выпады в адрес «союзников» были куда слабее и порождали меньше злобы. У французов же в лексиконе были такие властительные слова, как «гуманность» и «демократия», расходившиеся звучными откликами за границей.

Здесь было уделено мало внимания тому аспекту влияния, который часто называют «пропагандой делом». Обычно под этим имеется в виду какой-нибудь обособленный акт насилия, призванный произвести сильное впечатление. Сброс бомб на вражеские города осуществлялся не столько для непосредственных военно-стратегических целей, сколько ради пропаганды. Предполагалось, что моральный дух гражданского населения просядет под давлением постоянного страха. Наряду с пропагандой ужаса и другими актами устрашения, это должно было предположительно вызвать упадок духа и пораженческие настроения.

Поскольку значительная часть разговоров об ужасах в последнюю войну была чистой пропагандой против врага, то об эффекте подобных внешних актов можно судить по влиянию такой пропаганды. В целом главным ее результатом было укрепление решимости народа защищаться.

Существует красноречивая история – возможно, и недостоверная – об одном германском авиаторе, отказавшемся продолжать сбрасывать бомбы на Лондон на том основании, что он пошел на войну вовсе не для того, чтобы привлекать новобранцев в британскую армию. Гражданское население привыкает к налетам (как лондонцы к налетам цеппелинов), и юмор и насмешки сглаживают для них это испытание. Лондонские магазины рекламировали все виды аксессуаров для «цеппелиновых вечеринок», а один из них вроде бы даже предложил особую линию ночных сорочек «Zerr nighties».

Союзническая пропаганда уныния до 1918 г. производила на немцев мало впечатления. И в самом деле, в начале войны, когда германская армия шла победоносным маршем, британцы тратили немалую часть усилий на тщетное хвастовство. Американская пропаганда против немцев вообще была, в сущности, пропагандой уныния и революции. Британцы сделали больше всего для пропаганды распада страны в войсках Австро-Венгрии, достигнув заметных успехов на этом направлении. Успех в такой пропаганде

гораздо больше, чем в пропаганде среди нейтралов, зависит от наличия разломов и напряжений во вражеском государстве.

Выше мы сопоставили стратегии некоторых основных пропагандистов последней войны и воспроизвели общую теорию того, как отбираются могущественные призывы для достижения четырех целей пропаганды. Кроме того, есть более скромные критерии тактического характера, применяемые пропагандистом на практике в отношении каждого внушения. Тактические цели можно суммировать следующим образом:

- 1) возбуждать интерес специфических групп;
- 2) нейтрализовывать неудобные идеи;
- 3) избегать неправды, которая с высокой вероятностью будет опровергнута раньше, чем будет достигнута стратегическая цель.

Эффективная пропаганда должна быть разносторонней в своих призывах. Она не игнорирует ни одну лояльность внутри нации. Протестанты, католики, иудеи, рабочие, финансисты, фермеры, торговцы, жители городов и сельчане, спортсмены и философы, деловые люди и академики, женщины и мужчины, старые и молодые – к каждой возможной линии размежевания она так или иначе вызывает прямыми или косвенными средствами.

Рефорд точно описывал этот процесс, говоря, что умный пропагандист

«должен решить, какая публика скорее всего относится или отнесется с симпатией к интересам, которые он представляет; затем он должен отобрать те аспекты этих интересов, которые, по расчетам, будут лучше всего взывать к предпочтениям этой публики; и далее он должен привлекательным образом преподнести эти аспекты»¹.

Пропагандистский материал должен доходить и до самых изысканных, и до самых непритязательных умов. Относительно лобовых пророчеств победы, которые делались во время Войны, можно было уверенно предсказать, что они будут нести укрепление духа самым суеверным и доверчивым слоям населения, в то время как более тонко устроенные люди будут с презрением обхо-

¹ Wreford R.J.R.G. Propaganda good and evil // The nineteenth century and after. – 1923. – Vol. 92. – P. 514–524. Он удачно определил пропаганду как «распространение пристрастных фактов и мнений».

дить их стороной. Поэтому можно, ничем не рискуя, запускать примитивно сработанное и утонченное вместе, ведь людей, способных к отклику на последнее, не будет отталкивать первое; они будут просто оставаться к нему индифферентными и снисходительными. Небылица о страсти кайзера к войне, проявившейся в его манере трижды сплевывать каждый раз при виде «Юнион Джека», при всей ее популярности в простом народе, вероятно, не покорила бы умы в Белгрейвии. Но ученая книга, подготовленная со всей ловкостью опытного академика, могла продвинуть ту же общую тему для удовлетворения интеллигентной публики. Превосходство британской пропаганды во время Войны было в какой-то мере обусловлено именно ее удивительной гибкостью. В 1917 г. журналист Артур Баллард, комментируя этот факт, писал:

«Призывом, который принес первую волну добровольцев, была “Истекающая кровью Бельгия”: долг сильных как хороших спортсменов – защищать слабых. Потом попытались разжечь национальную гордость плакатами, цитирующими будто бы сделанный кайзером оскорбительный выпад по поводу “ничтожной маленькой английской армии”. Была попытка напугать народ предположительной опасностью вторжения. Чуть позже выставили напоказ изображения того знаменитого договора, что был назван “клочком бумаги”. Звучала каждая нота, от ярости к “убийцам младенцев” до верности слову как основы международных отношений. Но самый большой отклик вызвал призыв к демократическому идеализму, к выбору между народовластием и военным деспотизмом»¹.

Каждое внушение должно содержать в себе заинтересовывающий призыв к определенной группе, но некоторые внушения явно должны быть выстроены так, чтобы нейтрализовывать неудобные идеи. Это подводит нас ко второму тактическому стандарту хорошей пропаганды, проявляющемуся в оказании военных влияний. Когда правительство хочет влиять на людей в своих границах, оно обычно может, пока длится война, контролировать кабель, телеграф, телефон, прессу, почтовую службу и радиосвязь. Но психологические границы никогда не совпадают с географическими, и попытки полного подавления никогда не увенчиваются полным успехом. Правительства учатся скорее сводить к нулю нежелательные идеи, нежели скрывать их.

¹ Bullard A. Mobilizing America. – N.Y. : The Macmillan Company, 1917. – P. 44.

Частью этой техники служит контроль над акцентированием важности. В прессе принижение важности может быть обеспечено отправкой материала в малозаметную колонку с неброским заголовком, включением в состав другого материала, опущением подробностей, опровержениями со стороны автора или «очевидца», цитатами, бросающими тень сомнения на приводимые сведения, и с помощью других схожих приемов. И наоборот, для предпочитаемых идей могут обеспечиваться видные колонки, броские заголовки, независимое освещение, детально прописанные подробности, впечатляющие подтверждения и непрекращающееся повторение.

На практике самым простым способом нейтрализации является обнуление путем компенсации. Смешно делать вид, будто враг никогда не выигрывает и не зарабатывает очки. Угнетающие новости о победах врага при этом нужно уравнивать собственными одновременными победами. Именно так поступал Уинстон Черчилль, руководя адмиралтейством:

«...обычно он на время придерживал плохие новости, рассчитывая дождаться хороших и опубликовать их вместе, и, должен сказать, нередко так и выходило»¹.

Когда американские приготовления к войне стали приобретать тревожные масштабы, германская пресса сделала ставку на коллапс России.

Иногда компенсация принимает форму указания на то, что враг находится в таком же скверном состоянии, как и отечественная общественность. Однажды во время войны управление продовольствия в Берлине объявило, что собирается в такой-то день выдать всем по 50 г свежего сала, но вмешались обстоятельства, и сделать это доброе дело оказалось невозможно. Разочарование людей было в какой-то мере смягчено публикацией впечатляющей статистики, показывающей, какое огромное количество сала потерял враг благодаря подводной войне.

