

Наумова Н.Н. *, Слесарев И.Ю. **

Франция и США в Первой мировой войне: образ союзника в прессе

Аннотация: В статье рассматриваются особенности формирования и развития образа союзника во французской и американской прессе в годы Первой мировой войны. В центре внимания находятся крупные и влиятельные газеты разной политической направленности. Исследуются методы ведения пропаганды военного времени, распространения информации и цензура.

Ключевые слова: Первая мировая война, образ союзника, пропаганда, цензура, общественное мнение, французская пресса, американская пресса, вступление США в войну

УДК 94(100) «1914/19»

Abstract: The article considers the features of the formation and development of the image of an ally in the French and American press during the First World War. The authors focus on influential newspapers of different political orientations. Scientific work examines methods of conducting wartime propaganda, information dissemination and censorship.

Key words: World War I, the image of an ally, propaganda, censorship, public opinion, the French press, the American press, the US entry into the war

Со времен вступления Соединенных Штатов Америки в Первую мировую войну прошло уже более ста лет. Празднование её годовщины в очередной раз обратило взгляды историков всего мира на события, в изучении которых кроется понимание особенностей становления международной системы межвоенного периода и истоков «Пакс Американа».

Выступление заявивших в начале войны о своем нейтралитете США на стороне Антанты в 1917 году не было столь ожидаемым, как это может показаться в ретроспективе¹. Президент США Вудро Вильсон, повторно выигравший выборы в 1916 году под пацифистским лозунгом «он уберег нас от войны», стремился удержать страну в стороне от европейского конфликта и стать посредником при заключении «мира без победителей», примерив на себя одежды архитектора нового мирового порядка,

* *Наумова Наталья Николаевна* – кандидат исторических наук, доцент кафедры новой и новейшей истории исторического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова (e-mail: naumovafrance@yandex.ru)

** *Слесарев Илья Юрьевич* – аспирант кафедры новой и новейшей истории исторического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова (e-mail: sles-il@yandex.ru)

¹ См. подр.: Наумова Н.Н., Слесарев И.Ю. Проблема вступления США в Первую мировую войну в отражении французской прессы // Исторические исследования. 2017. №6. <http://www.historystudies.msu.ru/ojs2/index.php/ISIS/article/view/113>

контроль за которым он отводил США². Однако крупные дельцы с Уолл-стрит и ряд влиятельных политиков к этому моменту уже сделали внушительные ставки на победу блока стран Антанты, инвестировав в них миллиарды американских долларов. За четыре года войны Великобритания и Франция оказались в торгово-финансовой зависимости от США. Проведение крупнейших наступательных операций союзников было бы невозможным без постоянных поставок топлива, продуктов питания, обмундирования и вооружения из-за океана. Требование американской администрации к участникам Первой мировой войны огласить свои цели (январь 1917 года) и миротворческие инициативы Вильсона, действовавшего в Европе через своего личного поверенного и друга полковника Эдуарда Хауза³, крайне негативно воспринимались руководителями Великобритании и Франции, решительно настроенными довести мировой конфликт до победного конца, но к этому времени уже финансово зависимыми от США. Весной 1917 года Великобритания, через которую осуществлялись все финансовые операции коалиции, была на краю дефолта по крупным займам марта и мая 1915 года⁴. Для обеспечения поддержки продолжения военных действий нейтрально настроенного населения США и привлечения частных инвесторов Антанта проводила масштабную пропагандистскую кампанию, главным инструментом которой был основной и широкодоступный на тот момент источник информации — пресса.

Наибольший вклад в информационную кампанию Антанты на первом этапе войны внесла Великобритания. За британскую пропаганду в США отвечал известный английский беллетрист канадского происхождения Гильберт Паркер⁵. По его признанию, английское руководство снабжало 360 местных газет США информацией, публикуя еженедельные обзоры и комментарии о ходе войны. Рядовые американцы вовлекались в пропаганду военной кампании через кинофильмы об армии и флоте, а также с помощью бесед, статей, памфлетов и писем, напечатанных в виде ответов на вопросы американцев в ведущих газетах штатов⁶. Паркер ежедневно рассылал около 300 бюллетеней с материалами британской пропаганды американским газетам, организовывал поездки и встречи с общественностью⁷.

Французская пропаганда, в свою очередь, была более сдержанной в силу отсутствия столь сильных социо-культурных связей, различия языков и особой позиции в этом вопросе влиятельного посла в США Жан-Жюля Жюссерана. Он был хорошо знаком с президентом Вильсоном и входил в круг его ближайших людей, который называли «теннисным кабинетом». Глубокое знание англо-саксонской культуры Ж.-Ж. Жюссерана производило впечатление на американцев⁸. Объясняя необходимость

² См. подр.: Туз А. Всемирный потоп. Великая война и переустройство мирового порядка, 1916-1931 годы. М., 2017.

³ См. подр.: Архив полковника Хауза. Избранное. М., 2004. Т. I-II.

⁴ Wormell J.J. Management of the National debt in the United Kingdom, 1900–1932. London, 2000. P. 249-259.

⁵ См. подр.: Parker G. The United States and the war // Harper's Magazine. March. 1918. P. 521–531. - <http://harpers.org/archive/1918/03/the-united-states-and-the-war/>

⁶ Лан В.И. США: от Первой до Второй мировой войны. М., 1976. С. 22.

⁷ Зильбер И. Тайные средства борьбы. М., 1948. С. 62.

⁸ Kaspi A. Le Temps des Américains. Le concours américain à la France (1917-1918). Paris, 1976. P. 37.

