

УДК 94(4) «1914/19»

Гончаров Е.В., Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского (Россия).

## ФРАНЦУЗСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОФИЦИАЛЬНОЙ ПРОПАГАНДЫ В 1914-1918 ГГ.

Первая мировая война стала первой войной, в которой воюющие правительства намеренно создали организации для создания и ведения пропаганды на своих врагов, союзников, нейтралов и собственное население. Первая мировая война началась в то время, когда целый ряд взаимодействующих политических, социальных, коммерческих, военных и технологических факторов породил очень широкий спектр средств массовой информации, через которые могла распространяться пропаганда, включая официальные и неофициальные каналы, газеты, речи, фильмы, фотографии, плакаты, книги, брошюры, периодические издания и карикатуры. Чтобы сплотить нейтральные страны, объединить свой собственный лагерь и деморализовать противника, Франция предприняла интенсивные усилия по производству пропаганды и цензуре информации. Вертикальная государственная пропаганда оказалась решающей, в частности, благодаря участию таких государственных деятелей, как Аристид Бриан и Жорж Клемансо, или же благодаря созданию официальных органов пропаганды, таких как Дом печати. В данном исследовании была предпринята попытка исследования формирования организаций пропаганды во Франции в 1914-1918 гг. Текст дает ценную информацию об их деятельности и взаимодействии с органами государственной власти. Детальное изучение и анализ деятельности данных организаций позволит составить более точную картину об особенностях военной пропаганды Франции.

**Ключевые слова:** Первая мировая война; пропаганда; информационные системы, психологическая война, дом печати, бюро печати, Франция, Германия.

**DOI:** 10.22281/2413-9912-2022-06-01-58-68

Оркестровка информацией является частью ведения войны, независимо от существующей политической системы. Будучи промышленным и технологическим конфликтом Великая война была также войной слов и лозунгов. Франция предприняла интенсивные усилия по производству пропаганды, чтобы сплотить нейтральные страны, объединить свой собственный лагерь и деморализовать противника. Цензура

также сыграла важную роль, поскольку сделала пропаганду действительно эффективной, безжалостно подавляя все, что ей противоречило. Архитектура цензурных ведомств, военных и гражданских органов пропаганды выстроила национальную информационную пирамиду.

Французские пропагандистские организации можно разделить на три основные группы:

1. Правительственные орга-

низации, реализующие официальную государственную пропаганду;

2. Независимые организации и агентства, получающие финансовую поддержку от правительства;

3. Частные организации или патриотические объединения.

Вопросы управления информацией в военное время обсуждались французским верховным командованием еще в середине 1913 года, но серьезное планирование структуры будущего Бюро печати началось только в июне 1914 года после переназначения Адольфа Мессими на пост военного министра [4, с. 41]. «Уже через три дня после объявления войны, Вивиани внес соответствующий законопроект, в тот же день вотированный Сенатом и Палатой, и, в качестве, первой ассигновки на развитие пропаганды: на организацию «Дома печати» была отпущена мелочь в 25 миллионов» [4, с. 14].

Хотя вертикальная государственная пропаганда оказалась решающей, в частности, благодаря участию таких государственных деятелей, как Аристид Бриан и Жорж Клемансо, или же благодаря созданию официальных органов пропаганды, таких как Дом печати, мы также можем проследить участие различных акторов в процессе горизонтальной мобилизации.

На раннем этапе войны различные официальные структуры самостоятельно начали пропаганду. Стоит отметить вклад в данную деятельность французских торговых палат. Благодаря торговой деятельности, которой они активно занимались до войны,

Франции удалось создать хорошие отношения с зарубежными странами. Наибольшую важность для пропаганды представляла Парижская торговая палата, которая с декабря 1914 года начала выпускать свой собственный информационный бюллетень «Documents sur la guerre, Bulletin d'Information public par la Chambre de commerce de Paris» на шести языках (французском, английском, немецком, испанском, португальском, итальянском). Помимо экономической сводки, также были включены статьи о войне.