Удобнейшим источником контрпропагандистского материала является оппозиционная пресса зарубежных стран. Немецкая пресса приветствовала назначение Фоша на пост верховного главнокомандующего перепечаткой нескольких статей из французской радикальной прессы, которая толковала это назначение как по-

¹Brownrigg D. Indiscretions of the naval censor. – P. 13.

следнюю соломинку и признавала, что сложившееся бедственное положение на фронте вызвано неумелым руководством.

Неблагоприятные известия можно аннулировать простым отрицанием, но защита путем отрицания неэффективна, когда тревожные вести получают широкое распространение. Защита путем признания и оправдания обычно дает больше, особенно когда облечена в форму контратаки. Бесспорные потери на фронте могут прикрываться нарочитыми намеками на великий план, состоящий в том, чтобы оторвать врага от базы снабжения и заманить в западню. Применение ядовитых газов могут оправдывать, представляя его как решительный ответ на жестокие, бесчеловечные и незаконные методы ведения войны, к которым прибегает враг.

Общественность надо заранее готовить к событию, которое могло бы иначе произвести нежелательное впечатление. Так, следует принимать меры для дискредитации авторитета, которому предстоит вынести финальный, почти наверняка недружественный, вердикт. Немцы с нескрываемым презрением смотрели на жюри, собранное для расследования зверств в Бельгии, и до опубликования результатов его работы поливали бранью как его честность, так и его методы расследования.

Общественность можно исподволь подготавливать к плохим новостям, сначала обнародуя тревожный вопрос, потом небольшое количество фактов и, наконец, сообщая самое худшее. Тем самым предотвращается паника, ибо процессы обесценения будущего уже производят в общественном сознании некоторую стабильность реакции.

Когда предлагается запустить программу действий, против которой наверняка возникнут возражения, можно подстегнуть спрос на эту предполагаемую к запуску программу. Это косвенная инициатива, или, как окрестил ее один бельгийский исследователь пропаганды¹, *initiative éventée* (раздуваемая инициатива). Исследователь отмечает ее применение во время брест-литовских переговоров между Германией и Россией. Среди левых партий в Германии было немало возражений против прямой политики аннексирования, и потому правительство действовало осторожно. Газета «Kölnische Volkszeitung» напечатала сообщение о том, что англичане ведут переговоры с Россией о праве занятия Рижских островов. Тут же в газетах по всей Германии пошли передовицы, требовавшие от имперского правительства незамедлительных

¹ В настоящее время он занимает официальную должность.

действий, чтобы опередить проклятых британцев. Правительство в ответ заняло эти острова.

Плохие новости и нежелательная критика могут быть нейтрализованы путем отвлечения от них общественного внимания. Отвлечения добиваются с помощью запуска какой-нибудь сенсации, не связанной с неудобной фокусировкой внимания. В Германии в тяжкий момент войны этой цели послужило прибытие трансатлантического лайнера «Deutschland».

Меж тем в ходе нашего анализа проявился еще и третий общий тактический стандарт. Он касается связи пропаганды с истинной. Насколько необходимо, чтобы внушения, используемые в пропаганде, соответствовали канонам критической достоверности?

Действительная пропаганда, где бы мы ее ни изучали, всегда содержит элемент фейка. Он варьирует от простановки неверной даты на сообщении, обнародования непроверенных слухов, публикации опровержений для передачи инсинуаций до «инсценировки» событий. Одним из фейков Мировой войны было использование чуть подретушированных фотографий еврейских погромов 1905 г. в качестве иллюстраций новейших вражеских зверств. Схожим по типу был и следующий факт: лондонская «Daily mirror» в номере от 20 августа 1915 г. опубликовала изображение трех германских офицеров, державших в руках разные сосуды. В подписи под фотографией говорилось: «Три германских кавалериста, нагруженных награбленным золотом и серебром». Имелись в виду грабежи в Польше. На самом деле это была искаженная репродукция картинки, впервые появившейся 9 июня 1914 г. в «Berliner Lokalanzeiger». На ней были изображены победители конных соревнований в Грюневальде. Офицеры держали в руках кубки и трофеи. Подпись под исходной фотографией гласила:

«Vom Armeee-Jagdrennen in Grünewald. Von links: Lt. Prieger, Zweiter; Lt. v. Egan-Krieger, Dritter; Lt., v. Herder, Sieger». [«С армейских скачек с препятствиями в Грюневальде. Слева направо: лейтенант Пригер, второе место; лейтенант фон Эган-Кригер, третье место; лейтенант фон Гердер, победитель»].¹

¹Фердинанд Авенариус раскрыл ряд таких фабрикаций времен Войны в брошюре: Avenarius F. Das Bild als Verleumder. Bemerkungen zur Technik der Völkerverhetzung. – München : Verlag von Georg D.W. Callwey, o. J., 1915. Расширенное послевоенное издание этой книжки названо «Уловки в мировом обмане»: Avenarius F. Die Mäche im Weltwahn. Schriften für echten Frieden. – Berlin :

Оглядываясь с высоты победоносного мира на британскую пропаганду, сэр Стюарт Кэмпбелл писал, что в пропаганде должны использоваться «только истинные утверждения». В свете практики это представляется неосуществимой максимой. Во время Войны обычным делом было беспардонное выдумывание разного рода материалов. Один из лучших примеров – знаменитая история о трупах. Однажды на стол начальника британской военной разведки бригадного генерала Дж.В. Чартерса легли две фотографии. На одной из них были мертвые германские солдаты, оттаскиваемые вглубь от линии фронта для погребения, на другой – мертвые лошади, которых везли на мыловарню. Зная о почтительном отношении китайцев к предкам и о неопределенности их мнения относительно немцев, он, поразмыслив, поменял подписи под двумя снимками и отправил отредактированный материал для публикации в Шанхай. Слова «Германские трупы по дороге на мыловарню» вскоре проникли в Европу и Америку, разнося отвращение и презрение ко всему немецкому¹.

Это была, конечно, чистая ложь. Но она была правдоподобной, и ее нельзя было полностью опровергнуть во время Войны. В ходе войны всегда наверняка бывает много ужасов. Они всюду, куда ни ткни, и горчичному зернышку истины всегда есть где прорасти. Британский солдат, человек утонченный, грамотный, мало падкий на подобные вещи, улавливал в своем опыте что-то такое, из чего могла родиться подобная история. Вскоре после того, как он впервые слышал этот рассказ, он участвовал в боях в Белликуре. Британским снарядом разбивало немецкую полевую кухню, и, приходя проверить произведенные разрушения, он находил там то, что давало ключ к «фабрике трупов»:

Hobbing, 1922. Французский ответ на эту книгу озаглавлен «Самозванство образа»: *L'imposture par l'image: Recueil de gravures falsifiées et calomnieuses publiées par la presse illustrée austro-allemande pendant la guerre.* – Lausanne ; Paris : Librairie Payot & Cie., 1917.

¹См.: *New York times.* – 1925. – 20 October. Уилл Ирвин, талантливый журналист, взявший на себя труд проверить рассказы о зверствах времен Войны, описал несколько версий истории о том, как германские солдаты отрубили руки бельгийским младенцам и носили их повсюду с собой как сувениры. Все они были, как он выяснил, непроверенными и до дикости невозможными. Адмирал Симс категорически заявил, что сообщения о жуткой бесчеловечности командиров субмарин были, за единственным исключением, полностью сфабрикованными.

«Один простой пример. Однажды, задолго до того, к нам на кухни залетели снаряды; они смешали поваров с тушенкой»¹.