тактики умеренной пропагандистской деятельности, посол повторял: «Если существует что-то, что американцы действительно ненавидят, так это, когда иностранцы говорят им, что они должны думать, а что нет. Что же тогда делать нам? Не прославлять себя — американцев это обременяет; дать фактам говорить самим за себя — они делают это достаточно внушительно; рассчитывать на здравый смысл и сердца наших сторонников, чтобы они сами всё истолковывали и объясняли широким массам; обильно снабжать их достоверными сведениями и позволять им самим получать информацию своими методами, чтобы их представители видели всё своими глазами»⁹. В мае 1915 года министр иностранных дел Франции Теофиль Делькассе поручил депутату Этьену Фурно создать службу пропаганды. С января 1916 года эта служба была переименована в «Дом прессы» и перепоручена Филиппу Бертело, главе кабинета Аристида Бриана. Подход Бертело был схож с позицией посла: «Наше преимущество над немцами состоит в том, что нам не нужно никого подкупать в американской прессе. Нам нужно лишь стимулировать газеты писать то, что они и так пишут. Самое лучшее, что мы можем делать, — это сближать [материалами – авт.] французскую и американскую прессу. Вся пропаганда США во Франции является пропагандой Франции в США. Когда американский журнал публикует хорошую статью о Франции, её необходимо перепечатывать в крупном французском журнале на первых полосах. Американцы любят такую рекламу, и если мы дадим свой комментарий к этой статье, то они с радостью перепубликуют его у себя»¹⁰. В октябре 1916 года главный редактор крупной правобуржуазной газеты «Матэн» Стефан Лозанн был уполномочен министерством иностранных дел Третьей республики организовать «тесную связь с американской прессой». Находясь под руководством Жюссерана, он сотрудничал с пресс-службой министерства, но лично не претендовал на какой-либо официальный статус. Его роль заключалась в организации и облегчении доставки французских новостей в американские газеты¹¹, что, на самом деле, было не такой простой задачей.

Редакционная политика американских издательств сильно разнилась в зависимости от настроений каждого конкретного штата. По данным агентов «Дома прессы», основанных на изучении материалов издательств США, в 1916 году просоюзнически были настроены в основном штаты севера атлантического побережья; север центра страны оставался прогерманским из-за проживания здесь немецких выходцев и местонахождения их предприятий; южные штаты выражали антианглийские настроения; север тихоокеанского побережья (Вашингтон, Орегон) и ряд центральных штатов были нейтральны и не интересовались войной, а юг (Калифорния) демонстрировал антианглийский настрой из-за опасений угрозы англо-японского альянса, заключенного еще в 1902 году¹². Для информирования

⁹ Jusserand J.J. Le sentiment Américain pendant la Guerre. Paris, 1931. P. 67.

¹⁰ Archives Diplomatiques. Papiers P. Berthelot. PAAP10.18. P. 36-37. (Далее – A.D.)

¹¹ Nouailhat Y.-H. La propagande française aux Etats-Unis (août 1914 – avril 1917) // Les Etats-Unis dans la Première Guerre mondiale 1917-1918. La conférence sous la direction de C. Carlier et G. Pedroncini. Paris. Assemblée Nationale. 22 et 23 septembre 1987.

¹² A.D. Papiers P. Berthelot. PAAP10.20. P. 48.

издателей, организации лекций и мероприятий, написания статей, нужным образом формировавших образ Франции, служба Бертелло нанимала американцев, которые имели связи с Францией, отправляла французских агентов, договаривалась с влиятельными французскими общественными деятелями о миссиях в США¹³.

Интересное свидетельство, с одной стороны, состояния французской прессы, а с другой – отношения французов к американцам, содержится в письме американскому президенту Вудро Вильсону от полковника Хауза из Парижа весной 1915 года: «Сегодня ко мне заходил де Казенав. Он возглавляет бюро печати, и его главная обязанность состоит в том, чтобы об Англии, Америке и других странах французские газеты печатали то, что нужно. Я просил его быть откровенным и сказать мне, как настроено французское общественное мнение. Он сказал, что в массе французский народ считает, что у Америки на уме одни доллары. Он говорит, что некоторые французы, побывав в Америке несколько недель, не зная языка и посмотрев только такие места, как чикагские бойни, стали по возвращении писать книги о жадности нашего народа. Он говорит, что эта манера развилась настолько, что во Франции укрепилось мнение, будто мы руководствуемся исключительно меркантильными интересами. Он говорит, что когда дает редакторам французских газет указания о том, что писать об Америке, они только улыбаются и пожимают плечами»¹⁴.

Тем не менее французская пресса в духе «священного единения», сплотившего все политические силы страны в начале войны, была практически единогласна в своем отношении к США и демонстрировала дружеские чувства к американскому народу. Печатный орган социалистов – газета «Юманите», ранее занимавшая жесткую антивоенную позицию, теперь призывала консолидировать силы для победы и также была заинтересована в расширении блока Антанты. В 1915 году в ней процитировали мнение одного американца: «Если Соединенные Штаты не объявят войну, я не останусь гражданином Америки. Ни один цивилизованный народ не допустит такого варварства. Германия ведет войну такими средствами, которые не могли вообразить даже пираты»¹⁵. Лишь немногие издания брали на себя в это время ответственность упрекать США и их президента в «позорном нейтралитете» и «пособничестве войне» (например, издание Жоржа Клемансо «Ом Аншене»).

Исследуя французскую прессу военных лет, необходимо учитывать введенный в тот период режим цензуры¹⁶. С августа 1914 года военный министр Александр Мильеран приказал парижскому префекту полиции «самым срочным образом» сообщить прессе о запрещении правительства публиковать какое-либо сообщение относительно военных событий помимо тех, которые будут исходить

¹³ Ibid. P. 11–24.

¹⁴ Хауз Э. Указ. Соч. Т. I. С. 189.

¹⁵ L'Humanité. 09.05.1915.

¹⁶ См. подр.: Forcade O. La censure en France pendant la Grande guerre. Rezé, 2016.

от пресс-бюро при военном министерстве. Для регулирования деятельности прессы в 1916 году была создана Межминистерская комиссия по делам печати, преобразованная в 1918 году в Национальную службу печати, в ведение которой входили финансовые и административные проблемы¹⁷. Частой гостьей газетных полос стала карикатурная фигура угрюмой старухи «Анастезии», напоминавшей сову с длинным носом в виде цензорских ножниц. Рядом с ней, как правило, стояло ведро с белой краской, которой она закрашивала запрещенные газетные колонки. Газеты выходили с белыми пятнами, указывавшими, что на их месте находился не прошедший цензуру текст¹⁸. Издательства обязывали отправлять три предпечатных экземпляра каждого выпуска для премьер-министра, кабинета министров и службы печати, где они проходили проверку цензором¹⁹. Например, цензура выражала беспокойство о жестких выпадах известного своей критикой антимилитаризма политика Жоржа Клемансо в адрес президента Вильсона и в феврале 1916 года запретила публикацию одной из его антивильсоновских статей²⁰. В ответ Клемансо напомнил, что большинство его статей свободно печатаются в США, обвинив цензуру министерства иностранных дел в том, что она является «более проамериканской, чем сами американцы»²¹. Изучение недопущенных до публикации материалов парижских газет, которые сейчас находятся в доступе в Архиве Обороны Франции, показывает, что в ходе всей предвыборной компании 1916 года французская цензура не пропускала никакой критики президента Вильсона²².