Следует отметить деятельность Марсельской торговой палаты, создавшей собственный специальный пропагандистский комитет «Комитет по взаимодействию с нейтральными странами» («Comité de Relations avec les pays neutres»), который наряду с брошюрами распространял фотооткрытки о войне.

С начала конфликта был основан «Comité Michelet, société nationale d'éducation par l'histoire». Ассоциация выпускала свой собственный журнал «Bulletin d'études historiques et politiques du Comité Michelet» [13, с. 543]. Кроме того, комитет занимался производством листовок, предназначенных для зарубежных стран и распространял пропагандистские книги и брошюры.

Также в этой деятельности стоит обратить внимание на «Comité d'études et documents sur la guerre», который состоял из французских профессоров под руководством историка Парижского

университета Эрнеста Лависса. Брошюры, опубликованные этим комитетом, были переведены на несколько языков. Отдельными его членами издавались брошюры под общим названием «Pour la Vйritй. Etudes publiйes sous le patronage des secrйtaires perpйtuels des cinq academies» [9, с. 38].

Эти комитеты пользовались поддержкой со стороны государства. Наиболее важной из этих организаций была «Alliance franзaise» и её дочерние ассоциации, деятельность которых мы рассматривали в отдельной статье [1].

Таким образом, до создания единой системы, официальные организации пропаганды уже приобрели достаточно широкий размах.

Служба пропаганды развивалась стихийно. В том или ином

официальном ведомстве создавалось своё «пропагандистское бюро». Организации или ассоциации действовали по собственному усмотрению и без какой-либо централизации, которая была так необходима.

В период с июня по август 1914 года группа экспертов подготовила отчет, в котором проанализировала роль французской прессы во время последних европейских конфликтов и наметила рамки будущей системы управления информацией во время Первой мировой войны [11, с. 29]. Предвоенное планирование позволило военному министерству быстро создать Бюро печати и тем самым обеспечить пристальный контроль над французской прессой с самого начала военных действий.