Правда относительно связи истины с пропагандой состоит, видимо, в том, что никогда не бывает разумным использовать материал, с которым раньше, чем будет достигнута политическая цель пропаганды, могут войти в противоречие какие-нибудь события, которые невозможно утаить. Глупо обещать победу к определенной дате в ближайшем будущем, так как это предсказание может быть опровергнуто ходом событий и принести обратный результат – волну уныния и подозрительности. Вместе с тем вполне допустимо утверждать, что конечный успех неизбежен, даже если ни один критически настроенный ум не сможет принять это утверждение как доказательное, ведь это утверждение невозможно опровергнуть до тех пор, пока это не будет достигнуто или пока не рухнут последние надежды на достижение этой политической цели.

Очевидно, что пропаганда не должна противоречить себе в одном и том же контексте, обращенном к одной и той же группе или к группам, тесно друг с другом контактирующим. Сравнительно мало опасности в том, чтобы рассказать протестантам через их официальные органы, что война – это великий протестантский крестовый поход, или в том, чтобы подтолкнуть католиков к восприятию ее как великого католического движения; но нелепо смешивать эти два воззвания, обращаясь к одной аудитории. Каждая особая группа склонна толковать войну по-своему, и задача пропагандиста состоит обычно в содействии этому, а не в фабрикации.

Три тактических принципа, которые были только что коротко изложены, можно сформулировать следующим образом.

1. Следует распространять внушения, способные возбудить интерес специфических групп.

2. Следует отбирать внушения, сводящие на нет неудобные идеи, которые невозможно полностью подавить.

3. Следует пользоваться внушениями, имеющими шанс сохранить внутреннюю непротиворечивость, пока цель пропаганды не будет достигнута; это, в частности, означает, что в одном и том же контексте, рассчитанном на одну и ту же публику, следует избегать внутренних противоречий.

Успешный выбор пропагандистского материала, отвечающий этим стандартам, предполагает точное предсказание не только

¹ Montague C.E. Disenchantment. – N.Y. : Brentano's Publishers, 1922. – P. 93.

непосредственных результатов его тиражирования, но и встречных течений, которые он может вызвать. Если удастся разработать методы предварительного тестирования, то пропагандист еще больше приблизится к тому всеведению, которое однажды приписали ему в одной из нью-йоркских газет:

«...для подготовленного пропагандиста общественное сознание — это сосуд, в который он забрасывает, подобно кислотам, фразы и мысли, заранее зная, какие реакции последуют, точь-в-точь как профессор Лёб в Рокфеллеровском институте может заставить тысячу рачков прервать бесцельное плавание в аквариуме и метнуться в едином порыве туда, откуда падает свет, просто добавив в воду капельку химического вещества»¹.

До сих пор наш обзор средств пропаганды касался методов организации и критериев отбора внушений по стратегическим или тактическим основаниям. Остается проблема выбора инструментов передачи из множества имеющихся в распоряжении. Внушения могут быть устными, письменными, изобразительными² и музыкальными; возможных вариаций в форме передатчика стимула бесконечно много. Самый надежный метод, которому может последовать пропагандист, — это выработать у себя привычку идентифицироваться в воображении с теми субъектами, на которых надо повлиять, и использовать все возможные пути доступа к их вниманию. Рассмотрим с этой точки зрения людей, которые едут в трамвае. На них могут влиять плакаты, висящие в салоне, афиши, вывешенные на рекламных щитах вдоль дороги, газеты, которые они читают, разговоры, которые они случайно слышат, листовки, которые открыто или исподтишка им подсовывают, уличная наглядная агитация на остановках и, возможно, также другие передатчики внушений.

¹ New York Tribune. — 1918. — July 12. Цитируется в буклете военной разведки: Propaganda in its military and legal aspects. — [Wash.] : Military Intelligence Branch, Executive Division, General Staff, U.S.A., 1919. — P. 93. Штерн-Рубарт приводит «Prüfung der möglicher Rückwirkung» («проверку возможного обратного влияния») в числе пяти своих принципов. См.: Stern-Rubarth E. Die Propaganda als politisches Instrument. — Berlin : Trowitzsch & Sohn, 1921.

² Литература об использовании карикатур, комиксов и иллюстраций во время войны рассмотрена в: Salmon L.M. The newspaper and the historian. — N.Y. : Oxford University Press, 1923. См. особенно P. 381 и дальше. Карл Деметер рассмотрел кинопропаганду Антанты: Demeter K. Die Filmspropaganda der Entente im Weltkrieg // Archive für Politik und Geschichte. — 1925. — Jg. 4. — S. 214–231.

Возможных okazji для внушений бесконечно много. Люди гуляют по улицам или ездят на автомобилях, в трамваях, в подземке, на поездах надземной железной дороги, на лодках, в электрических поездах и поездах на паровой тяге; люди собираются в театрах, церквях, лекционных залах, местах общественного питания, на спортивных площадках, на концертах, в парикмахерских и салонах красоты, в кафе и аптечных магазинах; люди работают в конторах и на складах, на заводах и фабриках, на транспорте. Ознакомление с привычными паттернами каждого сообщества показывает сеть маршрутов мобильности и центров сбора, которыми можно с выгодой воспользоваться для распространения интересного факта и мнения.

Никакие рекомендации по поводу сравнительных достоинств тех или иных систем передачи стимулов не будут так важны, как умственная привычка, позволяющая пропагандисту проверять каждую данную ситуацию на предмет заключенных в ней возможностей. Форм внушений мало, они элементарны, но возможных okazji и способов для их передачи сколько угодно. Техническая литература о рекламе полна самой точной информации о том, как влияют на внушение разные цвета, размеры, формы и высота подъема уличных рекламных щитов. Все это незаменимо для работающего пропагандиста, но совершенно второстепенно по отношению к задаче достижения и сохранения такого взгляда на проблему контроля, который использует широкие и достаточно гибкие категории анализа. Вот основные вопросы: Что делают субъекты, на которых необходимо повлиять? Сколько отдельных okazий можно выделить для такого воздействия? Сколько можно вставить устных, письменных, изобразительных, музыкальных или наглядно-демонстрационных внушений? При помощи каких носителей их можно передать в мир опыта этих субъектов?

Дабы дать представление о наиболее обычных инструментах пропаганды, приведем сводку м-ра Крила о работе Комитета общественной информации.

«Было напечатано 30 с лишним брошюр на нескольких языках. 75 млн экземпляров было распространено в Америке и много миллионов за рубежом. Были устроены турне синих дьяволов (французских солдат), ветеранов генерала Першинга и бельгийцев, организованы массовые митинги во многих сообществах. Проведено 45 военных совещаний. Ораторы-четырехминутчики руководили деятельностью 75 тыс. ораторов-добровольцев в 5200 сообществах, всего было произнесено 755 190 речей.

С помощью добровольческого штата, состоявшего из нескольких сотен переводчиков, Комитет снабжал избранными статьями американскую прессу на иностранных языках. Он планировал военные выставки на ярмарках штатов в Соединенных Штатах, а также серию межсоюзнических военных экспозиций, обеспечил бесплатные рекламные площади в прессе, периодике, на автомобилях и в наружной рекламе страны стоимостью в миллионы долларов.

Он использовал 1438 рисунков, сделанных добровольцами, для производства афиш, витринных плакатов и тому подобного материала. Он выпускал ежедневную газету тиражом 100 тыс. экземпляров для служебного пользования. Он содержал информационную службу и давал в прессу злободневные статьи для одновременной публикации. Поставлялись газетные стереотипы в сельскую прессу и специализированные материалы в рабочие, религиозные и женские издания. Кинофильмы пользовались коммерческим успехом в Америке и были эффективны за рубежом, например, “Крестоносцы Першинга”, “Ответ Америки” и “Под четырьмя флагами”.