Как таковой системы цензуры в США в годы войны не было. На начало войны в стране существовало лишь два законодательных акта, ограничивавших право граждан на свободу самовыражения во время военных действий. Это принятые ещё во времена президента А. Линкольна и гражданской войны закон об измене и закон о предательстве²³. Но в 1917 году американские законодатели наверстали упущенное: в США проявились ограничительные законы о шпионаже, закон о подстрекательстве, закон о сношениях с врагом. По закону о шпионаже за годы войны было осуждено более 2000 человек²⁴.

К концу 1916 года, когда усталая от затяжной войны Франция уже не была столь политически едина, и разногласия касательно перспектив войны до победного конца становились более очевидными, взгляды многих политиков, а вслед за ними и публицистов обратились за Атлантический океан. США в это время представлялись главной промышленной и финансовой силой, способной помочь странам Антанты обеспечить победу в борьбе с германским милитаризмом.

¹⁷ Аникеев В.Е. История французской прессы (1830-1945). М., 1999. С. 34.

¹⁸ Смирнов В.П. Французское общество в годы Первой мировой войны // Европа и Россия в огне Первой мировой войны. Под ред. В.А. Золотарева. М., 2014. С. 631.

¹⁹ Archives historiques de la Défense. Mission militaire française près l'armée américaine. 17N. 47. (Далее – А.Н.Д.)

²⁰ См. подр.: Слесарев И.Ю. Жорж Клемансо о вступлении США в Первую мировую войну // Вестник ЯрГУ. Серия Гуманитарные науки. 2018. №2.

²¹ L'Homme enchaîné. 14.02.1916.

²² См. напр.: А.Н.Д. Coupures de journaux censurés (presse parisienne). 5N. 480.

²³ Малаховский А.К. Пропаганда и цензура в журналистике США в годы Первой мировой войны: от нейтралитета к патриотизму. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2014. №2. С. 123.

²⁴ Folkerts J., Teeter D.L. Jr. Voices of a Nation: a History of Mass Media in the United States. N.Y., 1993. P. 318.

До исторического заседания Конгресса 6 апреля 1917 года, принявшего решение об объявлении войны Германии, большинство французов пристально следило за каждым политическим выступлением американских депутатов, опасаясь, что сторонники мира смогут убедить Конгресс отказаться от военного вмешательства. По словам французской ведущей проправительственной газеты «Тан», американские «пацифисты прикладывают серьезные усилия, чтобы настроить администрацию президента против приверженцев войны,... но их усилия оказались тщетными. Сейчас даже такой сенатор, как М. Стоун – президент комитета иностранных дел, противник войны, не сомневается, что Конгресс проголосует за её объявление. Сенатор утверждает, что когда это произойдет, никто не будет сражаться столь яростно, как он, до тех пор, пока Германия не признает поражение»²⁵.

Французские социалистические газеты, вновь демонстрировавшие в конце войны пацифистские настроения, горячо приветствовали новых союзников, ибо, с их точки зрения, вступление США в войну означало приближение её конца, а имя Вильсона ассоциировалось у них со скорейшим установлением мира. «Война привела Россию к свободе, свобода привела Америку к войне на стороне демократических стран»²⁶, «Впервые эта нация взяла в руки оружие, но только для того, чтобы установить длительный мир»²⁷, – писала социалистическая газета «Юманите». Крупные буржуазные издания, несмотря на общий посыл – довести войну до победного конца, также создавали образ «Америки-миротворца». Ими публиковались многочисленные речи американских политиков, стиль и дух которых наглядно иллюстрируют слова сенатора Лоджа: «Я счастлив, что Америка вступила в борьбу за спасение свободного мира. Нет, мы не ищем битвы, мы не жаждем новых территорий. Все, что мы хотим, это сохранение нашего мира и нашей безопасности, как это провозглашает доктрина Монро, для чего необходимо, чтобы миропорядок вновь установился на основах свободы и демократии, а человечество освободилось от прусского военного ига или автократии Гогенцоллернов и Габсбургов»²⁸.

В ответ на заявление американской администрации о вступлении в войну «клятву верности общей дружбе» в личной телеграмме Вильсону принес президент Третьей Республики Раймон Пуанкаре²⁹. Улицы французских городов окрасились в цвета флага Соединенных Штатов. Мгновенно опустошив магазины и склады, парижане скупили все звездно-полосатые стяги, стремясь вывесить их из своих окон в знак приветствия «новых врагов пруссианства». В клубах, отелях, ресторанах, кафе велись жаркие обсуждения решения Конгресса и дальнейших действий США. Парижский штаб издательства «Нью-Йорк Геральд» буквально осаждался журналистами, а на только что приехавших с новостями из-за океана американцев

²⁵ Le Temps. 03.04.1917.

²⁶ L'Humanité. 08.04.1917.

²⁷ Ibid. 07.04.1917.

²⁸ Le Journal. 06.04.1917.

²⁹ Ibidem.

набрасывались с главным вопросом: «Когда прибудет первый контингент?»³⁰. Франция приветствовала нового военного союзника, однако вступление США в войну французская пресса представляла читателям не только как решение американцев разгромить «врага свободного мира», но и как проявление их благодарности французскому народу за помощь в защите Американской революции. Газета «Журналь» писала в апреле 1917 года: «Народ бандитов [немцы – авт.], который полагал, что его эгоизму все дозволено, на этот раз хватил через край. Долгая провокация подводных пиратов возымела эффект. Приветствуем Республику-сестру! Когда-то мы помогли ей обрести свободу, теперь она оказывает нам ту же услугу. Наше благодеяние принесло замечательные плоды. Маяк свободы, который мы зажгли на американских берегах, сегодня озаряет весь мир, и скоро мы увидим его свет»³¹.