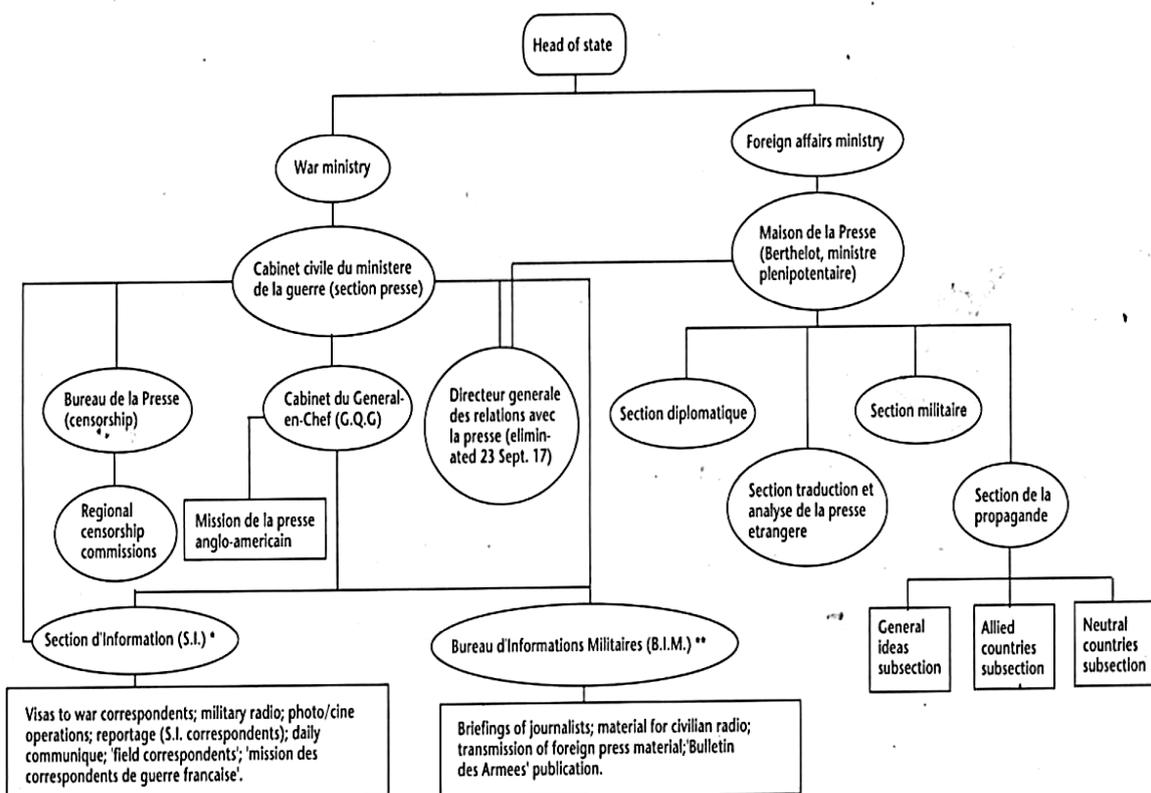


Рис.1. Информационная система официальной пропаганда Франции

Рассмотрим подробнее систему организации официальной пропаганды (см. рис. 1). 3 августа правительство встретилось с владельцами СМИ, которым объяснило принцип работы нового Бюро печати. В его обязанности входило: разработка цензурных инструкции на основе инструкций генерального штаба и различных министерств (военного, иностранных дел и т.д.) и в то же время контроль их применения печатными СМИ и информационными агентствами, в частности «Навас». Бюро печати включало четыре отдела: ежедневной прессы, периодических изданий, телеграмм и региональной прессы, которые функционировали круглосуточно и тщательно проверяли выпуски газет перед окончательной печатью. Эта система была централизована в Париже и подкреплена сетью комиссий по надзору за местной прессой, созданных в двадцати одном военном регионе Франции.

В Бюро печати работали в основном военные, но к этой работе были привлечены также дипломаты, экономисты, журналисты и другие представители интеллигенции [8, с. 163].

На «Бюро» были возложены различные функции, в частности, предоставление прессе наиболее точной и оперативной информации о фактах, не препятствующих продолжению военных действий. Эта информация распространялась ежедневно в нескольких пресс-релизах в определенное

время - 11.00, 15.00, 22.00. В период между 1914 и 1919 годами в него входило почти 400 цензоров, занимавших свои должности в течение нескольких месяцев или лет. Во всех департаментах Франции действовали цензурные механизмы, размер которых варьировался в зависимости от численности местного населения и значимости газет. В общей сложности за пределами Парижа работали почти 300 комиссий по контролю над прессой. В их работе принимало участие от 4 000 до 5 000 человек [3, с. 58]. Хотя они были подотчетны властям из столицы, но иногда их чрезмерная активность создавала проблемы, когда они подвергали цензуре информацию, принятую в центре.

Правительство, желая обеспечить постоянный контроль и контакт с газетами и информационными агентствами, 12 августа 1914 года создало Комиссию по печати («La commission de la presse française»), расположенную в Париже. Комиссию возглавил Жан Дюпуи, владелец газеты «Le Petit Parisien». Она состояла из 45 членов, нанятых для представления интересов французских газет. Комиссия поддерживалась двумя другими организациями: «Синдикатом парижской прессы» («Le Syndicat de la presse parisienne») и «Ассоциацией республиканской прессы департаментов» («l'Association de la presse républicaine départementale»). Идентичные комиссии были также созданы для представления газет в регионах Франции. С появлением

местных комиссий рамки известных парижских газет расширились и включали в себя департаментскую прессу, которая принимала равное участие в осуществлении цензуры под «патриотическим флагом» [3, с. 62].

Все это позволяло строго кондиционировать и контролировать информацию.

Когда 3 сентября 1914 года правительство переехало в Бордо, вся пресса находилась в ведении второго бюро штаба генерала Галлиени, возглавляемого Л. Л. Клоцем, впоследствии ставшим министром финансов Франции [7, с. 30]. Нахождение правительства в городе Бордо привело к тому, что Бюро печати было разделено в течение трех месяцев. В связи с этим образовалось два офиса: один в Бордо, другой в Париже, причем последний оставался главным. Это привело к трениям и условиям, которые в конечном итоге стали невыносимыми для прессы.