Было распространено свыше 200 тыс. диапозитивов. Готовились фотографические снимки; ежедневно через цензуру проходило потоком 700 изображений военных действий. Официальной новостной службой использовались кабель, телеграф и беспроводная связь. Также были созданы особые почтовая и фотографическая службы для зарубежной прессы. За рубежом были открыты читальные залы, были оборудованы школы и библиотеки, активно распространялись и демонстрировались фотографии.

В важные точки мира отправлялись миссии, дабы следить за состоянием американской пропаганды на месте.

Служба обошлась налогоплательщикам в 4 912 533 долл. и заработала 2 825 670 долл. 33 цента, пошедших на оплату ее расходов»¹.

Как мы видели, проблема доставки пропагандистского материала во вражескую страну была решена в ходе последней войны с помощью остроумного средства – неуправляемого аэростата. После попыток использования прессы смежной нейтральной страны, стационарных воздушных шаров и аэропланов был в конце концов усовершенствован и занял их место этот способ доставки. На стороне союзников было преобладание западных

¹ По материалам книги: Creel G. How we advertised America; the first telling of the amazing story of the Committee on public information that carried the gospel of Americanism to every corner of the globe. – N.Y. : Harper and Brothers, 1920.

ветров, и они переправляли за линию немецких войск целый поток печатных материалов.

Один из уроков, который необходимо извлечь из успеха британской пропаганды в Соединенных Штатах, – это решающее значение людей как средств переноса внушения. Никакие способы доступа нельзя игнорировать, но нужно добраться до сил, стоящих за безличными ведомствами, и лучше всего это делать при помощи личных контактов. Британцы были достаточно проницательны, чтобы работать в основном через американцев, и ни один из их агентов не пришел к преждевременному позору и унижению, выпавшим на долю д-ра Дербурга.

На этом завершим наш краткий обзор условий и методов пропаганды. Успех, повторим еще раз, зависит от умного распоряжения ее инструментами (организациями, внушениями, оборудованием) при благоприятных условиях.

Глава IX

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОПАГАНДЫ

Теперь, после беглого обзора средств и условий военной пропаганды, мы можем обратиться к оценке ее результативности. История последней войны показывает, что современная война должна вестись на трех фронтах: военном, экономическом и пропагандистском. Экономическая блокада удушает, пропаганда приводит в замешательство, военная сила наносит решающий удар. Применяясь в сочетании с другими средствами нападения, пропаганда подрывает стойкость вооруженных и гражданских сил врага и расчищает путь бронированному кулаку из людей и металла. Экономическая блокада медленно вытягивает из нации жизненные соки; наибольшая ее эффективность зависит от длительности борьбы. Пропаганда же – пассивное и дополнительное средство; главная функция ее в том, чтобы сломить волю врага к борьбе, нагнетая уныние, вызывая разочарование и сея раздоры.

Военная разведка Соединенных Штатов описывает функцию пропаганды следующим образом: она

«атакует всю армию в самых ее основаниях: грозит отрезать ее от ее базы, остановить поток подкреплений, поставок боеприпасов, снаряжения, провианта, удобств и, прежде всего, ослабить ту моральную поддержку, на которую опираются войска вдали от дома в тяготах и жестокостях войны.

Мудрая сентенция британского генерала Эпплина гласила: “Войска сражаются так, как думает народ”. Ее можно было бы продолжить,

добавив, что войска сражаются так, как они думают, ибо, как говорил Джордж Уильям Кертис, “мысли – это пули”»¹.

В последнюю войну были отмечены замечательные успехи, в которых пропаганда сыграла важную и, возможно, даже решающую роль. Так же как и любое другое орудие нападения, пропаганда обладает ценностью внезапности, которую Центральные державы в полной мере реализовали в изобретательном пропагандистском наступлении, предшествовавшем нападению на итальянцев в 1917 г. у Капоретто. Дух итальянских войск был рассеян, а их линии обороны – смяты и прорваны. В ответ союзники добились поразительного успеха в 1918 г., когда вынудили отложить наступление Австро-Венгрии на Италию с апреля на июнь, посеяв в войсках деморализацию среди подчиненных национальностей. Мятельные подразделения взрывали в тылу склады боеприпасов и саботировали весь военный план.

Одна из серьезнейших побед в Войне была одержана, когда немцы вывели из игры русских. Они прилагали все усилия к тому, чтобы довершить распад, достигший пика во второй Революции. Они позволили совершиться тому, что знаменитый «пломбированный вагон» доставил Ленина и сорок его соратников из Швейцарии через Германию в Россию. Безжалостные большевики принимали помощь отовсюду и довели дело до конца, несмотря на всю неутомимую работу американского Красного Креста и специальных пропагандистских служб стран Антанты.

Главная победа Войны, однако, ударила по немцам. Германский моральный дух зависел от надежды на то, что победа, так много раз бывавшая у них в руках, не за горами. После того как они напряглись в беспощадных тисках экономической блокады до последнего предела, их великие надежды весны и лета 1918 г. разбились вдребезги, и германская армия и немецкий народ были готовы прислушаться к соблазнительному голосу м-ра Вильсона.

Если на военном фронте великим генералиссимусом был Фош, то на фронте пропаганды таковым был Вильсон. Его монументальная риторика, емко собиравшая в ясные и убедительные фразы устремления всего человечества, широко разносилась по всей Германии. Он объявил войну автократиям по всему миру и

¹ Propaganda in its military and legal aspects. – [Wash.] : Military Intelligence Branch, Executive Division, General Staff, U.S.A., 1919. – Introduction.

всегда помнил о разнице между народом и правителями Германии. Его речи были непрерывным подстреканием к бунту. Он и Ленин были главными революционерами своей эпохи. На протяжении всей Войны его заявления вызывали немалую долю доверия и уважения в умах того меньшинства демократически мыслящих людей, которое страстно стремилось к перестройке довоенной Германии с ее классовой дискриминацией и особыми привилегиями. А когда в 1918 г. над Германией нависли тучи бедствий, к ним присоединилось огромное число соотечественников, измученных лишениями и отчаянием и с тревогой взиравших на небеса в поисках предзнаменований доброго мира. И они обратили взоры не на Клемансо, жесткого, безжалостного стервятника, готового, как дух отмщения, вцепиться в поверженного врага и терзать его внутренности, не на Ллойда Джорджа, изворотливого, ненадежного и невнятного, а на эту таинственную фигуру в Белом доме, свободную от обычных страстей мелких людей, на этого человека, говорившего элегической прозой о лучшем мире, в котором больше не должно быть войн и где братство демократических народов похоронит наследие злобы, доставшееся от предков, и направится к миру товарищества и примирения. Именно на этого человека, которого сначала в долгие годы колебаний, а затем в годы войны безжалостно осмеивали и карикатурно изображали от одного конца Германии до другого, немцы и обратили свой взор в этой своей крайности.

Неужто появился наконец государственный деятель, который поведет народы мира по пути дружбы и мирного общежития? Не воспарил ли наконец над мстительностью и враждой великий пророк, чтобы принести изможденному миру понимание? В последние месяцы голода, безнадёги, дурных предчувствий и галлюцинаций эта мишень для неприличных шуток мгновенно превратилась в спасителя. Люди хватались за любую соломинку и видели избавителей там, где еще недавно видели всего лишь педантичных глупцов.

Бесподобное искусство, продемонстрированное в пропаганде Вильсоном, не имело аналогов в мировой истории. Он обращался к людским сердцам так, как ни один государственный деятель до него. На несколько коротких месяцев он воплотил в себе веру идеалистов в лучший мир и последнюю надежду поверженных народов на мягкие условия заключения мира. Он был вознесен на высочайшую вершину престижа и власти, и имя его произносилось с почтением на разных языках в самых далеких уголках земного шара.