По отношению к США во французских статьях обычно использовались такие слова, как «друзья»³², «верные союзники»³³, «республика-сестра»³⁴, «справедливые»³⁵ и пр. Особую роль играл образ президента Вильсона, которого часто называли «олицетворением современной демократии»³⁶. После публикации его «14 пунктов» социалистическая газета «Юманите» окрестила Вильсона «новым Жоресом»³⁷. «Вильсон положит конец государственному эгоизму стран Антанты!»³⁸ — буквально кричал заголовок одной из её статей.

С весны 1917 года французская пресса активно обсуждала американское финансирование войны и прогнозировала размеры дополнительной помощи, которая будет оказана Франции. Америка ассоциировалась у французов со страной с наибольшим «аккумулированным капиталом»³⁹, обладавшей практически неограниченными финансовыми ресурсами. Развитие финансовых связей и промышленное партнерство Франции и США по-прежнему представлялись главной целью их взаимного сотрудничества⁴⁰. Французская пресса радостно встречала каждую новость об очередном законопроекте, предусматривавшем финансовую поддержку Франции⁴¹.

С другой стороны, парижские газеты пестрили заголовками и статьями о воодушевлении американских солдат в борьбе с немцами, писали о военном потенциале США, размерах контингентов и темпах их подготовки. По свидетельству «Тан» от 7 апреля 1917 года, «американский кабинет продолжает обсуждение проблем [формирования – авт.] армии. Численность 500 000 человек, ранее

³⁰ Le Temps. 05.04.1917.

³¹ Le Journal. 04.04.1917.

³² L'Homme enchaîné. 20.11.1914.

³³ Le Petit Parisien. 03.04.1918.

³⁴ Le Journal. 04.04.1917.

³⁵ L'Homme enchaîné. 06.04.1917.

³⁶ Ibid. 16.04.1917.

³⁷ L'Humanité. 10.01.1918.

³⁸ Ibid. 11.01.1918.

³⁹ Le Journal. 03.04.1917.

⁴⁰ Le Temps. 13.04.1917.

⁴¹ Ibid. 16.04.1917.

обозначенная президентом Вильсоном, не является последней цифрой. Все американские приготовления производятся с учетом трехлетней длительности войны»⁴². Правобуржуазная газета «Фигаро» в мае утверждала: «Окончательно решено, что американские солдаты будут отправлены во Францию и проходить обучение вблизи линии фронта. Дата отправления и численность контингента первых американских солдат пока держатся в секрете, но очевидно, что эти части будут сформированы из добровольцев. Вместе с тем правительство США заявило, что уже отдан приказ о наборе девяти инженерных полков, которые в ближайшие сроки начнут работать на линиях связи во Франции, хотя они не входят в число подразделений, предусмотренных военным проектом правительства»⁴³. Как известно, в мае 1917 года американский Конгресс одобрил закон о всеобщей воинской повинности, согласно которому все мужчины в возрасте от 18 до 30 лет (затем 45 лет) подлежали регистрации, а затем из них избирались лица, способные служить в вооруженных силах. По утверждению А.С. Манькина, это «позволило быстро нарастить размеры армии США до уровня, сопоставимого с численностью военных контингентов, задействованных в войне»⁴⁴.

Конечно же, в реальности французская политическая элита не питала иллюзий о готовности американской армии и сроках оказания ею эффективной помощи на полях сражений. Ещё за два дня до вступления США в войну газета «Тан» отмечала: «Президент [США – авт.] не имеет намерений немедленно послать в Европу экспедиционный корпус. На самом деле Антанта в первую очередь нуждается в финансовой поддержке, в совместном выступлении морского флота и в производстве амуниции. Такой подход позволил бы США получить время на подготовку многочисленной армии, которую она смогла бы использовать, если война затянется»⁴⁵. Расчеты, произведенные французами в конце 1917 года, показывали, что на полезную помощь США можно было надеяться лишь к лету 1918 года, а на мощную военную поддержку – не раньше 1919 года⁴⁶.

Несмотря на то, что в правительственных и военных кругах Третьей республики объективно оценивали реальные возможности использования частей США, прессе удалось создать у общественности ощущение эффективной поддержки союзником воюющих армий государств Антанты уже весной 1917 года. В качестве технологии пропаганды широко использовались визуальные образы. Американские солдаты часто становились героями популярного иллюстрированного журнала «Мируар», получившего самостоятельный статус издания с начала войны, а до этого выходившего в качестве приложения к ежедневной парижской газете «Пти паризьен». Редакция выкупала у фотографов и очевидцев наиболее удачные и показательные снимки, которые потом помещались в еженедельный выпуск, расхваливаемый

⁴² Ibid. 07.04.1917.

⁴³ Le Figaro. 09.05.1917.

⁴⁴ Печатнов В.О., Манькин А.С. История внешней политики США. М., 2012. С. 137.

⁴⁵ Le Temps. 04.04.1917.

⁴⁶ Фош Ф. Воспоминания. СПб., 2005. С. 272.

почти полумиллионным тиражом. Так визуальные образы доходили до читателей.

Следует отметить стремление французских издателей почти в каждом номере журнала приводить доказательства франко-американской дружбы и сотрудничества: фотографии танков, которые США предлагают поставлять на французский фронт⁴⁷ или прибытия французской миссии маршала Жоффра в США⁴⁸; первые снаряды, «посланные» немцам американскими артиллеристами⁴⁹; американские батальоны на марше к боевым позициям⁵⁰; торжественное вручение Боевого креста американскому офицеру за подвиг⁵¹; фото американских новобранцев за тренировкой рукопашного боя⁵²; фотография девушки, дарящей цветы американскому солдату с подписью: «Национальный праздник США День независимости стал также национальным праздником в Париже. С редким энтузиазмом этот праздник отмечался в Париже 4 июля. Мы привели один из наиболее типичных эпизодов франко-американской дружбы»⁵³; американский генерал со своим начальником штаба под артиллерийским обстрелом⁵⁴; американский офицер допрашивает немцев, взятых в плен солдатами США в регионе Сен-Мишель» и «занятие американскими солдатами высоты Монсек⁵⁵. Многие кадры специально отбирались и доставлялись в редакции фотоотделом «Дома прессы»⁵⁶.