По возвращению правительства в Париж в декабре 1914 года, Бюро печати претерпело значительные изменения. Военная цензура перешла под контроль военного министерства [10, с. 56].

Произошло еще одно изменение. Телеграфная корреспонденция больше не контролировалась Бюро печати, что отражало новые цели правительства. Это бюро стало исключительно службой контроля прессы, которая теперь могла распространить свое влияние на гораздо большее количество изданий. Сотрудники этого органа

анализировали не менее пятидесяти ежедневных газет [10, с. 58].

В январе 1915 года Бюро печати окончательно перешло под эгиду военного министерства. Но у этой организации не хватало авторитета для того, чтобы координировать цензуру и пропаганду в рамках единой информационной системы. Признавая этот недостаток, Бриан, который среди наиболее влиятельных французских государственных деятелей был наиболее убежден в необходимости пропаганды, в январе 1916 года создал в Париже центральный офис пропаганды – Дом печати (см. рис. 2) [14, с. 343].

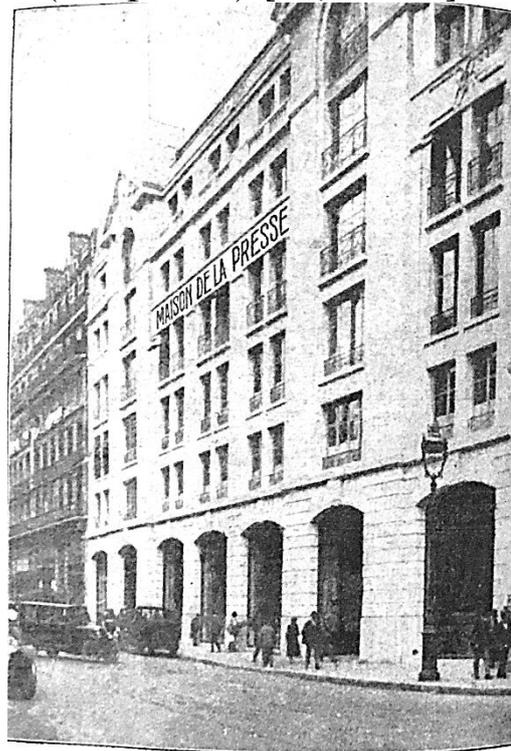


Рис.2. Дом печати (Франция)

В его задачи входило централизация и руководство всей официальной информационно-пропагандистской службы. «Дом печати» находился в непосредственном контакте с генеральным шта-

бом, и поэтому в его распоряжении находилась информация, которую никто другой не мог достать. С организацией сотрудничали самые опытные журналисты, политики, историки и дипломаты. «Дом печати» находился под непосредственным руководством министра иностранных дел. В нем принимались все директивные решения и инструкции.

Детально рассмотрим структуру организации. Дом печати состоял из четырех секций:

1. Дипломатическая. В ее состав входили:

а) служба по работе с французскими и иностранными журналистами;

б) телеграфная служба;

в) «Аналитическая служба» («Bureau d'études») (отвечало за добавление пояснительных комментариев к событиям дня);

г) служба радиопередач.

2. Военная. Поддерживала постоянную связь с генштабом. В ее функции входило - информирование французских и иностранных журналистов о военной ситуации, направление дневников и писем немецких военнопленных, иных документов, имеющих пропагандистскую ценность, в прессу. Кроме того, совместно с министерством иностранных дел и генштабом, сотрудники военной секции организовывали все поездки французских и иностранных журналистов в зону боевых действий. Фотографический и кинематографический отделы французской армии были закреплены за военной секцией.

3. Перевода и анализа иностранной прессы. Состояла из тщательно отобранных сотрудников, главным образом преподавателей университетов и специалистов в области иностранных языков и зарубежных стран. От отдельных подразделений секции требовалось: перевод и анализ статей из наиболее важных мировых газет, представляющих интерес для дипломатии или прессы; еженедельно или раз в две недели составлять обзор прессы каждой страны и проводить более углубленные исследования в соответствии с пожеланиями дипломатической или военной секций.