Насколько вильсонизм был риторическим эксгибиционизмом, а насколько – зрелым плодом здравых размышлений, будет обсуждаться до тех пор, пока Мировая война не станет бледным воспоминанием. С точки зрения пропаганды это был бесподобный спектакль, ведь он изготавливал тот едва уловимый яд, который затем неумолимо впрыскивался в вены ошеломленных людей до тех пор, пока сокрушительная мощь союзнических армий не нанесла им финальный удар, приведший к полному подчинению. Разжигая раздор за границей, Вильсон заботливо пестовал единство у себя дома. Нация 100-миллионной численности, выросшая из множества чуждых, враждебных друг другу групп разного происхождения, была спаяна в единое целое, чтобы «сделать мир безопасным для демократии». Магия его красноречия усыпляла подозрения, питаемые к могущественному северному колоссу Центральной и Южной Америкой, так что в итоге большинство из них втянулось в Войну на стороне союзников.

Пропаганда распада, направленная против шаткой империи Габсбургов, увенчалась недовольством и окончательной сецессией чехов, словаков, румын, хорватов, поляков и итальянцев. Декларация Бальфура в 1917 г. ускорила перемену в умонастроениях евреев.

Некоторые из побед пропаганды происходили в области привлечения сил. Ища себе союзников, немцы добились успеха в Болгарии и Турции, союзники же преуспели в Соединенных Штатах, Италии, Румынии, Греции и целом ряде меньших стран; в симпатиях Германия оставалась изолированной, если не брать Испанию и Швецию. Рука всего мира оказалась поднятой против тевтонцев. Великий буксир войны в Америке был обретен британцами и французами лишь в отчаянной борьбе с германской пропагандой. Французы восхищались простотой своих призывов. Они зывали к священному имени Лафайета, молили богов демократии, клеймили немцев и рекламировали американцев, вставших на сторону французов. Британцы меньше опирались на традиционные чувства и гораздо больше объясняли, но у них были мощный рычаг в виде контроля над кабельными линиями, а также здравомыслие, подсказавшее им работать не исподтишка, а в ярком свете публичности. И ни британцы, ни французы не были стеснены военно-дипломатической программой, вкладывавшей им прямо в зубы все их изящные претензии¹.

¹ Важность пропаганды в нейтральных странах показывали, конечно, и многие другие войны, не только последняя. Президент Линкольн во время гражданской

Теперь можно составить внушительный список пропагандистских усилий, бывших безрезультатными или приносивших свои результаты после долгого ожидания. Не всякая пропаганда, призванная подстегнуть поражение, революцию или сецессию или сохранить дружбу, была успешна. В конце концов, Индия, Египет, Ирландия и Марокко не откликнулись на призывы германских агентов встать как один на борьбу и избавиться от ига англичан и французов; Австро-Венгрия, Германия, Болгария и Турция держались долгих четыре года. Франция, Великобритания и большинство стран-союзников упорно преодолевали уныние и шли к победе, несмотря на опасное германское мирное наступление 1916–1917 гг. Но прежде чем рассматривать эти негативные результаты как поражения, понесенные пропагандой, надо вспомнить, что пропаганда была не только наступательным оружием, но и могущественным средством обороны. С помощью пропаганды единство можно было как разрушить, так и сохранить. В самом деле, пропаганда присутствовала с обеих сторон в каждом секторе острого противостояния, и хотя это одно из орудий, о точном эффекте которых можно по большей части только догадываться, было бы безрассудно им пренебрегать.

Проигравшая сторона, естественно, преувеличивает влияние пропаганды. Итальянцы после катастрофы у Капоретто¹ пытались спасти свое лицо, сетуя на жуткую и коварную германскую пропаганду; Людендорф посвящает много страниц объяснению того, что это не он проиграл Войну, а чуждые и радикальные отбросы внутри населения устроили катастрофу в тылу, создав своего рода вакуум, в который и рухнули германские войска, находившиеся до самого конца в победоносном состоянии.

Особенно трудно вычлениить нити влияния пропаганды из средств контроля, тесно с ней связанных. Когда в 1917 г. утонуло в крови наступление Нивеля, не менее двадцати армейских корпусов были охвачены мятежами. Солдаты стали уходить домой, разъяренные бессмысленной бойней, в которой гибли их товарищи.

войны опробовал все средства возбуждения симпатий к Северу в среде английских промышленных рабочих. Он направил в Англию Генри Уорда Бичера и, возможно, еще сотню других агентов, чтобы они склонили людей на сторону борьбы с рабством. Одним из наиболее действенных и оригинальных приемов была отправка судна, нагруженного продовольствием, в помощь страдающим в городах.

¹ Отчет специальной комиссии по расследованию катастрофы у Капоретто, которую создало итальянское правительство, в настоящее время недоступен, и составить полное суждение обо всем этом деле не представляется возможным.

И только замечательная работа генерала Петена вернула на фронт упорядоченный энтузиазм и предотвратила угрозу переноса ненависти французских солдат с врага на собственных лидеров. Он опирался, разумеется, не только на пропаганду¹.

Но когда сделаны все оговорки и все экстравагантные оценки отброшены, мы остаемся с тем фактом, что пропаганда – одно из самых могущественных средств в современном мире². Она заняла свое нынешнее видное положение в ответ на комплекс меняющихся обстоятельств, изменивших саму природу общества. Маленькие примитивные племена могут сплотить своих разнородных членов в боевое целое грохотом тамтама и буйным ритмом танца. Именно в оргиях с их физической безудержностью молодые люди доходят до точки кипения, делающей их готовыми к войне; именно в них стар и млад, мужчины и женщины втягиваются в водоворот племенной цели.

В Большом Обществе уже невозможно растворить своенравие индивидов в горниле военного танца; сковывать тысячи и даже миллионы людей в единую сплоченную массу ненависти, воли и надежды должен новый, более тонкий инструмент. Сталь воинственного энтузиазма должно закалять новое пламя, разгорающееся из ржи разногласий. Эта новая кузница социальной солидарности называется пропагандой. Место строевой муштры должен занять разговор; танец должна заменить печать. Военный танец живет в литературе и на окраинах современного мира; военная пропаганда дышит и воскуряется в его столицах и провинциях.

Пропаганда – уступка рациональности современного мира. Грамотный, читающий, образованный мир предпочитает опираться на аргументы и новости. В своей утонченности он возвысился до печати; а тот, кто прикипел к печати, выживает или погибает посредством прессы. Весь аппарат рассеянной эрудиции популяризует символы и формы псевдорациональных воззваний; волк пропаганды без колебаний прячется под овечьей шкурой. Все

¹ Описание его методов см. в книге: Mayer É. La psychologie du commandement, avec plusieurs lettres inédites du maréchal Foch. – Paris : E. Flammarion, 1923. См. также в целом литературу, помещенную в библиографию (в разделе, посвященном моральной и военной психологии).

² Сэр Томас Мор преддрекает широкое использование пропаганды в своей «Утопии». Он пишет, как жители Утопии сеют недоверие в стане врагов, предлагая вознаграждение за сдачу в плен или за добровольную выдачу видных вражеских лидеров, и пытаются расколоть врага, подыгрывая амбициям соперника правящего государя.

разговорчивые люди наших дней – писатели, репортеры, редакторы, проповедники, лекторы, учителя, политики – привлекаются к пропагандистской работе для усиления ее властного голоса. Все это делают с соблюдением приличий и интеллектуальной завлекательностью, так как у нас рациональная эпоха, и требуется, чтобы сырое мясо готовили и гарнировали ловкие и искусные шеф-повара.