За океаном американская пресса также публиковала фотографии, иллюстрировавшие теплые взаимоотношения граждан союзных стран и героические будни французского народа. Здесь мы также видим широкое использование американскими СМИ визуальных образов, позволявших рядовому гражданину США увидеть роль французской армии и мирного населения в борьбе с общим врагом, лучше понять французский национальный характер. Приведем некоторые примеры из фотоприложения к газете «Нью-Йорк Трибьюн» (См. Приложение №3): пожилая француженка штопает носки американскому солдату⁵⁷; инсценировки военных сцен с французскими детьми, одетыми в форму⁵⁸; французские солдаты строят понтонный мост⁵⁹; фотоматериал о французских самолетах и авиаторах⁶⁰; французский командир награждает американских солдат в присутствии руководителя Третьей республики Ж. Клемансо⁶¹; фото французской армии на линии обороны⁶² и освобождающей

⁴⁷ Le Miroir. 29.04.1917.

⁴⁸ Ibid. 20.05.1917.

⁴⁹ Ibid. 18.11.1917.

⁵⁰ Ibid. 31.03.1918.

⁵¹ Ibid. 14.04.1918.

⁵² Ibid. 30.06.1918.

⁵³ Ibid. 14.07.1918.

⁵⁴ Ibid. 25.08.1918.

⁵⁵ Ibid. 29.09.1918.

⁵⁶ A.D. Maison de la Presse. 229QO. 21. P. 41.

⁵⁷ New-York Tribune. 18.11.1917.

⁵⁸ Ibid. 16.12.1917.

⁵⁹ Ibid. 21.07.1918.

⁶⁰ Ibid. 03.03.1918.

⁶¹ Ibid. 31.03.1918.

⁶² Ibid. 19.05.1918.

окупированные города⁶³; французский и американский солдаты у могилы погибшего товарища-американца⁶⁴; открытие скульптуры «Дух Франции»⁶⁵ в США.

Американская пресса свидетельствовала о «духовном родстве», «близости» народов. Трогает публикация письма французской матери, потерявшей двоих сыновей и рассказывавшей о благородстве американских солдат, которые пришли «сражаться и мстить за них, закончить дело, начатое её сыновьями»⁶⁶. Газеты перепечатавали письма от французских сирот и вдов, благодаривших США за денежную помощь и отправку солдат на фронт: «Мы благодарим американских солдат, которые присоединились к нам, чтобы изгнать врага». «Нью-Йорк Таймс» знакомит читателей с потерявшим отца десятилетним французским мальчиком, «счастливым сообщить своей матери о прибытии американских войск, потому что школьный учитель сказал, что при поддержке США союзники победят»⁶⁷. Тема исторического, духовного и культурного родства стала характерной для средств массовой информации обеих держав. Символом общего исторического прошлого для американцев являлся маркиз Жильбер де Лафайет, корпус которого участвовал в американской войне за независимость. Не преувеличением будет сказать, что этот исторический персонаж упоминался на полосах ведущих американских газет практически ежедневно: они вспоминали события революции⁶⁸; к его памятнику приезжали политические деятели⁶⁹; в его честь называли корпуса и дивизии⁷⁰; освещали празднования дня его рождения⁷¹.

Совместное отмечание национальных праздников стран быстро вошло в традицию⁷². Специальная франкоязычная газета «Курьер», выпускаемая в США, рассказывала о празднованиях Дня Благодарения в Париже⁷³. Передовицы американских газет поздравляли французов с Днем взятия Бастилии, описывали торжественные церемонии, митинги, парады в центре Нью-Йорка, приемы в посольстве, а также цитировали обращения политиков к французскому народу: «Четвертое июля и четырнадцатое июля вечно будут объединены воспоминаниями о триумфах свободы, – писала в середине июля 1917 «Нью-Йорк Таймс». – Но сегодня мы не пересказываем историю — мы создаем историю. Мы должны отдать должное французскому военному гению, спасшему цивилизацию. Сегодня мы не просто благодарим Францию, мы клянемся её народу, что она будет отстроена вновь, её красивые земли восстановлены, и однажды она обновится во всей своей силе. Мы клянемся, что Эльзас

⁶³ Ibid. 12.05.1918.

⁶⁴ Ibid. 21.04.1918.

⁶⁵ Ibid. 20.10.1918.

⁶⁶ The New York Times. 07.08.1917.

⁶⁷ Ibid. 20.08.1917.

⁶⁸ Ibid. 02.05.1917.

⁶⁹ Ibid. 11.05.1917.

⁷⁰ Ibid. 21.06.1917.

⁷¹ Ibid. 01.10.1918.

⁷² L'Actualités. 03.07.1917.

⁷³ Le Courrier des Etats-Unis. 30.05.1917.

и Лотарингия будут возвращены»⁷⁴.

В период Первой мировой войны среди фронтовиков особую популярность получили сатирические журналы, призванные поднимать патриотический дух населения. Французский еженедельный журнал «Байонет» («Штык») в сентябре 1917 года посвятил роли США в войне целый номер с изображением американского флага на обложке (См. Приложение №2). Вот только некоторые сюжеты: ковбой, вешающий немца – «Да, 100 000 шпионов, но найдется больше 100 000 деревьев, чтобы повесить каждого»; американские моряки, топящие вражеский корабль – «В память о Лузитании»; ковбой, ловящий немца с помощью лассо – «Коровы и боши – одно и то же!»; комикс «Добрый Сэм и злой маленький Вильгельм» и десятки других карикатур⁷⁵. Такой же тематический номер вышел через год и рассказывал о жизни американских солдат в Европе⁷⁶.

Известный французский юмористический журнал «Рир» также не остался в стороне: в апреле 1917 года он приветствовал Америку и высмеивал недалёковидность немцев⁷⁷; на его обложке редакция разместила фотографию генерала Першинга, дарившего француженке букет цветов, с заголовком: «Генерал Першинг принес Франции помощь, которую Лафайет оказал молодым Соединенным Штатам»⁷⁸. Там же изображены Статуя свободы и орёл с надписью «Свобода миру! До последнего солдата, до последнего доллара»⁷⁹. Частым гостем иллюстраций французских журналов и плакатов стал дядя Сэм, как персонифицированный образ США. Именно он был помещен на известном плакате художника Дж. М. Флэгга в 1917 году, вербующем американских граждан на мировую войну с указующим перстом и словами «Ты нужен мне в армии Соединенных Штатов» по аналогии с образом лорда Китченера на английском агитационном плакате.