Секция переводов находилась в ведении графа Мерода. «Приблизительно восемьдесят сотрудников — словаки, эльзасцы, все разновидности балканских народностей, негры, индусы, японцы, — заботятся о том, чтобы все победоносные французские сводки — других побед не было — и все сообщения о поражениях и зверствах «гуннов» и «бошей» немедленно переводились на 80 культурных языков и доставлялись безвозмездно в распоряжение иностранной печати» [2, с. 163].

4. Секция пропаганды. Секция пропаганды занимала самую большую площадь в Доме печати. В ней был создан общий отдел, в котором рассматривались различные материалы и идеи, которые можно было бы использовать в пропагандистских целях во всех странах или, по крайней мере, в большинстве из них. Для нейтральных стран, таких как

Швейцария, Голландия, Дания, Швеция и Норвегия, граничащих с Германией и Австрией, с помощью которых можно было получать новости о враге и влиять на самого врага, был создан специальный отдел, в котором за каждым из государств закреплялась группа экспертов. Для пропаганды среди союзников (Англии, Бельгии, Италии, Португалии, России и Сербии) были также созданы отдельные подразделения, которые вели активную пропаганду, адаптированную под менталитет соответствующего народа. Существовали и независимые подразделения по пропаганде: Мусульманский отдел, Отделы Северной и Южной Америк, Балканский отдел, Дальневосточный отдел.

В 1916 году многие бывшие независимые пропагандистские организации официального и частного характера перешли под контроль «Дома печати» в частности: пропагандистские бюро Парижской торговой палаты и «Alliance française». Католический, Протестантский, Израильский комитеты вошли в состав пропагандистской секции. Французский академик Анри Лихтенбергер, историк Эрнест Лависс, а также многие другие специалисты стали предоставлять свои услуги Дому печати.

Специальная служба секции пропаганды поддерживала связи с независимыми организациями за рубежом, такими как иностранные группы «Alliance française». Через центральную редакцию проходил проверку на пригод-

ность весь материал, который использовался в дальнейшем для зарубежной пропаганды. Фотослужба занималась разработкой дизайна обложек брошюр, собирала карикатуры и рисунки.

В задачи еще одной службы Дома печати входила работа по «повышению престижа Франции». Ее сотрудниками отбирались фронтовые газеты и журналы. Некоторые статьи из выпусков передавались в отечественные и зарубежные газеты, чтобы свидетельствовать о высоком моральном духе французских войск.

Кроме того, в структуру Дома печати входила внутренняя служба, которая обеспечивала порядок, содержание дома, а также общую организацию. Несколько помещений были специально доступны для зарубежных пресс-организаций. Отдельные комнаты были подготовлены и предназначались для французских пресс-синдикатов. В здании Дома печати располагался «Comité du syndicat de la Presse». В его распоряжении были приемные, конференц-залы, читальные и рабочие помещения для представителей парижской и провинциальной прессы.

В распоряжении Жюль Готье, который отвечал за связь с прессой, было несколько помещений. Отдельные службы должны были информировать центральный офис об общих указаниях по политическим и военным вопросам, об интервью и инструкциях, данных журналистам, о тексте в том виде, в каком он был передан прессе, о документах и статьях,

которые должны были быть опубликованы. Вся необходимая связь Дома печати с внешним миром обеспечивалась почтой, телефоном, телеграфом. Что касается распространения печатной продукции, то изначально Дом печати полностью зависел от частных организаций, но со временем в подвальных помещениях была создана собственная типография.

Дом печати практически до конца войны оставался штабом официальной французской пропаганды. Изменение произошло только в 1918 году, когда вся пропаганда союзников объединилась под руководством лорда Нортклиффа.