Пропаганда – это и уступка своевольности нашей эпохи. Узы личной верности и привязанности, соединявшие человека с его вождем, давно исчезли. Монархия и классовые привилегии ушли «путем всякой плоти», и официальной религией демократии, похоже, стало идолопоклонство перед индивидом. Это атомизированный мир, в котором индивидуальные прихоти значат больше, чем когда-либо прежде, и он требует более напряженных усилий для координации и объединения, чем раньше. Новым противоядием от своеволия и оказывается пропаганда. Если масса избавляется от железных цепей, то она должна принять цепи серебряные. Если она не любит, не чтит и не повинуетя, то она все же не может ускользнуть от искушений.

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. Она обладает всем престижем новизны и встречает всю враждебность со стороны тех, кого сбила с толку. Осветить механизмы пропаганды – значит обнажить тайные пружины социального действия и сделать открытыми для самой вьедливой критики господствующие у нас догмы суверенитета, демократии, честности и священности индивидуального мнения. Изучение пропаганды будет высвечивать еще много неясного, пока, наконец, не исчезнет возможность говорить, на манер Анатоля Франса, с претензией на истину, что «демократия (и даже все общество) управляется невидимым инженером».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ПРИМЕЧАНИЕ

В подобного рода исследованиях вряд ли имеет смысл воспроизводить весь длинный список печатных материалов, которые в нем цитировались. Вместо этого будет приложен список источников, в которых освещаются некоторые основные элементы рассмотренной общей проблемы.

І. ТЕХНИКА ВЛИЯНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ УСТАНОВКИ ВО ВРЕМЯ И ПОСЛЕ ВОЙНЫ

Angoff C. The higher learning goes to war // American mercury. – 1927. – Vol. 11, N 42. – P. 177–191.

Baudrillard A. Notre propaganda. – Paris : Revue hebdomaire, 1916.

Baudrillard A. Une campagne française. – Paris : Blout et Gay, 1917.

Baschwitz K. Der Massenwahn, seine Wirkung und seine Beherrschung. – München : C.H. Beck, 1924. – 275 S.

Bernstorff, Count. My three years in America. – N.Y. : Charles Scribner's Sons, 1920. – 428 p.

Blankenhorn H. Adventures in propaganda. – Boston : Houghton Mifflin, 1919. – 166 p.

Brownrigg D. Indiscretions of the naval censor. – L. : Cassell and Company, 1920. – 279 p.

Busch M. Bismarck; some secret pages of his history; being a diary kept by Dr. Moritz Busch during twenty-five years' official and private intercourse with the great chancellor. In 2 Vol. – N.Y. : The Macmillan Company, 1898. – xvi, 504, 583 p.

«Cincinnatus». Der Krieg der Worte. – Stuttgart ; Berlin : J.G. Gotta, 1916. – 117 S.

Cook E.T. The press in war-time, with some account of the official press bureau; an essay. – L. : Macmillan and Co., 1920. – 200 p.

Creel G. How we advertised America; the first telling of the amazing story of the Committee on public information that carried the gospel of Americanism to every corner of the globe. – N.Y. : Harper and Brothers, 1920. – 466 p.

Démartial G. La guerre de 1914. Comment on mobilisa les consciences. – Paris : éditions des Cahiers internationaux, 1922. – 325 p.

Demeter K. Die Filmspropaganda der Entente im Weltkriege // Archive für Politik und Geschichte. – 1925. – Jg. 4. – S. 214–231.

Drouilly J.G., Guérinon E. Les chefs-d'œuvre de la propagande allemande avec 8 planches en hors-texte. – Nancy ; Paris ; Strasbourg : Berger-Levrault, 1919. – 277 p.

Got A. La littérature pangermaniste d'après-guerre // Mercure de France. – 1923. – T. 167, 15 Octobre. – P. 403–421.

Graux L. Les fausses nouvelles de la grande guerre : Dans 5 tomes. – Paris : L'Édition française illustrée, 1919.

Hallays A. L'opinion allemande pendant la guerre, 1914–18. – Paris : Perrin et Cie, 1919. – 268 p.

Haas A. Die Propaganda im Ausland. Beobachtungen und Erfahrungen. – Weimar : G. Kiepenheuer, 1916. – 47 S.

Hansi (Johann Jacob Waitz), Tonnelat E. A travers les lignes ennemies. Trois années d'offensive contre le moral allemand. – Paris : Payot, 1922. – 191 p.

Hartmann P. Französische Kulturarbeit am Rhein. – Leipzig : Koehler, 1921. – 92 S.

Kerkhof K. Der Krieg gegen die deutsche Wissenschaft. Eine Zusammenstellung von Kongreßberichten und Zeitungsmeldungen. – Wittenberg : Rebok, 1922. – 34 S.

Lasswell H.D. The status of research on international propaganda and opinion // Proceedings of the American sociological society. – Chicago : University of Chicago Press, 1926. – P. 198–200. – Также эта статья напечатана в: American journal of sociology. – 1925. – Vol. 32. – P. 198–209.

Ludendorff E. Meine Kriegserinnerungen. – Berlin : Mittler & Sohn, 1919. – 628 S.

Marchand L. L'offensive morale des Allemands, en France, pendant la Guerre: l'Assault de l'Âme Française. – Paris : Le Renaissance du Livre, 1920. – 404 p.

Melville L. German propaganda societies // Quarterly review. – 1918. – Vol. 230. – P. 70–88.

Merriam C.E. American publicity in Italy // American political science review. – 1919. – Vol. 13, N 4. – P. 541–555.

Mühsam K. Wie wir belogen wurden. Die amtliche Irreführung des deutschen Volkes. – Berlin : Albert Langen, 1920. – 189 S.

Parker G. The United States and the War // Harper's magazine. – 1918. – Vol. 136, March. – P. 521–531.

Prezzolini G. Dopo Caporetto. – Roma : «La Voce» Società Anonima Editrice, 1919. – 58 p.

Propaganda in its military and legal aspects. – Washington : Military Intelligence Branch, Executive Division, General Staff, U.S.A., 1919. – 187 p.

Rivaud A. La propagande allemande // Revue de sciences politiques. – 1922. – Année 37, T. 45, Juillet – Septembre. – P. 164–189, 391–415.

Rühlmann P.M. Kulturpropaganda : Grundsätzliche Darlegungen und Auslandsbeobachtungen. – Charlottenburg : Deutsche Verlagsgesellschaft für Politik und Geschichte m.b.H., 1919.

Schönemann F. Die Kunst der Massenbeeinflussung in den Vereinigten Staaten von Amerika. – Stuttgart : Deutsche Verlags-Anstalt, 1924. – 212 S.

Steed H.W. Through thirty years, 1892–1922 : A personal narrative : 2 vols. – N.Y. : Doubleday, Page & Company, 1924.

Street Major C.J.C. Propaganda behind the lines // Cornhill magazine. – 3rd series. – 1919. – Vol. 47, November. – P. 488–499.

Stuart C. Secrets of Crewe house. The story of a famous campaign. – L. : Odder and Stoughton, 1920. – 240 p.

Stülpnagel O. v. Die Nachkriegs-Propaganda der Alliierten gegen Deutschland. Der Krieg nach dem Kriege. – Berlin : Verlag der Kulturliga, 1922.

Whitehouse V.B. A year as a government agent. – N.Y. ; L. : Harper & Brothers Publishers, 1920. – 316 p.

Wiehler R. Deutsche Wirtschaftspropaganda im Weltkrieg. – Berlin : E.S. Mittler & Sohn, 1922. – 74 S.

Daily extracts from the foreign press. – 1915. – June.

Daily digest of the foreign press. – 1916. – (March 20th)

Daily review of the foreign press. – 1916. – (March 23rd).