У американских военных контингентов во Франции была своя газета – «Звезды и полосы». Она издавалась в Париже на английском языке «солдатами американских экспедиционных сил для солдат» (как гласил её подзаголовок) и состояла в основном из новостей внутренней жизни США, вестей с фронта, материалов о пребывании американских военных во Франции, карикатур, развлекательных материалов и специализированной рекламы. Каждый выпуск знакомил американских солдат с наиболее важными вопросами европейской политики и её лидерами. В апреле 1918 года в газете вышел большой материал, посвященный Жоржу Клемансо — «Вудро Вильсон Франции». Он характеризовался как умудренный опытом государственный деятель, сумевший крепко держать власть во Франции в своих руках и при этом «успевающий регулярно ездить из Парижа на линию

⁷⁴ The New York Times. 15.07.1918.

⁷⁵ La Baïonnette. 06.09.1917.

⁷⁶ Ibid. 10.10.1918.

⁷⁷ Le Rire. 21.04.1917.

⁷⁸ Ibid. 14.07.1917.

⁷⁹ Ibid. 05.01.1918.

фронта и задерживаться там, чтобы, например, наградить американского бойца Военным крестом»⁸⁰.

Интервью и обращения французских политических и военных представителей всегда выходили на первых полосах американских газет. Особую популярность имели статьи Верховного комиссара по франко-американскому сотрудничеству Андре Тардьё. В довоенные годы он был хорошо известен в качестве международного обозревателя «Фигаро» и считался самым высокооплачиваемым журналистом Франции. С апреля 1917 года в его ведомстве наряду с другими 11 управлениями находилось Отделение информации, за которое отвечал Стефан Лозанн. Однако пропаганда не была первоочередной задачей для Тардьё – главным оставался вопрос снабжения и финансирования Франции в годы войны. Он не упускал ни одной возможности поблагодарить США за «оказываемую материальную помощь»⁸¹, но не забывал напоминать читателю о военной мощи Франции и подвиге французской армии: «Франция сегодня сильнее, чем в начале войны: на миллион больше солдат воюют на полях сражений, используются тысячи тяжелых орудий. Французские солдаты удерживают линию фронта, в четыре раза превышающую английскую»⁸². Все просьбы к правительству США, к частным предприятиям и коммерсантам Тардьё высказывал прямо, взывая к союзнической помощи и необходимости совместных усилий для решающей победы, будь то вопросы снабжения американским зерном для населения голодающих регионов Франции⁸³ или необходимость поставок винтовок, пулеметов и пороха⁸⁴.

Можно не сомневаться, что большинство материалов о США попадало во французские газеты так же не случайно, как и материалы о Франции попадали в Америку через каналы «Дома прессы». В годы войны в США существовала служба пропаганды, вошедшая в историю как «Комитет Крила» – по имени своего руководителя, известного калифорнийского публициста Джорджа М. Крила. Комитет был создан сразу после вступления США в войну, чтобы «координировать силы для победы и доведения до сведения народов намерения США и целей, которые они преследует»⁸⁵. Грандиозный масштаб его деятельности сильно превосходил французскую пропаганду. По данным отчета Крила президенту Вильсону в январе 1918 года, всего за 10 месяцев участия США в войне, 150 000 сотрудников Комитета подготовили 18 млн экземпляров брошюр на 7 языках, организовали сотни конференций с участием 15 000 докладчиков, издали тысячи плакатов, выпустили десятки фильмов, 250 сотрудников и 5 000 писателей снабжали информацией газеты по всему миру⁸⁶. Поскольку к моменту своего учреждения «Комитет Крила» не имел собственных разработанных методов ведения пропаганды, очень важным оказалось английское влияние, да и сюжеты многих материалов заимствовались у англо-

⁸⁰ The Stars and Stripes (Paris). 26.04.1918.

⁸¹ The Washington Post. 02.12.1917.

⁸² The World. 05.08.1917.

⁸³ The Washington Post. 19.05.1918.

⁸⁴ Ibid. 06.05.1918.

⁸⁵ A.H.D. Fonds Clemenceau. 6N141.

⁸⁶ Ibidem.

французских органов спецпропаганды⁸⁷. Подобная масштабная работа была необходима, чтобы объединить расколовшуюся по национальным диаспорам и политическим взглядам страну посредством благоприятного изображения реальных фактов войны, создавать и пропагандировать положительный образ США за границей, а также деморализовать государства Четвертного союза.

Крил отвергал порой раздвоившиеся в его адрес обвинения во введении цензуры, хотя считал, что американской прессе необходимо заниматься самоцензурой. И всё же 28 мая 1917 года Комитет выпустил инструкции для прессы, разъяснявшие какого рода информацию нельзя публиковать⁸⁸. «К сожалению, лично я полагаю, что невозможно добиться подлинного сотрудничества от газет того немногочисленного, но могущественного меньшинства, для которого не существует правил, понимания своих обязательств в свете происходящих событий и которое действует, как ему заблагорассудится... Каждый день было бы замечательно наказывать «Вашингтон Пост» за махровые нарушения патриотического кодекса» – писал Крил⁸⁹.

Главным методом «Комитета Крила» была информационная кампания, задействовавшая абсолютно все каналы коммуникации доступные в то время, о чем в 20-е годы сам Крил рассказал в своей книге с говорящим названием «Как мы рекламировали Америку»⁹⁰. Американские граждане каждый день находились в водовороте военной агитации, достигшей своей наивысшей силы к середине 1918 года, когда США накрыл «патриотический смерч»⁹¹. Особенный упор Комитет делал на взаимодействие с населением посредством прессы – американцы еженедельно получали по адресной рассылке 20 млн экземпляров газет⁹². Образ дружественной Франции, республики-сестры, страны с единой историей борьбы за свободу был необходим, чтобы обеспечить национальное единение, мотивировать население вступать в вооруженные силы, оправдывать цели войны и делать их более понятными. Изображение граждан свобододобивой Франции, проливающих кровь на полях сражений и изнуренных работой в тылу, должно было подталкивать американцев к тому, чтобы не оставаться в стороне. И пропагандистские усилия приносили свои плоды: уже 5 июня 1917 года Соединенные Штаты дали Западному фронту 9,6 млн призывников; общая численность американского экспедиционного корпуса в Европе к концу войны превысила 4 млн 791 тыс. человек (из их 2,8 млн призвали в армию по закону о всеобщей воинской повинности); во время второй призывной кампании в сентябре в 1918 года было зарегистрировано 13,2 млн человек⁹³. Успешная пропаганда по сближению национальных интересов и идей защиты демократии в США с другими государствами Антанты и, в частности, с Францией способствовала

⁸⁷ Суржик Д.В. Распропагандированная Америка // Европа и Россия в огне Первой мировой войны. Под ред. В.А. Золотарева. М., 2014. С. 670.