Стоит отметить, что под юрисдикцию Дома печати не входила «Служба воздушной пропаганды» («Service de la Propagande aërienne»). Однако при нем существовал отдел, в функции которого входило обеспечение совместной работы между британской пропагандистской службой, французской «Службой воздушной пропаганды» и «Комитетом по взаимодействию» (Comité interallié).

Вся пропаганда на Западном фронте полностью находилась в руках «Службы воздушной пропаганды», главой которой был Жан-Жак Вальц, под псевдонимом Ханси. Она была организована в августе 1915 года военным министерством и в дальнейшем стала значимой в сфере пропаганды благодаря слаженной работе ее членов.

Для технической подготовки пропагандистских материалов была задействована Французская

национальная типография. Сотрудники «Службы» проводили регулярные еженедельные заседания, где рассматривались различные идеи и предложения по агитации и пропаганде.

В феврале 1918 г. лорд Нортклифф, по просьбе английского премьер-министра, взял на себя общее руководство английской пропагандой [6, с. 159]. До этого момента французы вели пропаганду против Германии от своего имени без упорядоченного и регулярного сотрудничества со своими союзниками. Человек с организаторскими способностями как лорд Нортклифф вскоре понял, что для союзной пропаганды целесообразно установить единые ориентиры и вступить в консультацию с пропагандистскими агентствами союзников. С учетом этого уже в марте он созвал в Лондоне конференцию, в которой приняли участие официальные представители Италии, Франции и официального представителя Соединенных Штатов. Представители французской «Службы воздушной пропаганды» приняли участие в Лондонской конференции. В целом была дана высокая оценка характеру их работы, и было выражено согласие с тем, что в данных обстоятельствах было бы лучше «расширить и обобщить меры, принятые Францией» [6, с. 161].

В мае 1918 г. была создана новая союзная пропагандистская организация — «Centre d'action de propagande contre l'ennemi», кото-

рой подчинялась и «Служба воздушной пропаганды» [6, с. 170].

Союзная пропаганда предполагала:

1. Определение четкой пропагандистской политики союзников по отношению к врагу;

2. Официальное утверждение этой политики;

3. Изучение технических возможностей ее доведения до противника [12, с. 126].

Успех этой конференции заключался в том, что фронтовая пропаганда показала значительно возросшую активность. С того момента между союзниками установилось такое тесное сотрудничество, что в последние месяцы войны уже невозможно было отличить, принадлежит ли листовка французской или же английской

пропаганде.

Таким образом, организация французской пропаганды состояло из большого количества пропагандистских организаций. Но, несмотря на то, что Франции к 1916 году удалось систематизировать деятельность своих многочисленных пропагандистских комитетов, создав центральный офис в виде Дома печати, его основная функция заключалась не в жесткой централизованной организации, напротив, он давал только общие указания и оставил отдельным организациям как можно больше свободы в их индивидуальной работе. Такое разделение является одним из главных различий между французской и английской пропагандой, которая была гораздо более централизована.

### Список литературы

1. Гончаров Е.В. Французские пропагандистские организации в 1914-1916 гг. // История и современное мировоззрение. Москва. 2019. С. 50-54.
2. Мандельштам О.Э. За кулисами французской печати. Москва. 1926. 193 с.
3. Forcade O. « Voir et dire la guerre » dans Vrai et faux dans la grande guerre // Le Temps des Мйdias. Paris. 2004. №4. P. 50-62.
4. Forcade O. La censure politique en France pendant la grande guerre. Paris. 1998. P.498.
5. Forcade O. Voir et dire la guerre a l'heure de la censure (France, 1914-1918) // Le Temps des Мйdias. №4. Paris. 2005. P. 50-62.
6. Hansi., Tonnelat E. A travers les lignes ennemies. Paris 1922. P.191.
7. Klotz L. L. De la Guerre a la Paix. Souvenirs et Documents. Paris 1924. P.254.
8. Laglains J. Мйmoires d'un Censeur. Paris. 1920. P. 208.
9. Lamy E. L'Institut et la Guerre. Paris 1916. P.191.
10. Maurin J.-L. Combattre et informer : l'armйe franзаise et les мйdias pendant la Premiire Guerre mondiale. Sainte-Flaive-des-Loups. 2009. P. 135.
11. Rajsfus M. La Censure militaire et policiere 1914-1918. Paris. 1999. P.259.