Brewing and liquor interests and German (and Bolshevik) propaganda. Hearings before a sub-committee on the Judiciary of the U.S. Senate, 65th Congress, 2nd Sess 3 vol. – Wash. : Government Printing Office, 1919. – 48 p.

The National German-American Alliance and its allies : Pro-German brewers and liquor dealers. Hearings before a sub-committee of the committee on the Judiciary. U.S. Senate, 65th Congress, 2nd Sess. – Wash. : Government Printing Office, 1918. – 704 p.

II. ОБЩИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И ПРОПАГАНДЫ

Adler G. Die Bedeutung der Illusionen für Politik und soziales Leben. – Jena : G. Fischer, 1904. – 55 S.

Allport F.H., Hartman D.A. The measurement and motivation of a typical opinion in a certain group // *American political science review*. – 1925. – Vol. 19, N 4. – P. 735–760.

Angell N. (Lane). *The public mind*. – N.Y. : E.P. Dutton & Company, 1927.

Bauer W. *Die öffentliche Meinung und ihre geschichtlichen Grundlagen*. – Tübingen : Verlag von J.C.B. Mohr (P. Siebeck), 1914. – 335 S.

Bernays E.L. *Crystallizing public opinion*. – N.Y. : Liveright Publishing Corporation, 1923.

Birnbaum A. *Das Wesen der Propaganda. Eine psychologische Studie*. – Berlin : Vereinigte Fachzeitschriften-Verl.-Ges., 1920. – 42 S.

Bogardus E.S. *Analysing changes in public opinion* // *Journal of applied sociology*. – 1925. – Vol. 9, N. 5. – P. 372–381. – *Воспроизводится в: Proceedings of the American sociological society*, 1926.

Chassériaud R. *La formation de l'opinion publique. Suivie d'une la formation des idées en général*. – Paris : Librairie des sciences politiques et sociales, Marcel Rivière et Co., 1914. – 81 p.

Christensen A. *Politics and crowd-morality: a study in the philosophy of politics*. – N.Y. : E.P. Dutton & Co., 1915. – 270 p.

Conway M. *The crowd in peace and war*. – N.Y. : Longmans, Green, and Co., 1915. – 332 p.

Deherme G. *Le nombre et l'opinion publique, les forces à régler*. – Paris : Hachette Livre, 1919. – 284 p.

Dodge R. *Psychology of propaganda* // *Religious education*. – 1920. – Vol. 15, N 5. – P. 241–252.

Eltzbacher P. *Die Presse als Werkzeug der auswärtigen Politik*. – Jena : Verlegt bei Eigen Diederichs, 1918. – 161 S.

Flügge G. *Zur Psychologie der Massen* // *Preußische Jahrbücher*. – 1921. – Bd. 183. – S. 345–369.

Gersdorff C. von. *Über den Begriff und das Wesen der öffentlichen Meinung: ein Versuch*. – Jena : Schreiber [u.a.], 1846. – 72 S.

Griffith C.R. *A comment upon the psychology of the audience* // *Psychological monographs*. – Vol. 30, N 3. – P. 36–47.

Hayes E.C. *The formation of the public opinion and popular government* // *Journal of applied sociology*. – 1925. – Vol. 10, September-October. – P. 6–9.

Hendrich F.J. von. *Über den Geist der Zeitalters und die Gewalt der öffentlichen Meinung*. – Leipzig : Fleischer, 1797. – 264 S.

Higham C.F. *Looking forward. Mass education through publicity*. – L. : A.A. Knopf, 1920. – 201 p.

Holtendorff F. von. *Wesen und Wert der öffentlichen Meinung*. – München : Rieger, 1880. – 159 p.

King C.L. Public opinion as viewed by eminent political theorists // University of Pennsylvania public lectures, 1915–16. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1916. – Vol. 3.

Kracauer S. Die Gruppe als Ideenträger // Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik. – 1922. – Bd. 49, Heft 3. – S. 594–622.

Kraus H. Prolegomena zum Begriff der öffentlichen Meinung // Festschrift für Franz von Liszt zum 60. Geburtstag dargebracht von Schülern und früheren Mitgliedern des *Berliner* kriminalistischen Seminars. – Berlin : O. Häring, 1911. – S. 148–167.

Kulke E. Zur Entwicklungsgeschichte der Meinungen. – Leipzig : C. Reissner, 1891. – 92 S.

Kydd S. A sketch of the growth of public opinion, its influence on the constitution and the government. – L., 1888.

Le Bon G. The crowd: A study of the popular mind. – 12th ed. – L. : T. Fisher Unwin, 1920.

Le Bon G. Les opinions et les croyances. – Paris : Ernest Flammarion, 1911. – 340 p.

Lee I.L. Publicity: Some of the things it is and is not. – N.Y. : Industries Publishing Company, 1925. – 64 p.

Lippmann W. Public opinion. – N.Y. : Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.

Lippmann W. The phantom public: a sequel to «Public opinion». – N.Y. : Harcourt, Brace, 1925. – 200 p.

Lipsky A. Man the puppet: the art of controlling minds. – N.Y. : Frank-Maurice, 1925. – 275 p.

Long J.S. Public relations. – N.Y. : McGraw-Hill, 1924.

Lowell A.L. Public opinion in war and peace. – Cambridge : Harvard University Press, 1923. – 302 p.

Lumley F.E. Propaganda // Means of social control. – N.Y. : The Century Co., 1925. – Chap. 8.

Mackinnon W.A. History of civilization and public opinion : 2 vols. – 3rd ed. – L. : Henry Colburn, 1849.

Mackinnon W.A. On the rise, progress and present state of public opinion in Great Britain and other parts of the world. – L. : Saunders & Otley, 1828. – 343 p.

Martin E.D. The behavior of crowds: a psychological study. – N.Y. : Macmillan Co., 1920. – 312 p.

Millioud M. La propagation des idées // Revue philosophique. – 1910. – T. 69, Janvier à Juin. – P. 580–600; T. 70. – Juillet à Décembre. – P. 168–191.

Moysset H. L'opinion publique. Etude de psychologie sociale, extraite du Compte rendu de la semaine sociale de France, VII^e session, Rouen 1910. – Lyon : Edité par Chronique sociale de France s.d., 1910. – 30 p.

Papon J.P. Histoire du gouvernement françois, depuis l'Assemblée des Notables tenue le 22 février 1787 jusqu'à la fin de décembre de la même année; suivie de l'action de l'opinion sur les gouvernements. – A Londres, 1788. – 374 p.

Park R.E. Masse und Publikum: Eine psychologische und soziologische Untersuchung. – Bern : Buchdruckerei Lack & Grunau, 1904. – 112 S.

Pieper K. Die Propaganda. Ihre Entstehung und religiöse Bedeutung. – Aachen : Xaveriusverlag, 1922.

Plenge J. Deutsche Propaganda. Die Lehre von der Propaganda als praktische Gesellschaftslehre / Mit einem Nachwort von Ludwig Roselius. – Bremen : Angelsen-Verlag, 1922. – 76 S.

Quiett G.C., Casey R. Principles of publicity. – N.Y. : D. Appleton and Company, 1926. – 420 p.

Riis R.W., Bonner C.W. Publicity: a study of the development of industrial news. – N.Y. : J.H. Sears & Company, Inc., 1926. – 176 p.

Ross E.A. Social control; a survey of the foundations of order. – N.Y. : The Macmillan Company, 1901. – 463 p.

Rossi P. Les suggesteurs et la foule, psychologie des meneurs, artistes, orateurs, mystiques, guerriers, criminels, écrivains, enfants, etc. / Traduit de l'italien par M. Professeur Antoine Cundari. – Paris : A. Micholon, 1904. – 248 p.

Sagart J. L'opinion // *Révue philosophique*. – 1918. – T. 86, Juillet à Décembre. – P. 19–38.