⁸⁸ Малаховский А.К. Указ. Соч. С. 121.

⁸⁹ Creel G. Rebel at Large: Recollection of Fifty Crowded Years. N.Y., 1947. P. 147.

⁹⁰ См. подр.: Creel G. How we advertised America. London, 1920.

⁹¹ Суржик Д.В. Указ. Соч. С. 678.

⁹² Mock J.R., Larson C. Words that Won the War: The story of the information, 1912–1919. Princeton, 1939. P. 68.

⁹³ Листиков С.В. Американское общество в годы войны: на пути к консолидации. // Война и общество в XX веке. М., 2009. С. 329.

мобилизации американской экономики. Формируемые образы союзника и врага подталкивали граждан к участию в «Займах свободы» через покупку государственных бонов.

Подводя итоги, можно заключить, что по мере вовлечения Соединенных Штатов Америки в конфликт образ страны и американского народа трансформировался во французской прессе. В 1914 году французы не испытывали ложных надежд на военное участие США, традиционно придерживавшихся концепции нейтралитета в своей внешнеполитической стратегии. Однако уже тогда в печати появлялись материалы, демонстрировавшие дружеские взаимоотношения американской и французской республик. Поддерживаемый обоими правительствами образ партнера и потенциального союзника укреплял торго-финансовое сотрудничество стран, а также стимулировал частных американских инвесторов к приобретению облигаций военных займов.

Дальнейшее сближение Франции и США явилось итогом ухудшения экономического положения государств Антанты, разделивших многочисленные тяготы войны. К середине 1915 года французской правящей элите стала очевидна неспособность национальной экономики к длительному продолжению военных действий без широкого привлечения иностранного капитала. Это привело к интенсификации экономических и дипломатических отношений, что подогрело интерес французской общественности к США как к помощнику в борьбе с германским милитаризмом. Наконец, зимой 1916-1917 годов угроза новых крупномасштабных немецких наступлений на Западном фронте, события Февральской революции в России, поставившие под сомнения судьбу Восточного фронта, а также заявления Германии о переходе к тотальной подводной войне, подрывавшей торговое снабжение Франции, создали обстоятельства, при которых французское правительство, а затем и вся общественность осознали крайнюю необходимость превращения США в военно-политического союзника, связывая их участие в войне с изменением баланса сил в пользу блока Антанты.

Консолидировавшая политические круги французская правящая элита и, соответственно, многие проправительственные печатные издания напрямую влияли как на сближение Франции с США, так и на формирование проамериканского общественного мнения. Вступление США в войну в апреле 1917 года можно назвать ключевым моментом в развитии франко-американских отношений. С 1914 по 1917 год образ США во французских газетах эволюционировал от возможного союзника с сильным финансовым и промышленным потенциалом до символа миротворчества и скорой победы, что стало особенно очевидно с наступлением активной фазы участия американских контингентов в боевых действиях. С 12 по 19 сентября 1918 года 1-ая американская армия под руководством генерала Першинга провела первую самостоятельную операцию с целью ликвидации Сен-Миельского выступа, находившегося между Верченом и Нанси. Французские газеты с восторгом описывали наступление

американцев⁹⁴, а президент Пуанкаре поздравил Вильсона с первой победой и поблагодарил его от имени всей Франции «за помощь в освобождение французских городов и деревень от четырехлетнего ига врага»⁹⁵. Выпуски газет октября-ноября 1918 года отличаются обилием карт и планов успешных военных операций. Читателям наглядно демонстрировали, как стремительно союзники гнали врага, сколько очагов сопротивления еще предстояло уничтожить, какой моральный дух царил в американской армии. За последней и длительной Мёз-Аргонской операцией американских войск 26 сентября – 13 октября 1918 года французы следили особо внимательно, предчувствуя скорый конец войны⁹⁶.

Поддерживая принципы нейтралитета и невмешательства в дела Старой Европы, американская общественность в первые годы войны мало интересовалась положением дел во Франции. Французская республика, традиционно ассоциировалась с общей историей, выраженной в понятных образах Великой французской революции, Жильбера де Лафайета, а также Статуи Свободы (подаренной Францией к столетию провозглашения американской независимости). Растиражированный французскими организациями в США и культурными деятелями образ Франции как страны высокого и утонченного искусства, литературы, философии, живописи создавал благоприятное восприятие её американцами. Историческое решение о вступлении США в войну ознаменовало новый этап двусторонних отношений, повлекло за собой стремительное сближение народов и рождение образа Франции-союзника. Воюющий уже четыре года французский солдат стал ассоциироваться у американцев с силой духа, образцом патриотизма, жертвенностью. Изображения разоренных земель, разрушенных городов, тягот, перенесенных французским населением, были призваны мобилизовать американское общество и доказать невозможность оставаться в стороне от конфликта, когда под вопросом оказались близкие обеим странам либерально-буржуазные ценности.

Национальная память народов о годах, когда французские и американские солдаты сражались плечом к плечу в окопах Первой мировой войны, до сих пор жива. В 1937 году в деревне Монфокон–д'Аргон был открыт памятник американским военным, сражавшимся осенью 1918 года в Аргонском лесу. Речь идет о 58-метровой гранитной колонне, увенчанной символической статуей Свободы. В 11 км к северу от этих мест находится кладбище американских солдат 1-й армии. В США к концу 2018 года должно завершиться строительство Мемориала Первой мировой войны, увековечивающего память о погибших на полях сражений и союзническом братстве ведущих государств Антанты.

События тех лет по праву считаются одними из важнейших страниц истории франко-американских отношений в XX веке. Исследование показывает, что обе республики использовали прессу как важный и действенный рычаг воздействия на общественное мнение в русле политики, направленной

⁹⁴ См. напр.: Le Figaro. 15.09.1918.