12. Stuart C. *Secrets of Crewe House*. London. 1920. P.253.

13. Vic J. *La Littérature de Guerre*. Première période. Tome II. Paris 1923. P.780

14. Vic J. *La Littérature de Guerre*. 2 e Période. Tome I. Paris 1923. P. 450.

## **FRENCH OFFICIAL PROPAGANDA ORGANISATIONS IN 1914-1918**

The First World War was the first war in which warring governments deliberately set up organisations to create and conduct propaganda on their enemies, allies, neutrals and their own populations. The First World War began at a time when a number of interacting political, social, commercial, military and technological factors gave rise to a very wide range of media through which propaganda could be disseminated, including official and unofficial channels, newspapers, speeches, films, photographs, posters, books, pamphlets, periodicals and cartoons. To rally neutral countries, to weld together its own camp and to demoralise the enemy, France undertook an intense effort to censor information and to produce propaganda. Vertical state propaganda proved decisive, notably through the engagement of statesmen like Aristide Briand and Georges Clemenceau, or else through the creation of official organs of propaganda like *Maison de la Presse*. As the title implies the article describes the attempt to study the formation of propaganda organizations in France during 1914-1918. The text gives a valuable information on their activities and interactions with government authorities. A detailed study and analysis of the activities of these organizations will help to make a more accurate picture of the features of the military propaganda of France.

**Keywords:** World War I, propaganda, information systems, psychological warfare, press house, press bureau, France, Germany.

### **References**

1. Goncharov E.V. (2019). *Francuzskie propagandistskie organizacii v 1914-1916 gg.* [French propagandists organizations in 1914-1916] // *Istoriya i sovremennoe mirovozzrenie* [History and Modern Perspectives]. Moskva. 2019. S. 50-54.

2. Mandel'shtam O.E. (1926). *Za kulisami francuzskoj pechati* [Behind the scenes of the French press]. Moskva. 1926. 193 s.

3. Forcade O. (2004). « Voir et dire la guerre » dans *Vrai et faux dans la grande guerre* // *Le Temps des Médias*. Paris. №4. P. 50-62.

4. Forcade O. (1998). *La censure politique en France pendant la grande guerre*. Paris. P.498.

5. Forcade O. (2005). *Voir et dire la guerre a l'heure de la censure (France, 1914-1918)* // *Le Temps des Médias*. №4. Paris. P. 50-62.

6. Hansi., Tonnelat E. (1992). *A travers les lignes ennemies*. Paris. P.191.

7. Klotz L. L. (1924). *De la Guerre a la Paix*. Souvenirs et Documents. Paris. P.254.

8. Laglains J. (1920). *Mémoires d'un Censeur*. Paris. P. 208.

9. Lamy E. (1916). *L'Institut et la Guerre*. Paris. P.191.

10. Maurin J.-L. (2009). *Combattre et informer : l'armée française et les médias pendant la Première Guerre mondiale*. Sainte-Flaive-des-Loups. P. 135.

11. Rajsfus M. (1999). *La Censure militaire et policière 1914-1918*. Paris. P.259.

12. Stuart C. (1920). *Secrets of Crewe House*. London. P.253.

13. Vic J. (1923). *La Littйrature de Guerre. Premiйre pйriode. Tome II*. Paris. P.780

14. Vic J. (1923). *La Littйrature de Guerre. 2 e Pйriode. Tome I*. Paris. P. 450.

### **Об авторе**

**Гончаров Евгений Владимирович** – преподаватель кафедры философии, истории и политологии, Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского (Россия), E-mail: evgeniy16.goncharov@yandex.ru

**Goncharov Evgenii Vladimirovich** – lecturer of the Department of Philosophy, History and Political Science, Bryansk state university named after academician I.G. Petrovsky (Russia), E-mail: evgeniy16.goncharov@yandex.ru