Salmon L.M. The newspaper and authority. – N.Y. : Oxford University Press, 1923. – 505 p.

Salmon L.M. The newspaper and the historian. – N.Y. : Oxford University Press, 1923. – 566 p.

Schultze-Pfäelzer G. Propaganda, Agitation, Reklame. Eine Theorie des gesamten Werbewesens. – Berlin : G. Stilke, 1923. – 231 p.

Schwerdtfeger B. Propaganda // *Handbuch der Politik*. – 3 Aufl. – Berlin ; Leipzig : Verlag Dr. Walther Rotschild, 1922. – Bd. 5. – S. 470–474.

Shepard W.J. Public opinion // *American journal of sociology*. – 1909. – Vol. 15, N 1. – P. 32–60.

Sighele S. Psychologie des Auflaufs und der Massenverbrechen. – Leipzig : Reißner, 1897. – 216 p.

Stern-Rubarth E. Die Propaganda als politisches Instrument. – Berlin : Trowitzsch & Sohn, 1921. – 116 S.

Strong E.K., Jr. Control of propaganda as a psychological problem // *Scientific monthly*. – 1922. – Vol. 14, March. – P. 234–252.

Szirtes A. Zur Psychologie der öffentlichen Meinung. – Wien ; Leipzig : Verlag von Moritz Perles, 1921. – 100 S.

Tarde G. L'opinion et la foule. – Paris : Félix Alcan, 1901.

Thiébaud D. *Traité sur l'esprit public.* – Paris : Chez Fuchs, libraire, rue des Mathurins, An VI de la République française, [1798].

Thurstone L.L. The method of paired comparisons for social values // *Journal of abnormal and social psychology.* – 1927. – Vol. 21, N 4. – P. 384–400. – (Первая из серии статей, посвященных технике измерения мнений.)

Tönnies F. *Kritik der öffentlichen Meinung.* – Berlin : Julius Springer, 1922. – 588 S.

Wallas G. *Human nature and politics.* – L. : Archibald Constable and Co., 1908. – 302 p.

Wallas G. *The Great Society: A psychological analysis.* – N.Y. : The Macmillan Company, 1914. – 383 p.

Weeks A.D. *The control of the social mind.* – N.Y. : D. Appleton and Company, 1923. – 263 p.

Wilder R.H., Buell K.L. *Publicity.* – N.Y. : The Ronald Press Company, 1923. – 271 p.

III. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МНЕНИЙ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИКЕ

Alzona E. Some French contemporary opinions of the Russian Revolution of 1905. – N.Y. : Columbia University, 1921. – Vol. 100, N 2. – (Columbia University studies in history, economics and public law; No. 228.)

Angell N. (Ralph Lane). *Patriotism under three flags.* – L. : T. Fisher Unwin, 1903. – 277 p.

Ebbinghaus T. *Napoleon, England und die Presse (1800–1803).* – München ; Berlin : Oldenbourg (Hist. Bibliothek 35), 1914. – 211 p.

Gazley J.G. *American opinion of German unification, 1848–1871.* – N.Y. : Columbia University, 1926. – Vol. 121. – (Columbia University studies in history, economics and public law; No. 267.)

Martin B.K. *The triumph of Lord Palmerston : A study of public opinion in England before the Crimean war.* – L. : Hutchinson, 1924. – 259 p.

Périvier A. *Napoléon journaliste.* – Paris : Librairie Plon : Plon-Nurrite et Cie: Imprimeurs-Éditeurs, 1918.

Price M.T. *Christian missions and Oriental civilization : A study in culture contact.* – Shanghai : [Privately printed], 1924. – 578 p.

Raymond D.N. *British policy and opinion during the Franco-Prussian war.* – N.Y. : Columbia University, 1921. – Vol. 100, N. 1. – (Columbia University studies in history, economics and public law; No. 227.)

Thompson G.C. Public opinion and Lord Beaconsfield, 1875–1880 : 2 vols. – L. : Macmillan & Co., 1886.

IV. МОРАЛЬНЫЙ ДУХ И ВОЕННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Andrews L.C. Leadership and military training. – Philadelphia : Lippincott, 1918. – 192 p.

Andrews L.C. Military manpower. – N.Y. : E.P. Dutton & Company, 1920.

Campeano M. Essai de psychologie militaire: individuelle et collective. – Paris : Georges Fanchon, 1902. – 214 p.

Gallishaw J., Lynch W. The man in the ranks. – N.Y. : Houghton Mifflin company, 1917.

Gavet A. L'Art de commander. – Nancy : Berger-Levrault éditeur, 1921. – 206 p.

Goddard H.C. Morale. – N.Y. : George H. Doran Company, 1918. – 108 p.

Gulick L.H. Morals and morale. – N.Y. : Association Press, 1919. – 192 p.

Hall G.S. Morale : The supreme standard of life and conduct. – N.Y. : D. Appleton & Company, 1920.

Hocking W.E. Morale and its enemies. – New Haven : Yale University Press, 1918. – 200 p.

House F.N. Industrial morale : An essay in the sociology of industrial control / PhD. – Chicago : University of Chicago, 1924.

Mayer É. La psychologie du commandement, avec plusieurs lettres inédites du maréchal Foch. – Paris : E. Flammarion, 1923. – 248 p.

Maxwell W.N. A psychological retrospect of the Great War. – L. : George Allen & Unwin Ltd., 1923.

Miller A.H. Leadership; a study and discussion of the qualities most to be desired in an officer, and of the general phases of leadership which have a direct bearing on the attaining of high morale and the successful management of men. – N.Y. : G.P. Putnam's sons, 1920. – 174 p.

Munson E.L. The management of men. – N.Y. : Holt, 1921. – 801 p.

Peterson J., Quentin J.D. Psychology of handling men in the army. – Minneapolis : Perine Book Co., 1919. – 146 p.

Rohan H., duc de. Le parfait capitaine ou Abregé des guerres des Commentaires de César. – Paris, 1744. – 348 p.

Terman L.M. A preliminary study in the psychology and pedagogy of leadership // Pedagogical seminary. – 1904. – Vol. 11, N 4. – P. 413–451.

Ziehen T. Die Psychologie großer Heerführer. Der Krieg und die Gedanken der Philosophen und Dichter vom ewigen Frieden. Zwei Vorträge aus der Kriegszeit von Professor Dr Theodor Ziehen. – Leipzig : J.A. Barth, 1916.

ГАРОЛЬД Д. ЛАССУЭЛЛ

**ТЕХНИКА ПРОПАГАНДЫ
В МИРОВОЙ ВОЙНЕ**

**Перевод с английского
В.Г. Николаева**

Оформление обложки И.А. Михеев
Техническое редактирование
и компьютерная верстка И.К. Летунова
Корректор Я.А. Кузьменко

Гигиеническое заключение
№ 77.99.6.953.П.5008.8.99 от 23.08.1999 г.
Подписано к печати 1/Ш – 2021 г.
Формат 60x84/16 Бум. офсетная № 1 Печать офсетная
Усл. печ. л. 13,7 Уч.-изд. л. 12,7
Тираж 300 (1–100 экз. – 1-й завод) Заказ № 125

**Институт научной информации
по общественным наукам Российской академии наук
(ИНИОН РАН)**

Нахимовский проспект, д. 51/21, Москва, 117418
<http://inion.ru>, https://instagram.com/books_inion

**Отдел маркетинга и распространения
информационных изданий**
Тел.: +7 (925) 517-36-91, +7(499) 134-03-96
e-mail: shop@inion.ru

Отпечатано по гранкам ИНИОН РАН
ООО «Амирит»,
410004, Саратовская обл., г. Саратов,
ул. Чернышевского, д. 88, литера У