⁹⁵ Le Petit Parisien. 15.09.1918.

⁹⁶ Ibid. 28.09.1918.

на удовлетворение национальных интересов своего государства. Образ дружбы и родства двух народов, укрепленный трагическими событиями Второй мировой войны, был создан и овеян совместными победами именно в годы Первой мировой войны и определил вектор развития дальнейших двусторонних франко-американских отношений.

Библиография:

- Аникеев В.Е. История французской прессы (1830-1945). М., 1999.
- Архив полковника Хауза. Избранное. М., 2004. Т. I-II.
- Зильбер И. Тайные средства борьбы. М., 1948.
- Лан В.И. США: от Первой до Второй мировой войны. М., 1976.
- Листиков С.В. Американское общество в годы войны: на пути к консолидации. // Война и общество в XX веке. М., 2009.
- Малаховский А.К. Пропаганда и цензура в журналистике США в годы Первой мировой войны: от нейтралитета к патриотизму. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2014. №2.
- Наумова Н.Н., Слесарев И.Ю. Проблема вступления США в Первую мировую войну в отражении французской прессы // Исторические исследования. 2017. №6.
<http://www.historystudies.msu.ru/ojs2/index.php/ISIS/article/view/113>
- Печатнов В.О., Маныкин А.С. История внешней политики США. М., 2012.
- Прицкер Д.П. Жорж Клемансо. М., 1983.
- Слесарев И.Ю. Жорж Клемансо о вступлении США в Первую мировую войну // Вестник ЯрГУ. Серия Гуманитарные науки. 2018. №2.
- Смирнов В.П. Французское общество в годы Первой мировой войны // Европа и Россия в огне Первой мировой войны. Под ред. В.А. Золотарева. М., 2014.
- Суржик Д.В. Распропагандированная Америка // Европа и Россия в огне Первой мировой войны. Под ред. В.А. Золотарева. М., 2014.
- Туз А. Всемирный потоп. Великая война и переустройство мирового порядка, 1916-1931 годы. М., 2017.
- Фош Ф. Воспоминания. СПб., 2005.
- Creel G. How we advertised America. London, 1920.
- Creel G. Rebel at Large: Recollection of Fifty Crowded Years. N.Y., 1947.
- Folkerts J., Teeter D.L. Jr. Voices of a Nation: a History of Mass Media in the United States. N.Y., 1993.
- Forcade O. La censure en France pendant la Grande guerre. Rezé, 2016.
- Jusserand J.J. Le sentiment Américain pendant la Guerre. Paris, 1931.
- Kaspi A. Le Temps des Américains. Le concours américain à la France (1917-1918). Paris, 1976.
- Nouailhat Y.-H. La propagande française aux Etats-Unis (août 1914 – avril 1917) // Les Etats-Unis dans la Première Guerre mondiale 1917-1918. La conférence sous la direction de C. Carlier et G. Pedroncini. Paris, Assemblée Nationale, 22 et 23 septembre 1987.
- Parker G. The United States and the war // Harper's Magazine. March. 1918. P. 521–531.
- Wormell J.J. Management of the National debt in the United Kingdom, 1900–1932. London, 2000.

Bibliography:

- Anikeev V.E. Istoriya francuzskoj pressy (1830-1945). M., 1999.
- Arhiv polkovnika Hauza. Izbrannoe. M., 2004. T. I-II.
- Zil'ber I. Tajnye sredstva bor'by. M., 1948.
- Lan V.I. SSHA: ot Pervoj do Vtoroj mirovoj vojny. M., 1976.
- Listikov S.V. Amerikanskoe obshchestvo v gody vojny: na puti k konsolidacii. // Vojna i obshchestvo v XX veke. M., 2009.
- Malahovskij A.K. Propaganda i cenzura v zhurnalistike SSHA v gody Pervoj mirovoj vojny: ot nejtraliteta k patriotizmu. // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika. 2014. №2.
- Naumova N.N., Slesarev I.Yu. Problema vstupleniya SSHA v Pervuyu mirovuyu vojnu v otrazhenii francuzskoj pressy // Istoricheskie issledovaniya. 2017. №6.
<http://www.historystudies.msu.ru/ojs2/index.php/ISIS/article/view/113>
- Pechatnov V.O., Manykin A.S. Istoriya vneshnej politiki SSHA. M., 2012.
- Pricker D.P. Zhorzh Klemanso. M., 1983.
- Slesarev I.Yu. Zhorzh Klemanso o vstuplenii SSHA v Pervuyu mirovuyu vojnu // Vestnik YarGU. Seriya Gumanitarnye nauki. 2018. №2.
- Smirnov V.P. Francuzskoe obshchestvo v gody Pervoj mirovoj vojny // Evropa i Rossiya v ogne Pervoj mirovoj vojny. Pod red. V.A. Zolotareva. M., 2014.
- Surzhik D.V. Raspropagandirovannaya Amerika // Evropa i Rossiya v ogne Pervoj mirovoj vojny. Pod red. V.A. Zolotareva. M., 2014.
- Tuz A. Vsemirnyj potop. Velikaya vojna i pereustrojstvo mirovogo poryadka, 1916-1931 gody. M., 2017.
- Fosh F. Vospominaniya. SPb., 2005.
- Creel G. How we advertised America. London, 1920.
- Creel G. Rebel at Large: Recollection of Fifty Crowded Years. N.Y., 1947.
- Folkerts J., Teeter D.L. Jr. Voices of a Nation: a History of Mass Media in the United States. N.Y., 1993.
- Forcade O. La censure en France pendant la Grande guerre. Rezé, 2016.
- Jusserand J.J. Le sentiment Américain pendant la Guerre. Paris, 1931.
- Kaspi A. Le Temps des Américains. Le concours américain à la France (1917-1918). Paris, 1976.
- Nouailhat Y.-H. La propagande française aux Etats-Unis (août 1914 – avril 1917) // Les Etats-Unis dans la Première Guerre mondiale 1917-1918. La conférence sous la direction de C. Carlier et G. Pedroncini. Paris, Assemblée Nationale, 22 et 23 septembre 1987.
- Parker G. The United States and the war // Harper's Magazine. March. 1918. P. 521–531.
- Wormell J.J. Management of the National debt in the United Kingdom, 1900–1932. London, 2000.